

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,
ECONOMICAS Y TURISMO**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



***“FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL
EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO”***

Tesis presentada por:

Br. PEDRO EMILSE CASAVERDE AYMA

Asesor académico:

Dr.: HERMOGENES JANQUI GÚZMÁN

TESIS FINANCIADA POR LA UNSAAC

CUSCO – PERU

2016

INDICE

CAPITULO I.....	12
DISEÑO METODOLÓGICO	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	12
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.5. JUSTIFICACIÓN	15
1.6. HIPÓTESIS	17
1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL	17
1.7. VARIABLES	17
1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	18
1.9. TIPO DE INVESTIGACIÓN	20
1.10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.11. FUENTE DE DATOS	21
1.12. DELIMITACIÓN	22
1.13. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	22
1.14. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	22
1.15. POBLACIÓN Y MUESTRA	26
1.16. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS	29
CAPITULO II	34
MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	34
2.1. ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL	34
2.1.2. A NIVEL NACIONAL	35
2.1.3. NIVEL LOCAL	36
2.2. MARCO TEORICO	38
2.2.1. TEORÍA DEL EMPRESARIO ARRIESGADO	38
2.2.2. TEORÍA DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR	38
2.2.3. TEORÍA DE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD	39
2.2.4. TEORÍA DEL EMPRENDEDOR DE KIRZNER	40
2.2.5. TEORÍA DEL ROL	41

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

2.2.6.	TEORÍA DE REDES	43
2.2.7.	EL MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE.....	45
2.3.	MARCO CONCEPTUAL.....	47
2.3.1.	EMPRENDIMIENTO	47
2.3.2.	EMPRENDEDOR	48
2.3.3.	FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	49
2.3.4.	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR	54
2.3.4.2.	ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR	57
CAPITULO III.....		59
3.1.	CARACTERIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.....	59
3.1.1.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LÍMITES.....	59
3.1.2.	CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.	59
3.1.3.	DEMOGRAFÍA	60
3.1.4.	ECONOMÍA.....	61
3.2.	UNIDAD DE ANALISIS	68
3.2.1.	DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.	68
CAPITULO IV		70
ANÁLISIS DE RESULTADOS		70
4.1.	DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.....	70
4.1.1.	GÉNERO DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO	70
4.1.2.	EDAD DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO	71
4.1.3.	GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.	72
4.2.	CLASIFICACIÓN DE EPRENDEDORES SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO	73
4.3.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.....	74
4.4.	NIVEL DE CONTRIBUCIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMAS EN LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.	75
4.5.	EVALUACIÓN POR DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	76

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

4.5.1. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR SOCIAL	77
4.5.2. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR ECONOMICO	80
4.5.3. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR INSTITUCIONAL.....	83
4.6. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.....	86
4. 6.1. DIMENSIONES DE LA VARIABLE	87
4.7. ANALISIS DE LOS JUICIOS DE EXPERTOS.....	95
4.8. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	96
4.8.1. DISCUSIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	97
4.8.2. CORRELACIONES DE LAS VARIABLES	98
CAPÍTULO V.....	99
PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE), PARA EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.....	99
5.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	99
5.2. JUSTIFICACIÓN ACADEMICA.....	99
5.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	100
5.4. ALCANCE INSTITUCIONAL.	101
5.4.1. CATEGORÍAS ACADÉMICAS UNSAAC.	101
5.5. ETAPAS DEL PDE	102
5.6.1. REQUERIMIENTOS DE APOYO DE LOS ACTORES PARA EL DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DEL CUSCO.	103
5.6.2. PLAN ESTRATÉGICO	103
5.6.4. ÁREAS FUNCIONALES.	105
5.6.5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).	105
5.6.6. PLAN DE ACCIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).	107
5.6.7. EL PAPEL INSTITUCIONAL.	109
BIBLIOGRAFÍA	113
ANEXOS	116

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<i>TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 2: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD PARA LA PRUEBA PILOTO DE FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.....</i>	<i>25</i>
<i>TABLA 3: SECTORES ECONÓMICOS.....</i>	<i>28</i>
<i>TABLA 4: ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....</i>	<i>29</i>
<i>TABLA 5: PRONOSTICO DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICOS DEL CUSCO.</i>	<i>60</i>
<i>TABLA 6: EVALUACIÓN DE LA FRECUENCIA DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR DEL CHC.</i>	<i>87</i>
<i>TABLA 7: PUNTUACIÓN LIKERT DE LAS DIMENSIONES DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR</i>	<i>87</i>
<i>TABLA 8: CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES; FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.....</i>	<i>97</i>
<i>TABLA 9: CORRELACIÓN FINAL</i>	<i>98</i>
<i>TABLA 10: LÍNEA ESTRATÉGICA I.....</i>	<i>106</i>
<i>TABLA 11: LÍNEA ESTRATÉGICA II</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 12:LÍNEAS ESTRATÉGICA III</i>	<i>106</i>
 <i>FIGURA 1: NIVELES DE INVESTIGACIÓN.....</i>	 <i>20</i>
<i>FIGURA 2: FLUJO GRAMA DEL DISEÑO Y CREACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN</i>	<i>23</i>
<i>FIGURA 3: PROYECCIÓN DE LOS HABITANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.</i>	<i>61</i>
<i>FIGURA 4: COMPOSICIÓN DE LA ECONOMÍA DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.</i>	<i>63</i>
<i>FIGURA 5: SECTORES ECONÓMICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.....</i>	<i>68</i>
<i>FIGURA 6: ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO. __</i>	<i>69</i>
<i>FIGURA 7: PROPORCIÓN DE GÉNERO DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC. ____</i>	<i>70</i>
<i>FIGURA 8: DISTRIBUCIÓN ETARIA DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.</i>	<i>71</i>
<i>FIGURA 9: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC. ____</i>	<i>72</i>

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

<i>FIGURA 10: DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO.</i>	73
<i>FIGURA 11: SECTORES ECONÓMICOS SEGÚN EL GÉNERO.</i>	73
<i>FIGURA 12: PUNTUACIÓN DEL FACTOR SOCIAL SEGÚN SUS DIMENSIONES EN LA ESCALA DE LIKERT.</i>	74
<i>FIGURA 13: FRECUENCIA DE LAS CATERGORIAS DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL</i>	74
<i>FIGURA 14: EVALUACIÓN PORCENTUAL FACTORES DEL ECOSISTEMA EN LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.</i>	75
<i>FIGURA 15: EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.</i>	76
<i>FIGURA 16: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LAS DIMENSIONES DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.</i>	77
<i>FIGURA 17: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR SOCIAL.</i>	78
<i>FIGURA 18: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE EDUCACIÓN EMPRENDEDORA.</i>	78
<i>FIGURA 19: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE CULTURA EMPRENDEDORA.</i>	79
<i>FIGURA 20: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LA DIMENSIÓN FACTOR ECONÓMICO.</i>	80
<i>FIGURA 21: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR ECONÓMICO.</i>	81
<i>FIGURA 22: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL INDICADOR CAPITAL FINANCIERO.</i>	81
<i>FIGURA 23: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO</i>	82
<i>FIGURA 24: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL</i>	83
<i>FIGURA 25: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL FACTOR INSTITUCIONAL.</i>	83
<i>FIGURA 26: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR INSTITUCIONAL.</i>	84
<i>FIGURA 27: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.</i>	85
<i>FIGURA 28: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD DE GESTIÓN.</i>	86
<i>FIGURA 29: EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.</i>	86

<i>FIGURA 30: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL ENFOQUE COGNITIVO DEL EMPRENDEDOR.</i>	88
<i>FIGURA 31: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL ENFOQUE COGNITIVO.</i>	89
<i>FIGURA 32: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO</i>	89
<i>FIGURA 33: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.</i>	90
<i>FIGURA 34: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE GESTIÓN EMPRESARIAL.</i>	91
<i>FIGURA 35: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE COMUNICATIVIDAD</i>	92
<i>FIGURA 36: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES Y RIESGO.</i>	92
<i>FIGURA 37: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR.</i>	93
<i>FIGURA 38: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR</i>	94
<i>FIGURA 39: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE REALIZACIÓN PERSONAL</i>	94
<i>FIGURA 40: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE AUTOCONFIANZA.</i>	95
<i>Figura 41: ANALISIS DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.</i>	95
<i>Figura 42: ANALISIS DE LOS FACTORES DEL ECOSISSTEMA EMPRESARIAL</i>	96
<i>FIGURA 43: ORGANIGRAMA DEL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR</i>	105
<i>FIGURA 44: FASES DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).</i>	107
<i>FIGURA 45: TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL PDE</i>	108
<i>FIGURA 46: EL PAPEL INSTITUCIONAL</i>	109

Dedicatoria

A mi hermano Genaro por enseñarme que la vida hay que lucharla sin importar el lugar y la posición en que estés, a mi tía Angélica que me demostró que la sencillez puede romper barreras, a mi hermana linda Carmen por el entusiasmo y alegría que me brinda, a mi hermanito Toni por el gran sentido del humor, a mi mamá que me ayudo a buscar lo correcto y mejor para mí y finalmente a mi papá que me enseñó que el conocimiento es una herramienta para la vida.

Agradecimientos

Este trabajo de investigación fue elaborado gracias al soporte de mi familia y amigos que me estuvieron alentando para seguir adelante en cada momento y al apoyo importante del Dr. Hermogenes Janqui Guzman quien fue clave en este proyecto con su comentario y observaciones.

“Puedo aceptar fallar, todo el mundo falla en alguna ocasión lo que no puedo aceptar es
NO intentarlo”

PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, presento a ustedes la tesis titulada FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO, con la finalidad de optar al Título Profesional de Licenciado en Administración.

El trabajo de investigación muestra la relación que existe entre en el entorno del emprendedor denominado Factores del Ecosistema empresarial y su desarrollo, haciendo un análisis solido de cada dimensión y sus respectivas variables. Como resultado de este proceso se pudo dar cumplimiento a los objetivos planteados, elaborando a la vez las respectivas conclusiones y recomendaciones necesarias sustentadas en una propuesta denominada “PROGRAMA DE DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR”, y así promover el nexo necesario entre la academia, el gobierno y los empresa para conseguir una sinergia llena de conocimientos y experiencias en favor del desarrollo de la Ciudad del Cusco.

El autor

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento protagoniza en rol fundamental en el mundo actual donde los emprendedores y las empresas son actualmente el epicentro de la vida económica de una sociedad (Granell, 2009), siendo así se debe enfatizar el desarrollo de los emprendedores y los factores que lo determinan. Citando a Acosta se tienen tres factores fundamentales que crean un soporte o barrera depende de la situación o el lugar donde los emprendedores desarrollan sus actividades económicas ellos son, los factores sociales medidos por el nivel de cultura y el nivel de educación emprendedora; los factores económicos se analiza mediante el capital financiero disponible que tienen los emprendedores para su inversión, el alcance que nuevas tecnologías para mejorar su desarrollo e innovación (I + D), la infraestructura comercial y profesional esto corresponde al soporte de técnico y herramientas disponibles para el desarrollo empresarial y por último se analiza al factor institucional midiendo la eficiencia de los programas gubernamentales dirigidos al emprendimiento y la capacidad de gestión de las mismas. Estos factores según la investigación son primordiales y determinantes en los dos enfoques que muestra el Banco Interamericano de Desarrollo el Enfoque Cognitivo (Hard skill) y el Enfoque Emocional (soft skill).

Por todo ello, en su estructuración del presente trabajo de investigación se ha tomado en cuenta una propuesta dirigida para los tres actores principales de la triple hélice que a su vez son los mismos protagonistas en el desarrollo empresarial del Cusco; la academia (universidad), la empresa y el gobierno.

El Primer Capítulo, presenta el planteamiento del problema de investigación, formulación de los objetivos y la hipótesis, las variables e indicadores de estudio, justificación de la investigación, ámbito de estudio, limitaciones de la investigación y diseño metodológico.

El Segundo Capítulo, enfoca el marco teórico y conceptual de la investigación; donde resaltan los antecedentes de la investigación, bases legales, bases teóricas resaltando teoría del empresario arriesgado, teoría del emprendedor innovador, teoría de los rasgos de personalidad,

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

teoría del emprendedor de Kirzner, teoría del rol y la teoría de redes, conceptos y teorías referidos a las variables independiente y dependiente.

El Tercer Capítulo, presenta un análisis geográfico, demográfico y económico del centro histórico del Cusco. Este último fue desglosado por las actividades económicas y subsectores destacando las actividades comerciales y de turismo que son de gran importancia en el CHC.

El Cuarto Capítulo, se encuentra el análisis de los resultados mostrando una relación directa e importante con un 0.973 de correlación entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor de esta manera se hace la comprobación de la hipótesis planteada en el primer capítulo.

Finalmente, presento un Programa de Desarrollo del Emprendedor donde se presenta una propuesta para mejorar la interacción que existe las factores del ecosistemas y desarrollo del emprendedor también se encuentran las conclusiones y recomendaciones previamente sustentadas en la programa mencionado (PDE), así mismo, se incluye las referencias bibliográficas empleadas en el estudio de investigación y los anexos correspondientes que demuestran la consistencia del trabajo.

El autor

CAPITULO I

DISEÑO METODOLÓGICO

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En los últimos años, la creación de nuevos negocios y el incremento de empleo se han convertido en temas clave para el desarrollo económico de los países lo cual no sucede en la realidad peruana existen múltiples factores del ecosistema empresarial que reaccionan como barrera frente al desarrollo del emprendedor, en el estudio GEM (2012) se obtiene que del 100% de emprendedores potenciales solo el 18% alcanza a la etapa de emprendedor establecido, Esta cifra demuestra la existencia de factores que ahuyentan y desalientan el crecimiento y desarrollo del emprendedor obstaculizando la expansión de la actividad económica. A nivel académico también ha fraguado la creación del emprendimiento empresarial y la función que este conlleva como un campo de investigación de las unidades económicas, en la actualidad la universidad frente al emprendedor/empresa existe una interacción nula sin aporte en ninguno de los dos frentes, esto se va sumando a un ecosistema inapropiado para el desarrollo del emprendedor. De igual manera sucede en el ámbito gubernamental donde las autoridades nacionales, regionales y mucho menos locales ofrecen un escenario amigable y favorable para el emprendimiento mostrando una ausencia de programas y políticas gubernamentales que alienten el crecimiento y desarrollo del emprendedor.

Numerosos estudios nos muestran las características del panorama del emprendedor, a nivel mundial el Perú ostenta un nuevo título al ser el quinto país más emprendedor del mundo, según el General Entrepreneurship Monitor (GEM) sin embargo, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) señaló: “El Perú no debe sentirse satisfecho con este nuevo título, pues a decir del gremio empresarial aún estamos muy lejos de contar con un Estado que promueva las condiciones de competencia en el camino correcto hacia la competitividad

nacional”¹. Según el último estudio realizado por GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) y la Universidad ESAN, al año 2012, informa que la TEA (La Actividad Emprendedora Temprana) para Perú fue de 20,2%, mostrando una reducción de 2.7 puntos porcentuales menos que en el 2011².

Según la (GEM 2012), el desarrollo del emprendedor comienza con la iniciativa emprendedora denominando la primera etapa; emprendedor potencial pasando luego a ser un emprendedor naciente, nuevo y establecido respectivamente, si bien es cierto el Perú muestran un alto nivel de emprendimiento con respecto a los países de Latinoamérica pero también es uno de los países con mayor de discontinuación del emprendedor teniendo como referencia al estudio (GEM 2012) para el 2011 el 14.7% de la población se convirtió en emprendedores nacientes, el 6.2% se convirtió en emprendedores nuevos y para el 2012 solo el 5.1% se convirtió en emprendedores establecidos y la situación en nuestro entorno local es más preocupante el Colectivo Integral de Desarrollo(CID) arroja cifras alarmante con respecto al emprendedor en la región cusqueña donde el 23% de emprendedores iniciados mediados del 2013 ya no continuaron sus actividades económicas para los finales del 2014.

Con la estadística nacional y más aún la información local demuestra que el problema es latente sobre el desarrollo del emprendedor. Este problema perjudica al crecimiento y desarrollo económico de la región y el país ya que al no desarrollarse un emprendedor no se genera actividad económica por lo cual impide llegar a una economía basada en la innovación³, los emprendedores son la fuente primara para potenciar una economía de un país, por el cual el

¹ Actualidad Empresarial. (12 de Mayo de 2015). Actualidad Empresarial. Obtenido de Boletín Informativo: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=3648>

² Global Entrepreneurship Monitor. (8 de Noviembre de 2013). GEM Perú 2012 Report. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/>

³ GEM (2012), en esta etapa, el impulso al emprendimiento es un factor clave para mantener el desarrollo. Por ello, se debe invertir en aquellas condiciones específicas que impulsen una conducta emprendedora orientada al dinamismo y la innovación, al mismo tiempo que se busque mantener los requisitos básicos y potenciadores de eficiencia ya desarrollados.

desarrollo del emprendedor es vital para para la competitividad del país más aun en el centro histórico del Cusco donde que este aporta con un 47% al PBI de la Ciudad del Cusco por eso es de vital importancia realizar un estudio que determine el tipo de relación que existe entre factores del ecosistema empresarial para plantear propuestas y soluciones frente a las barreras que existan.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del cusco?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- a. ¿Cuál es la situación actual de los factores del ecosistema empresarial en el centro histórico del Cusco?
- b. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de emprendedores en el centro histórico del Cusco?
- c. ¿Qué propuesta mejora el desarrollo del emprendedor donde los factores del ecosistema se ven inmersos?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del cusco.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a. Determinar la situación actual de los factores del ecosistema empresarial en el Centro Histórico del Cusco.

- b. Determinar el nivel de desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco.
- c. Desarrollar el Programa de Desarrollo del Emprendedor (PDE) incluyendo a los factores del ecosistema empresarial.

1.5. JUSTIFICACIÓN

1.5.1. TEÓRICA

Conscientes de la importancia que hoy posee el emprendedor como generador de la actividad económica, el estudio tiene repercusión teórica sobre el emprendimiento y sus actores principales que son la academia y las instituciones gubernamentales teniendo cuenta la teoría del rol que enfatiza tres factores determinantes en el ecosistema empresarial del emprendedor en los cuales el trabajo de investigación desarrolla conceptos básicos sobre cada indicador en el factor social, factor económico y factor institucional cada uno de estos se ve reflejado en la rueda tecno polis planteado por Smilor, Kozmetsky y Gibson (1998) a su vez se tiene la teoría del emprendedor innovador, arriesgado, teorías que contribuyen a conceptualizar la variable desarrollo del emprendedor teniendo como ejes principales; enfoque cognitivo y emocional. De esta manera se contribuye a la acumulación de conocimientos a través de nuevos conceptos que permitirá ver y analizar al emprendedor como una fuerza motriz en la economía.

1.5.2. METODOLÓGICA

El resultado de la investigación, es producto del desarrollo de instrumentos de recolección de datos especializados y validados mediante “criterio de jueces”, como una Encuesta con Entrevistador Cara a Cara dirigida a emprendedores y propietarios de una microempresa, aplicadas a 156 emprendedores en el centro histórico del Cusco en diferentes actividades económicas predominando el comercio. De igual manera, se ha considerado necesario apoyarse en

un análisis de expertos, el cual ha consistido en analizar información relevante en el entorno empresarial que está viviendo actualmente el emprendedor cusqueño. La Encuesta con Entrevistador Cara a Cara dirigida a Nadia Droubi, directora de emprendimiento Cuso Internacional que lidera proyectos sociales en favor de jóvenes con talento en los negocios y Richar Atausinchi promotor de emprendimiento de Fondo Empleo. De esta manera ha sido estructurada para que el nivel de escala varíe en función al tipo de variables a utilizar, así como a la categorización por intervalo de las respuestas propuestas. Para el caso de las variables independientes, como para las dependientes, el proceso estadístico permitió, la interpretación de cada variable, estableciendo las medidas de resumen y las de dispersión; el cruce de variables, con la interpretación respectiva; así como el análisis de la incidencia de los factores para lograr un nivel de correlación significativa. Para el procesamiento de la información de variables cuantitativas, se ha empleado el software estadístico SPSS en su versión 12.0 así como el programa Microsoft Excel XP en calidad de apoyo para presentación gráfica; mientras que, para las variables cualitativas se ha considerado criterios de diagnóstico. Este tratamiento permitió precisar la situación de los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en la centro histórico del Cusco. Finalmente la metodología de recolección y gestión de datos, fue enriquecida gracias a los valiosos aportes de docentes y expertos que apoyaron en la realización del presente estudio y así brindar herramientas para continuar con esta línea de investigación mejorando.

1.5.3. PRÁCTICA

Como hemos indicado, el fin de la presente investigación es profundizar en el desarrollo de los emprendedores una opción estratégica viable para el logro de ventajas competitivas sostenibles en

el tiempo y la identificación de la influencia de los factores del ecosistema empresarial que ejerce sobre el desarrollo de los emprendedores por lo cual se desarrolló una propuesta que mejore las capacidades del emprendedor, así incrementando sus habilidades cognitivas y emocionales pero también se propone dinamizar aquellos ejes que actualmente no tienen participación coordinada con los emprendedores en el Cusco estos son la academia se tiene la Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco y la Institucionales gubernamentales quien será asumida por municipalidades locales creando así una triple hélice que contribuya a crear empresas Spin off basadas en el conocimiento y la tecnología.

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe una relación directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del Cusco.

1.6.2. HIPÓTESIS ESPÉCIFICOS

- a. La situación actual de los factores del ecosistema empresarial en el centro histórico del Cusco es poco favorable para el desarrollo del emprendedor.
- b. El nivel de desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco es superior en el enfoque cognitivo frente al enfoque emocional.
- c. El Programa de Desarrollo del Emprendedor (PDE) permitirá crear un networking entre la academia e intuiciones gubernamentales para el beneficio del emprendedor del centro histórico del Cusco.

1.7. VARIABLES

1.7.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Factores del Ecosistema Empresarial.

1.7.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo del Emprendedor.

1.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La tabla *N° 1* detalla las variables que se toman en esta investigación, Factores Ecosistema Empresarial y el Desarrollo del Emprendedor; cada una con sustento teórico, dimensiones e indicadores respectivo.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE		CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES
INDEPENDIENTE	Factores del Ecosistema Empresarial	Son todos aquellos elementos que intervienen colaborando o creando barreras en el emprendedor y su empresa, estos tienen una importante influencia en el crecimiento y desarrollo del emprendedor junto al negocio emprendido. ⁴ .	Factor social	Nivel de educación emprendedora
				Nivel de cultura emprendedora
			Factor Económico	Capital Financiero
				Investigación y desarrollo
				Infraestructura Comercial y Profesional
			Factor Institucional	Eficiencia de Programas Gubernamentales
				Capacidad de Gestión
DEPENDIENTE	Desarrollo del Emprendedor	Es un proceso continuo y circular determinado por una serie de procesos que son adquiridas en el tiempo acumulando habilidades y conocimientos (soft skill, hard skill), creando e innovando ideas por parte del emprendedor, dicho proceso toma como punto de partida la gestación de la idea del emprendedor y culmina parcialmente con el emprendedor establecido para luego repetir el proceso con una nueva iniciativa ⁵ .	Enfoque Cognitivo del emprendedor	Nivel de gestión Empresarial
				Nivel de Innovación y creatividad
				Grado de Comunicatividad
				Grado de percepción de oportunidades y riesgo
				Nivel de conocimiento del negocio
			Enfoque Emocional del emprendedor	Nivel de capacidad de realización personal
				Nivel de Autoconfianza

Fuente: Elaboración propia en base a la revisión de la literatura correspondiente

⁴ Acosta, I., Pérez, M., & Hernández, J. (2009). Las Pymes en el Desarrollo de la Economía Social. Factores de Éxito. Subsector Contratista del Municipio de Lagunillas del Estado de Zulia. Negotium, 100-120. Pág. 112.

⁵ Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). DESARROLLO EMPRENDEDOR América Latina y la experiencia internacional. Washington: IDB Bookstore. Pág. 10.

1.9. TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.9.1. SEGÚN EL ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque Cuantitativo, puesto que *“utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer patrones de comportamiento de una población y probar teorías”*⁶.

1.9.2. SEGÚN LA NATURALEZA DE LOS OBJETIVOS EN CUANTO AL NIVEL DE CONOCIMIENTO QUE SE DESEA ALCANZAR

FIGURA 1: NIVELES DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Adaptado de Supo, José (2014). *Seminarios de Investigación Científica* págs. 45-49

La investigación alcanza un nivel relacional por demostrar la dependencia entre eventos, en este caso se estudia la relación de los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor. Es relacional (correlacional)⁷ porque la investigación tiene como finalidad dar conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más

⁶ Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología De La Investigación*. 5ta. edición. México. Editorial Mc. Graw-Hill. Pág.4

⁷ Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología De La Investigación*. 5ta. edición. México. Editorial Mc. Graw-Hill. Pág.81.

conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación en un contexto en particular.

1.9.3. SEGÚN EL PERÍODO DE TIEMPO DE LA INVESTIGACIÓN

“Los diseños de Investigación Transaccional o Transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede”

1.10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigaciones No Experimentales: son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables, y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.⁸

1.11. FUENTE DE DATOS

Se utilizó datos primarios y secundarios.

1.11.1. FUENTES PRIMARIAS

- Encuestas aplicadas a emprendedores del Centro Histórico del Cusco
- Entrevistas realizadas a expertos en el tema de emprendimiento empresarial.

1.11.2. FUENTES SECUNDARIAS

- Fuentes Bibliográficas.
- Artículos científicos especializados en el tema de emprendimiento empresarial y desarrollo empresarial.
- Exposiciones de expertos en el tema de emprendimiento.
- Base de Datos de empresarios del Cusco (Municipalidad Provincial del Cusco)

⁸ Ídem. Pág.149.

1.12. DELIMITACIÓN

1.12.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se desarrolló en el centro Histórico del Cusco limitando al norte con la plazoleta de San Cristóbal, al este con el barrio de recoleta, al oeste con la estación ferroviaria de San Pedro y finalmente al Sur se encuentra La Estación ferroviaria de Wanchaq, se aplicó una encuesta dirigida a los emprendedores formalizados de la zona para luego ser procesada y analizada.

1.12.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizó aquellos emprendedores que iniciaron sus actividades económicas desde Enero del 2014 hasta Diciembre del mismo año.

1.13. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

a. Encuestas.- Su finalidad es indagar la problemática de estudio recogiendo información valiosa de los emprendedores del Centro Histórico del Cusco. Para la elaboración del cuestionario se analizaron varios instrumentos publicados sobre encuestas de los factores determinantes y su incidencia en el desarrollo del emprendedor.

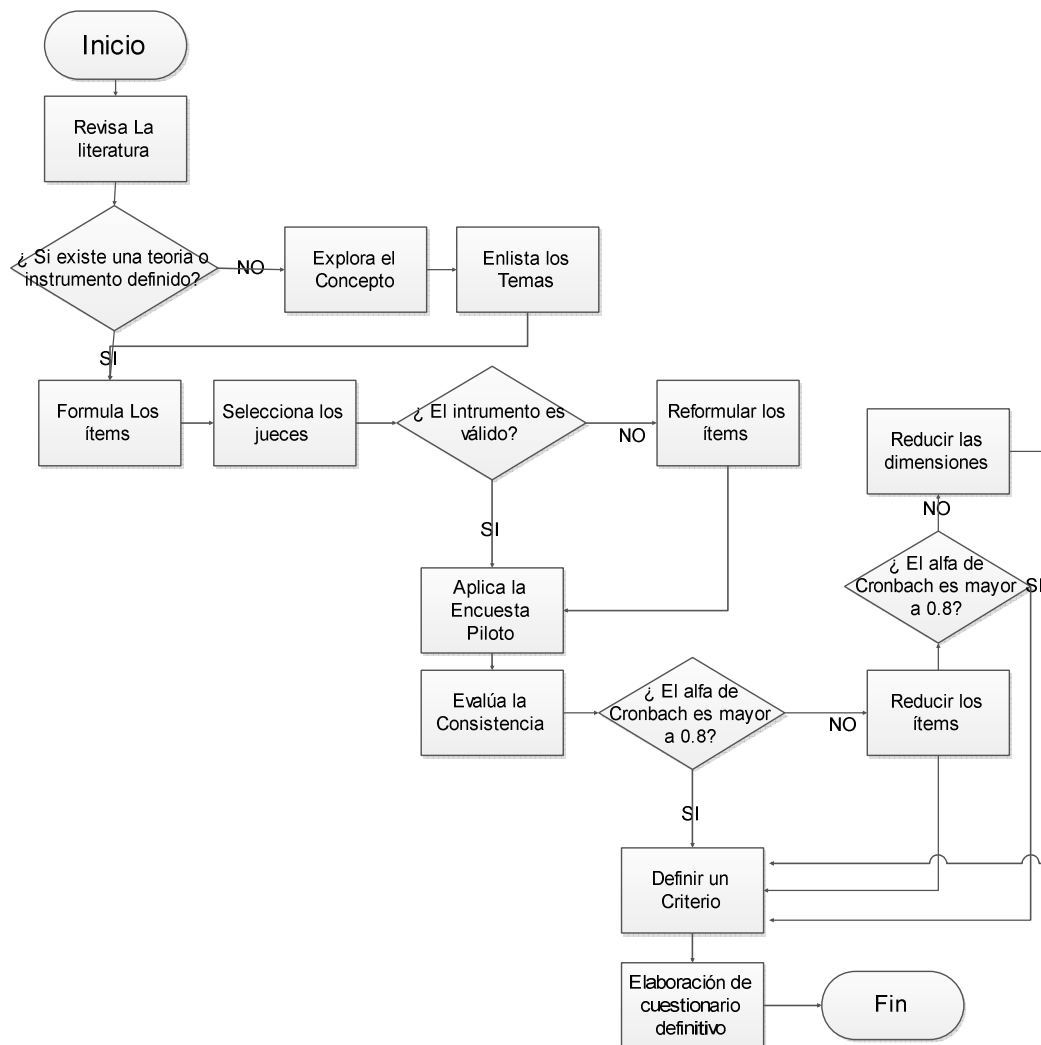
1.14. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento de recopilación de información fue el cuestionario el cual se aplicó a los emprendedores del Centro Histórico del cusco.

1.14.1. DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El instrumento de medición debe ser diseñado y validado correctamente, porque este será vital para la adecuada recolección de datos. En la investigación se utilizó el método planteado por José Supo.

FIGURA 2: FLUJO GRAMA DEL DISEÑO Y CREACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN



Fuente: Elaboración propia en base la propuesta de Supo, José (2014). *Como validar un Instrumento: Aprende a crear y validar instrumentos como un experto* págs. 1-50.

PASOS DEL DISEÑO Y CREACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El cuestionario es una herramienta fundamental en el proceso de investigación, por lo cual su elaboración debe ser minuciosa y pasar un proceso de mejora como la que propone el Dr. Supo, el siguiente proceso tiene como objetivo:

- El funcionamiento del cuestionario.

- La validez y confiabilidad del instrumento.
- La utilización de un lenguaje adecuado.
- La extensión del cuestionario.
- La redacción de las preguntas.

PASO N° 1. Revisar la Literatura

En esta etapa se investigó sobre una teoría o instrumento existente, para enfrentar tres situaciones; la primera que el concepto está completamente definido, segundo parcialmente definido y tercero completamente indefinido. La investigación se basó en teorías definidas.

PASO N° 2 y 3. Explorar el Concepto y Enlista los temas

La investigación se encontró con teorías definidas, por lo cual no fue necesario la exploración de conceptos (mediante una entrevista profundizada para la población y/o expertos).

PASO N°4. Formula los ítems

Los ítems fueron planteados de las dimensiones e indicadores existentes por cada variable conceptuada definida, teniendo un total de 38 ítems debidamente proporcionada por cada indicador según su importancia y la complejidad de medición con sus respectivos objetivos. (Ver anexo N°16)

PASO N° 5. Selecciona los Jueces

Los jueces⁹ (Ver anexo N°15) fueron de vital importancia para validar el instrumento de medición con su experticia en el campo investigativo, de los 37 ítems planteados inicialmente fueron reformulados el ítem N°23 y reformulando 2 ítems del indicador capacidad de realización personal y añadiendo 1 ítem (Dimensión Enfoque psicológico del emprendedor).

PASO N° 6. Aplica la Prueba Piloto

⁹ Supo (2014), Juez es aquella persona que nos ayuda a evaluar los ítems que hemos formulado y si bien son investigadores, su línea de investigación no necesariamente es la misma que la nuestra, de manera que no necesariamente son expertos en el tema que estamos investigando.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Con la depuración de los ítems por parte de los jueces se realizó una encuesta piloto de 30 cuestionarios, debidamente proporcionada por cada actividad económica registrada en los emprendedores del Centro Histórico del Cusco (ver anexo N°14)

PASO N° 7. Evalúa la Consistencia

Luego de realizar la encuesta piloto, se procedió a realizar los análisis de fiabilidad y validez como instrumento de medida. Teniendo en cuenta que toda escala de medición debe ser válida (en el sentido de ser capaz de medir aquellas características que pretende medir y no otras) y fiable (con mínimo error en la medida) para poder sacar conclusiones basándose en sus resultados, los datos procedentes de la encuesta piloto, se sometieron al examen de fiabilidad empleando el Coeficiente *Alfa de Cronbach*. Los garantiza una alta consistencia interna entre los ítems destinados a evaluar los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor del centro histórico del Cusco con un *Alfa de Cronbach* de 0.984 (Ver Tabla N° 2).

Tabla 2: ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD PARA LA PRUEBA PILOTO DE FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.

Variables	Dimensiones	ITEMS	Alfa de Cronbach
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	Factor Social	1,2,3,4,5	0.909
	Factor Económico	6,7,8,9,10,11,12	0.914
	Factor Institucional	13,14,15,16,17	0.875
DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR	Enfoque Cognitivo del emprendedor	18,19,20,21,22,23,24, 25,26,27,28,29,30,31, 32	0.910
	Enfoque emocional del emprendedor	33,34,35,36,37,38	0.955
Total			0.984

Fuente: Elaboración propia, procesado y analizado en el software de SPSS, en base a la prueba piloto.

PASO N° 8. Reduce o reformular los ítems

En la dimensión *enfoque cognitivo del emprendedor*, en el ítem 23 y 24, se replanteó para incrementar el alfa de Cronbach.

PASO N° 9. Reduce las dimensiones

Como el coeficiente de alfa de Cronbach fue mayor de 0.8 no fue necesario reducir ninguna dimensión.

PASO N°10. Identifica el criterio

Se adquiere el estándar de oro (Golden estándar), etapa final donde cada ítem posee un objetivo y así el constructo pasó todas las pruebas requeridas (la prueba de validez y la confiabilidad) para su elaboración final (ver anexo).

PASO Final. Elaboración del cuestionario final

Con todo el proceso planteado por el Dr. Supo se pasó a realizar el cuestionario final, que se estructuró en 3 partes: La primera parte del cuestionario contiene preguntas demográficas. Las variables incluidas son: edad, género y nivel de instrucción.

- La segunda parte contiene 17 ítems relacionadas con los factores del ecosistema empresarial: *Factor Social, Factor económico y Factor institucional*.
- La tercera parte contiene preguntas relacionadas con la medición del desarrollo del emprendedor, realizada a través de 21 ítems agrupados en dos dimensiones: *Enfoque Cognitivo del Emprendedor y enfoque psicológico del emprendedor* (Ver Anexo N°17)

1.15. POBLACIÓN Y MUESTRA

1.15.1. POBLACIÓN DE ESTUDIO

- La población de la investigación radica en todos los emprendedores existentes en el centro histórico.
- El tipo de muestreo utilizado fue:

Probabilístico: Este se basa en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra a través de una fórmula.

El método a utilizar fue **“Muestreo estratificado”** este simplifica los procesos y suelen reducir el error muestra para un tamaño dado de la muestra. Consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra. Este a su vez se divide en **afijación proporcional** este distribuye a los emprendedores de acuerdo con el peso (tamaño) de la población en cada sector económico. Con el tipo de muestreo, el método utilizado y el subtipo de método se determino la muestra.

La investigación se realizó a emprendedores con las siguientes características:

- Mayores de edad (más de 18 años).
- Que sean propietarios y administradores de una microempresa.
- Que estén debidamente formalizados.
- Que hayan iniciado sus actividades desde enero del 2014 y diciembre del mismo año.

Teniendo en cuenta estas características, la población para la unidad de estudio para la investigación es de 261 emprendedores, con respecto a la base de datos manejado por la Sub – Gerencia de la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa del Gobierno Municipal del Cusco (ver anexo N° 20)

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

Dónde:

N= 261

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza: 1.962

p= proporción esperada: 50% = 0.50

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

q= proporción actual: 50% = 0.50

e= error 5%

$$n = \frac{(1.962)^2(0.50)(1 - 0.50)261}{(0.05)^2(261 - 1) + (1.962)^2(0.50)(1 - 0.50)}$$

$n = 156$

Para nuestra investigación, se necesitó una muestra de 156 emprendedores que hayan comenzado su actividad económica desde enero del 2014 hasta diciembre del mismo año. Dicha muestra se distribuyó de la siguiente manera:

TABLA 3: SECTORES ECONÓMICOS.

COMERCIO (SECTOR PRIMARIO)	PRODUCCIÓN (SECTOR SECUNDARIO)	SERVICIOS (SECTOR TERCEARIO)	TOTAL
23%	22.5%	54.5%	100%
36	35	85	156

Fuente: Elaboración propia según la base de datos de la municipalidad provincial del Cusco de la oficina de MYPES - 2014

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

TABLA 4: ACTIVIDADES ECONÓMICAS

ACTIVIDADES ECONOMICAS		
ACTIVIDAD	%	N°
ACT. NO ESPECIFICADAS	12%	19
ARTESANIA	12%	18
COMERCIO	18%	28
HOTELES	8%	12
PANADERIA Y PASTELERIA	4%	6
SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN	25%	38
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	3%	5
SERVICIOS DE DIVERSIÓN	3%	5
SERVICIOS DE SALUD	8%	12
TEXTILERIA	5%	7
TURISMO	3%	5
TOTAL	100%	156

Fuente: Elaboración propia según la base de datos de la municipalidad provincial del Cusco de la oficina de MYPES – 2014.

1.16. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

En la presente investigación, la unidad de estudio son los emprendedores formalizados ubicados en el Centro histórico del Cusco, a quienes se les aplicó la encuesta.

La recolección de datos se obtuvo a través de grupos de trabajo de emprendedores (comerciantes y artesanos) sumando un total de 30% de la muestra (47 emprendedores) facilitado por el Gobierno Municipal del Cusco, y como también se utilizó la plataforma virtual de Survey Monkey obteniendo el 21% (33 emprendedores) de la muestra y finalmente se realizó el trabajo de campo para completar el 49% (77 emprendedores) de la muestra.

Los datos obtenidos fueron tratados mediante el uso de las herramientas estadísticas como SPSS versión 22.0 y Microsoft Office Excel 2010, donde se realizó la tabulación respectiva de las encuestas para la posterior elaboración de los gráficos respectivos para cada ítem; y finalmente concluir con la comprobación de la hipótesis planteada.

Éstos valieron para dar solución a la realidad problemática del presente estudio, planteando así las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado.

1.16.1. SURVEY MONKEY

El 21% de la muestra (33 emprendedores) se recabo información a través de la plataforma virtual de survey monkey que permitió recabar datos confiables a través de herramientas en línea como Facebook, Hotmail y Gmail.

1.16.2. SPSS

Una vez finalizada la fase de recolección de datos, se procedió a la codificación de los mismos y a su tabulación mediante la grabación de los datos contenidos en cada una de las encuestas, para todo ello se utilizó la hoja de cálculos Microsoft Excel en su versión 2010 y el programa SPSS versión 22.0, paquete estadístico para procesamiento de datos cuantitativos.

1.16.3. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL

Se utilizó la estadística descriptiva para ordenar los datos, resumirlos y clasificarlos con objeto de tener una visión más precisa y conjunta de las observaciones, intentando descubrir de esta manera posibles relaciones entre los datos. Se utilizó la distribución de frecuencias, para hacer la presentación de datos provenientes de las observaciones realizadas en el estudio, estableciendo un registro de la cantidad de observaciones. Lo anterior facilita un mejor análisis e interpretación de las características que describen y no son evidentes en el conjunto de datos brutos o sin procesar.

También se representó gráficamente, mediante barras y figuras circulares; con la finalidad de tener un mejor panorama de los resultados obtenidos. En base a los resultados del análisis de datos y al marco teórico, se pretendió comprobar la hipótesis planteada; para ello se empleó la correlación *r de Pearson*.

1.16.4. ESCALA LIKERT

De los diversos tipos de escalas, aquí nos limitamos a las denominadas escalas tipo Likert. Son las más conocidas y se denominan así por su autor, Rensis Likert que sistematizó el proceso de construcción. En conjunto es el sistema más sencillo y de características no inferiores a los otros tipos de escalas por lo que es posiblemente el procedimiento más utilizado. Lo que hizo este autor, fue extender a la medición de las actitudes lo que ya era común en la medición de los rasgos de personalidad: la suma de una serie de respuestas a ítems supuestamente homogéneos (que expresan el mismo rasgo) sitúa al sujeto en la variable medida.

Para evaluar los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor, en el presente estudio se manejaron las 3 dimensiones de la variable independiente y 2 dimensiones del desarrollo del emprendedor. Para este cálculo se utilizó el sistema de puntuación Likert, según detallamos a continuación:

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL (1-17)

- Nada Favorable= puntaje promedio hasta 1
- Poco Favorable = puntaje promedio hasta 2
- Medianamente Favorable = puntaje promedio hasta 3
- Favorable = puntaje promedio hasta 4
- Muy Favorable = puntaje promedio hasta 5

DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR (18-37)

- Muy malo = puntaje promedio hasta 1
- Malo = puntaje promedio hasta 2
- Regular = puntaje promedio hasta 3
- Bueno = puntaje promedio hasta 4
- Muy Bueno = puntaje promedio hasta 5

Para la obtención de estos puntajes se promediaron los puntajes totales de los ítems de cada dimensión.

1.16.5. CONFIABILIDAD

“La confiabilidad o precisión de la reproductibilidad mide la capacidad del instrumento de obtener los mismos o similares resultados, al ser aplicado repetidas veces”¹⁰. Para medir la confiabilidad, se utilizó el coeficiente *Alfa de Cronbach*, que mide el grado de coherencia interna de cada una de las dimensiones Del nivel de emprendimiento y el desarrollo empresarial, consideradas en el instrumento de medición. Tomando en consideración el concepto, se obtuvo un total de 0.9 en el *coeficiente alfa de Cronbach*.

1.16.6. VALIDEZ

La validez, se refiere “al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”¹¹. Este procedimiento resulta de vital importancia para la investigación, ya que garantiza la efectividad que puedan tener o no los instrumentos seleccionados para el logro de los objetivos previamente establecidos. Al respecto, cabe destacar que los instrumentos utilizados en esta investigación, fueron validados a través del procedimiento “Juicio de Expertos”, para lo cual se consultó la opinión de tres (02) especialistas, en emprendimiento empresarial; a los cuales se les suministró además del instrumento, una matriz de validación, para que expresaran sus opiniones y en consecuencia, proceder a la realización.

1.16.7. VALIDEZ DE CRITERIO

“Establece la validez de un instrumento de medición al comparar sus resultados con los de algún criterio externo que pretende medir

¹⁰ Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. *Metodología De La Investigación*. 5ta Edición. México. Editorial Mc Graw-Hill. Pág. 207.

¹¹ Ídem. Pág. 205.

lo mismo”¹². Para comprobar esta validez se calculó el *coeficiente de correlación de Pearson* entre los valores totales de la escala, ésta se aplicó tanto a la escala de la variable “Factores del ecosistema empresarial” como a la escala de la variable “Desarrollo del Emprendedor” y la valoración global de cada una de estas variables.

¹² Ídem. Pág. 202.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1. ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES A NIVEL INTERNACIONAL

TESIS DE INVESTIGACIÓN INTITULADO: *“Emprendimiento e investigación en la escala de la formación profesional y la innovación empresarial en Colombia”*

AÑO: 2012

AUTOR:

- Jahir A. Gutiérrez O
- Elimeleth Asprilla M.
- José M. Gutiérrez L.

CONCLUSIONES:

La incredulidad que acompaña el proceso de formación de investigación es tan extensa, que muchos de los que están al frente de procesos de asesoría y consultoría no han elaborado en su vida profesional una sola investigación, razón por la cual muchos de los trabajos no pueden llamarse de dicha manera, ni siquiera los estudios porque no cuentan con una base metodológica o de modelación que garantice saber a ciencia cierta en que se basan y cuáles son sus fundamentos, desde dónde hacen postulados o qué profesan, para que sean reconocidos sus trabajos en dichas categorías investigativas. En otra perspectiva, los trabajos que realizan en las IES, no tienen un propósito holístico, más que el de pasar la prueba, imagen que refleja el poco sentido metodológico que tienen estas para poner a prueba igualmente las aparentes formas en que deben ser construidas las actividades que a estos les incumbe. La preparación de los estudiantes, debe basarse en metodologías más que contenidos para que inclinaciones como las aquí mencionadas tengan algún asomo de credulidad en el medio. El alto índice de deserción académica, está estimado por la manera como todos atienden el lugar que les corresponde. Las IES confían en que

el estudiante asimila más cuando se encuentra confinado a la visualización frente al tablero y no de este al frente del aprendizaje. Los estudiantes insisten que su vocación es titular y que al margen de ello, lo que hay es un camino cierto entre el proceso de graduación y lo que les espera, por cuanto todo está dado para engranar el mundo laboral.

2.1.2. ANTECEDENTES A NIVEL NACIONAL

TESIS DE INVESTIGACIÓN INTITULADO: *“condiciones de éxito de los emprendedores emergentes de Lima en el contexto de globalización”*

AÑO: 2004

AUTOR:

- Susana Isabel Pinilla Cisneros

CONCLUSIONES:

Las principales conclusiones a las que hemos arribado se presentarán en relación a los capítulos desarrollados en el trabajo y en base a las hipótesis sostenidas y presentadas de manera resumida en la matriz de marco lógico al inicio del presente documento.

Con relación a los enfoques de interpretación y a la visión de los actores del Sector de Emprendedores Emergentes:

- En el Perú existe un reconocimiento tardío de la problemática que se gesta en los años 50, 60, pero sólo es advertida por los académicos y estudiosos peruanos en la década de los 80. Ello se debería al sesgo “ruralista” que han tenido las ciencias sociales en esas décadas.
- Existe un desgaste del término “sector informal”, por la diversidad de connotaciones a las que hace referencia perdiendo utilidad conceptual. Su utilización macro conceptual hace perder de vista distintas particularidades.
- La noción de informalidad y/o de sector informal necesita una “limpieza conceptual” y un trabajo de síntesis teórica, retomando lo más valioso ya aprovechable de cada una de las escuelas para llegar a una nueva formulación conceptual.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

- Asistimos a una crisis profunda de los conceptos de Informalidad y sector informal, se hace necesario adoptar un nuevo concepto con una clara y precisa definición sobre la visión de los actores.
- Los actores se sienten empresarios con todas las capacidades de triunfar ante la competencia, pero a la vez se sienten diferentes a los empresarios tradicionales, ante los cuales quieren marcar sus diferencias.
- Se auto perciben como provincianos, conductores de negocios dinámicos, no marginales. Valoran sus capacidades frente a la “flojera” o dejadez” de los limeños y a la competencia.
- No se sienten identificados con los términos creados por los intelectuales que estudian y analizan al sector desde fuera: “micro empresarios”, “informales”, “invasores”, etc.
- Se sienten mejor identificados con los términos “empresarios populares” o “emprendedores emergentes”, porque recoge mejor el espíritu y los anima a trabajar, reconociendo una diferenciación de los empresarios tradicionales.

Sobre los resultados del análisis estadístico – cuantitativo:

- Ha sido muy difícil encontrar y construir información estadística que permita medir la evolución del crecimiento del sector y sus cambios intra sectoriales. Se ha podido elaborar información del PBI Nacional y de Lima por sectores económicos y de la PEA nacional y de Lima por sectores económicos.
- Esta información permite concluir que en la década del 90 se produce el mayor crecimiento del sector sobre todo a nivel de Lima Metropolitana, y que se genera un proceso de tercerización de la economía y del empleo, en detrimento del sector agrícola y manufacturero.

2.1.3. ANTECEDENTES A NIVEL LOCAL

TESIS DE INVESTIGACIÓN INTITULADO: “Emprendimiento Empresarial y la Generación de Proyectos de Base Tecnología en las carreras profesionales de Ingeniería de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco 2011 – 2012”

AÑO: 2014

AUTOR:

- Yesica Rocío Chacón Juro
- Claver Ponce de León Huamán

CONCLUSIONES:

- En la universidad Nacional de San Antonio del Cusco, a través de las carreras profesionales de ingeniería se caracterizan por un bajo emprendimiento empresarial, puesto que las autoridades académicas no promueven la generación de proyectos de base tecnológica como una opción de formar empresas tecnológicas innovadoras.
- Los estudiantes de las carreras profesionales de ingeniería en su mayoría son dependientes económicamente y sus características personales son óptimas (confianza, creatividad, liderazgo e inteligencia), sin embargo presentan un bajo interés para la investigación pues son muy pocos los estudiantes que tienen una idea de proyecto para investigar, e invertirán poco tiempo en su proyecto. La mayoría de estudiantes participa de ferias tecnológicas pero como asistentes.
- Es baja la promoción en investigación y desarrollo de proyectos de base tecnológica en las carreras profesionales de ingeniería, puesto que los laboratorios se encuentran en estado regular (infraestructura, equipos de cómputo, maquinarias y servicio de internet), asimismo se ha observado un regular interés de docentes y estudiantes en la promoción y organización de ferias tecnológicas e incluso algunas carreras profesionales no organizan estos eventos; asimismo los institutos de investigación están desarrollando investigación pero es mínimo o casi nulo el interés en generar proyectos de base tecnológica con la misma inclusión de estudiantes, y la modalidad de titulación mediante el curso PROING ha llevado al desinterés en la investigación.
- Es baja la iniciativa empresarial en las carreras profesionales de ingeniería, puesto que la curricular de estudios ofrece del 5% de asignaturas en gestión empresarial y de investigación, en relación a los eventos académicos se imparten temas de tecnología e innovación pero no tratan temas empresariales ni de incubación de negocios; asimismo existe la presencia de empresas privadas e instituciones públicas que promueven concursos de proyectos para ser financiados, pero estos no cumplen la función de incubadoras y no existe

convenios con empresas privadas o instituciones públicas para incubar proyectos estudiantiles.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1. TEORIAS QUE SUSTENTA EL DESARROLLO DELEMPRENDEDOR

2.2.1.1. TEORÍA DEL EMPRESARIO ARRIESGADO

Para F. H. Knight la función principal de empresario es la asunción del riesgo y no la de dirigir el proceso productivo. La esencia de la actividad empresarial es para Knight la incertidumbre o ausencia de conocimiento total acerca de las consecuencias futuras que se derivan de la misma y, el beneficio, el premio o recompensa por la asunción del riesgo. En conclusión, la incertidumbre y el emprendedor como portador de riesgos son los elementos clave de Knight y la “Escuela de Chicago”.

Sin lugar a dudas, el riesgo es uno de los principales elementos del comportamiento emprendedor. El riesgo es la consecuencia de cambios incontrolados e incontrolables.

Para Knight el cambio no es iniciado por el proceso emprendedor pero el emprendedor utiliza el cambio para sus objetivos. Knight ve el beneficio del emprendedor como una compensación por asumir incertidumbres. En esta aproximación el emprendedor asume el riesgo y como recompensa obtiene el beneficio emprendedor (Ripsas, 1998).

2.2.1.2. TEORÍA DEL EMPRENDEDOR INNOVADOR

La teoría del desarrollo económico como disciplina independiente emerge del trabajo de J. A. Schumpeter. El nombre de la “Escuela Alemana” es el más utilizado para referirse a su tradición. Dentro de esta teoría, *Schumpeter rescata al emprendedor para la ciencia económica al considerarlo el principal activador del desarrollo*

*económico mediante la función de innovador*¹³, definiendo los elementos más importantes: la figura del emprendedor, el concepto de innovación y la teoría de los ciclos (Nueno, 1994; Drucker, 1997; Carrasco y Castaño, 2008; Acs, 1996; Schmude, Welter y Heumann, 2008).

Para Schumpeter (1934 y 1942) la innovación es el factor de crecimiento de la economía capitalista y el empresario su figura central.

Actualmente, los economistas saben que el emprendedor, al igual que la tecnología, es importante y que influye profundamente en la economía. Seguramente la emergencia de la economía empresarial es un acontecimiento tanto de orden cultural y psicológico como económico y tecnológico. Y sus efectos, cualesquiera que fueren las causas, se producen sobre todo en el campo económico.

2.2.1.3. TEORÍA DE LOS RASGOS DE PERSONALIDAD

Las teorías basadas en las características psicológicas de los emprendedores se han ido desarrollando desde que McClelland (1976) publicó su trabajo sobre la alta necesidad de logro presente en los emprendedores de éxito.

Algunos estudios sobre el empresario y la creación de empresas se centran en identificar y explicar las características psicológicas y demográficas de los empresarios que crean empresas y su relación con el éxito o el fracaso de las mismas. El núcleo de las teorías psicológicas se basa en las siguientes suposiciones:¹⁴

- El empresario, persona que decide crear una empresa, tiene un perfil psicológico distinto del resto de la población.
- Los empresarios de éxito tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos.

¹³ Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, Socialismo y democracia*. New York: Harper & Brothers. Pág. 34.

¹⁴ McClelland, D. D. (1976). El poder es el gran motivador. *Emprendimiento Juvenil*, Pág. 54.

A partir de estas suposiciones, las investigaciones se centran en determinar cuáles son los rasgos psicológicos que diferencian a los empresarios de los no empresarios, a los empresarios de éxito frente a los menos exitosos y a los empresarios de los meros gestores.

El objetivo último de este enfoque es poder identificar a las personas con perfil de emprendedor o a los emprendedores de éxito con el objetivo de poder establecer políticas de fomento para la creación de empresas. Se han llevado a cabo dos líneas de investigación diferentes (Brockhaus y Horwitz, 1985):¹⁵

- Características propias de los emprendedores. Esta línea se basa en la idea de que el emprendedor tiene una gran capacidad intuitiva, un sexto sentido y una serie de características innatas, sin las cuales sería igual que el resto de personas.
- Características, rasgos o perfil psicológico que motivan el comportamiento emprendedor. Esta línea engloba el estudio de la necesidad o motivación por el logro (realización), la necesidad de independencia y autonomía, la necesidad de poder (posición dominante), el control interno o autodeterminación, el espíritu de riesgo o de propensión a asumir riesgos, la tolerancia a la ambigüedad, la capacidad de innovación, la creatividad y originalidad, la iniciativa, la asertividad, la orientación eficiente, la planificación sistemática, el compromiso, la baja necesidad de obtener soporte o conformidad, la capacidad de resistencia, insatisfacción o marginalidad.

La principal conclusión de este tipo de estudios es que hay tantas diferencias entre los propios emprendedores como entre emprendedores y no-emprendedores.

2.2.1.4. TEORÍA DEL EMPRENDEDOR DE KIRZNER

¹⁵ Brockhaus, R. H. (1985). La Psicología del emprendedor. *El Arte y Ciencia del Emprendimiento*, 25 - 48. Pág. 31.

Israel Kirzner (1985, 1992) y la “Escuela Austriaca” ven a los emprendedores como descubridores de nuevas oportunidades. El concepto austríaco de la distribución imperfecta de la información fue introducido por Hayek (1945). Para Hayek y Kirzner el centro neoclásico del equilibrio de precios es erróneo ya que la información completa es una asunción imposible. Lo que es realmente importante son los precios establecidos por los emprendedores que reflejan un desequilibrio como resultado de la distribución asimétrica de la información. El ajuste de precios hacia el equilibrio es el rol económico principal del emprendedor. La aproximación de Kirzner se refiere a la teoría de mercados que acepta conocimientos imperfectos y describe el mercado como un proceso de descubrimiento y aprendizaje. Estando alerta de las oportunidades económicas, el emprendedor utiliza la información para su propio beneficio e inicia su proceso de mercado.¹⁶

El aprendizaje es una parte esencial del proceso de manera que el emprendedor se ve forzado a utilizar el nuevo conocimiento para competir en el mercado. Para Kirzner es fundamental el papel que el conocimiento y la creatividad tienen en los procesos de coordinación que se dan en el mercado. Entiende la coordinación como un proceso sistemático en el cual, los agentes del mercado adquieren más y más conocimientos e información mutua, cada vez más completa y exacta, sobre la demanda potencial y las posibilidades de oferta; y considera que la fuerza impulsora de este proceso sistemático consiste en la visión empresarial del descubrimiento.

2.2.2. TEORIAS QUE SUSTENTAN LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.

2.2.2.1. TEORÍA DEL ROL

La teoría del rol trata de explicar por qué existen más empresarios en determinadas zonas o por qué se crean más empresas en algunas áreas geográficas. El entorno en el que predomina la abundancia de un

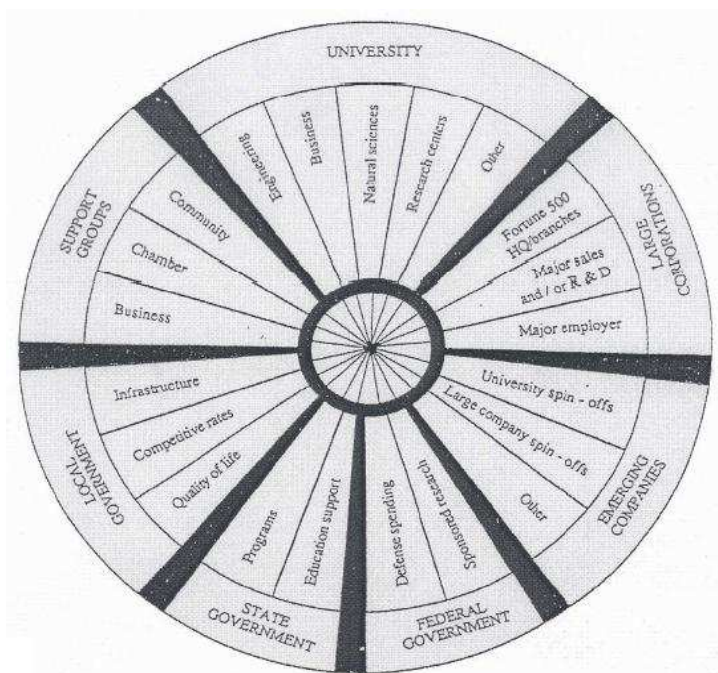
¹⁶ kirzner, I. (1985). *Descubrimiento y el Proceso de Capital*. Chicago: University of Chicago Press. Pág. 34.

sector industrial, o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir, produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nueno, 1994). El futuro empresario advierte que otras personas de características y en circunstancias similares a las de él, han logrado crear y hacer crecer una empresa. Otras investigaciones apuntan que el entorno familiar donde han existido “roles de empresario” condiciona la inclinación profesional de los hijos hacia actividades empresariales, más que hacia otras alternativas profesionales.

Smilor, Kozmetsky y Gibson (1998) desarrollan un marco conceptual que denominan “Rueda Tecnópolis” para describir el proceso de desarrollo tecnológico y de crecimiento económico. Esta rueda refleja la interacción de los siete principales segmentos en la estructura institucional de una tecnópolis: la universidad, las grandes empresas de tecnología, las pequeñas empresas de tecnología, el gobierno estatal, el gobierno local, el gobierno federal y los grupos de apoyo. El estudio considera clave a los individuos influyentes que conectan los siete segmentos importantes de la rueda.

El desarrollo económico no se produce de manera general, sino que se produce entre personas concretas en lugares concretos, porque los empresarios son locales. Fundan recursos. Para la mayoría, este lugar es el suyo. Si la oportunidad, las ideas, los recursos o los ejemplos a imitar, no se encuentran disponibles en el lugar de residencia, lo más probable es que aquéllos que tienen potencial para ser empresarios no funden la empresa ni cambien su residencia para hacerlo.

Figura 3: RUEDA TECNOPOLIS



Technopolis Wheel

2.2.2.2. TEORÍA DE REDES

La influencia que los factores medioambientales ejercen en el comportamiento de los empresarios a la hora de crear una empresa ha dado lugar a una nueva corriente de investigación que analiza cómo el conjunto de relaciones sociales del empresario son determinantes en el éxito de la creación y mantenimiento de las empresas. Las teorías relativas a las redes ven el proceso emprendedor incluido en una red cambiante de relaciones sociales que facilitan y obstaculizan los enlaces entre los empresarios, los recursos y las oportunidades. La base de la red está constituida por las relaciones entre el empresario, clientes, proveedores, entidades financieras, organismos públicos o privados (agencias de desarrollo local, cámaras de comercio, asociaciones profesionales, etc.), familiares, amigos y conocidos.

Las redes se miden en términos de densidad, accesibilidad y diversidad (Aldrich y Zimmer, 1986). Las redes pueden constar de enlaces fuertes (familia y amigos próximos) y de enlaces débiles (conocidos). Se identifican cinco roles principales en el proceso de creación de la nueva empresa: los que facilitan la transformación de

una idea en un plan realístico, los que incrementan las aspiraciones, los que estimulan ideas, los que proporcionan ayuda práctica y los que dan soporte (Dubini y Aldrich, 1991; Rush, Graham y Long, 1987). Los emprendedores tienden a recurrir y aprovechar la ayuda disponible dentro de su red local durante el periodo anterior a la fase de *start-up* y se aproximan a fuentes formales cuando han sentado los elementos de la nueva compañía (Birley, 1985).

Aldrich y Zimmer (1986) tratan de demostrar la aplicación del concepto de red al estudio de la función empresarial. Se centran en cuatro aspectos fundamentales:

- a) Efectos de las fuerzas sociales que incrementan la densidad de red, resaltando los límites e identidad del grupo.
- b) El papel de los intermediarios que incrementan el alcance de la red y la conexión facilitando que se cubra la información y los recursos en la red.
- c) La importancia de la diversidad de nexos para producir empresarios. Demasiada solidaridad ahoga el alma empresarial.
- d) La importancia de los recursos sociales insertos en las redes empresariales. Simplemente, no es lo que sabemos, sino a quien conocemos.

La teoría de redes trata el fenómeno empresarial basado en la cooperación y la confianza, en vez de en la competencia y la desconfianza.

En resumen, la literatura deja claro que las oportunidades no caen del cielo. Las oportunidades surgen dentro y entre organizaciones existentes como un producto de las relaciones que funcionan y de los intercambios. La gente con posición aventajada dentro de una red es la que más a menudo identifica estas oportunidades. Además, explotar una oportunidad requiere de ciertos recursos tanto humanos como de capital, de formación técnica, marketing, etc. El mismo tipo de relaciones dentro de determinadas redes y contactos que son necesarias para identificar oportunidades, son también necesarias para obtener los

recursos necesarios para explotar estas oportunidades (Low y MacMillan, 1988).

El “*networking*” o prácticas de conexión en red son una manera de superar ambos problemas. El trabajo en red es un sistema por el cual el empresario saca provecho de los recursos externos. En su forma más simple, el *networking* consiste en el uso de todas las relaciones personales para obtener asesoramiento, financiación, ventas, etc.

2.2.3. TEORIA QUE SUSTENA LA PROPUESTA

2.2.3.1. EL MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE¹⁷

El “Modelo de Triple Hélice” propuesto por Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff en 1996, postula que las relaciones entre universidad, industria y gobierno son elementos clave en los modelos económicos de una sociedad basada en el conocimiento y especialmente en las estrategias de innovación (Etzkowitz, 2008).

El modelo tiene su origen en EUA donde existe una amplia tradición de colaboración entre los entornos académicos e industriales, entre la universidad y las agencias gubernamentales y entre el gobierno y las industrias. Los autores proponen su modelo para ser utilizado por parte de gobiernos y de organismos de financiación de la investigación, con el objetivo de impulsar la innovación y favorecer el crecimiento económico. La tesis se desarrolla en proposiciones que son a su vez propuestas para llevar a cabo acciones destinadas a potenciar la innovación (Etzkowitz, 2003). El modelo se presenta como un esquema facilitador de la planificación pública de actuaciones, de la toma de decisiones y de la evaluación de la acción pública en temas como la industria, la enseñanza superior y universitaria, y la investigación científica y tecnológica. El modelo se centra en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades y los

¹⁷ Etzkowitz, H. (2003). La innovación en la innovación: la triple hélice de relaciones gubernamentales, de la industria y la universidad. *Información de la Ciencia Social*, 293-337.

entornos científicos como primera pala de la hélice, las empresas e industrias como segunda pala y las administraciones o gobiernos como tercera pala. El modelo asume que la innovación surge de las interacciones y de las comunicaciones mutuas entre los agentes de las tres palas de la hélice.

El núcleo de la tesis de la Triple Hélice es precisamente la expansión del conocimiento en la sociedad y de la universidad en la economía (Etzkowitz, 2002). La sociedad del conocimiento considera la universidad la clave fundamental para el proceso de crecimiento económico y de globalización. Las funciones desempeñadas por la universidad tradicional son la formación y la investigación. A la universidad de la sociedad del conocimiento se le exige una tercera función: su contribución al desarrollo económico y social mediante su participación en procesos de innovación, desarrollando así nuevos conocimientos que permitan afrontar los retos de esta nueva sociedad. En este entorno, Etzkowitz y Leydesdorff (2000) anuncian una nueva revolución académica: “la universidad emprendedora”, que impulsa el emprendimiento tecnológico y asume nuevas funciones como la transferencia de tecnología y la incubación de empresas en sus instalaciones. Estas nuevas actividades dan lugar a un nuevo tipo de personal universitario: el científico-empresario.

Si la universidad es el principal agente de generación de conocimiento, la industria y el estado son las principales instituciones en la sociedad industrial. La industria es el actor principal de la producción y el estado es el agente que regula las relaciones entre los actores.

Estas tres esferas tienden cada vez más a trabajar conjuntamente siguiendo un modelo en espiral, con vinculaciones que emergen a diversos niveles del proceso de innovación. La universidad, la industria y el gobierno toman el papel “del otro” en el modelo de la Triple Hélice. La universidad ejerce el rol de la industria cuanto crea nuevas empresas para capitalizar el conocimiento de sus investigaciones. Las empresas

forman a sus empleados y comparten conocimiento mediante la creación de *joint ventures*. El estado actúa como capitalista público mientras continúa con sus actividades de regulación. La participación del gobierno se lleva a cabo a través de la legislación y del establecimiento de instrumentos e incentivos fiscales fomentan las relaciones entre la universidad y la industria y que además incentivan la creación de empresas en el seno de la universidad.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. EMPRENDIMIENTO

En el siglo XVIII en Francia, el autor Richard Cantillón (1680-1734) introdujo el concepto *entrepreneur* como “el individuo que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores” que reciben ganancias variables e inciertas”¹⁸

La evolución del concepto emprendimiento se ha vinculado con el reconocimiento de la innovación constante pero también propensa al riesgo, como se vio más adelante en el concepto de Adam Smith, además de agregar una definición dinámica donde interactúa el funcionamiento de los sentimientos morales que conllevan al intercambio como motor del desarrollo humano. Alfred Marshall, mencionó el trabajador superior ligado a habilidades de liderazgo, como lo acentuó posteriormente Francis E Walter.¹⁹

El emprendimiento no es una conducta únicamente intuitiva, de carácter, este tiene una base teórica, conceptual; base económica y social, para hacer algo diferente. Trae el concepto de destrucción creativa de Schumpeter, trata de marcar diferencia con al concepto de optimización de los economistas, y defiende que el cambio es sano y que los emprendedores lo deben explotar como un oportunidad.²⁰ Stevenson, el proceso de

¹⁸ Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento y gestión, 132. Pág. 45.

¹⁹ Ídem. Pág. 47.

²⁰ Ídem. Pág. 123

emprendimiento es la búsqueda de una oportunidad, dejando de lado los recursos que se tienen.²¹

Michael Morris, 1998. El emprendimiento no es una disciplina formal, se busca que lo sea, no hay tampoco una teoría universal, se argumenta en base a otras teorías como la psicología, sociología, ingeniería, la economía y la administración; es claro que en su gran mayoría se relaciona con gente normal que quiere realizar sus sueños.²²

Y por último (GEM 2012) define al emprendimiento como: "Cualquier intento de crear nuevos negocios o nuevas empresas, como por ejemplo, el autoempleo, la creación de una organización empresarial, o la expansión de un negocio ya existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido".

2.3.2. EMPRENDEDOR

Según Pedro Nueno²³ y Willian B. Gartner²⁴, recogen algunas definiciones del término "emprendedor" propuestas por investigadores de reconocido prestigio son las siguientes:

- Knight (1921) describe al emprendedor como el que asume inversiones inciertas. El emprendedor se caracteriza por su bajo nivel de aversión al riesgo.
- Para Schumpeter (1942), los emprendedores son líderes y los principales contribuidores al proceso de destrucción creativa, característica esencial del capitalismo.
- McClelland (1961) encuentra que las características del emprendedor son, por una parte, un tipo especial de comportamiento, y por otra, un interés por ocuparse en actividades que implican emprender por su prestigio y por su riesgo.

²¹ Ídem. Pág. 123

²² Morris, M. (1998). *Intensidad empresarial: Ventajas Sustentable para Individuos Organizaciones y Sociedades*. California: Editorial Greenwood publishing group incorporated. Pág. 10.

²³ Nueno, P. (2009). *Emprendiendo hacia el 2020: Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas*. Barcelona: Ediciones Deusto. Pág. 15.

²⁴ Gartner, W. B. (1998). "¿Quién es un emprendedor?" Es la pregunta equivocada. *American Journal of Small Business*, 11-32. Pág. 20.

- El premio Nobel Hayek (1979) pone de manifiesto el papel del emprendedor como ágil captador y utilizador de información. El emprendedor tiene la habilidad de captar información que le lleva a encontrar oportunidades capaces de generar un beneficio.

Actualmente se aplica el término emprendedor a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos para explotar estas oportunidades. Emprendedor es quien descubre la oportunidad, concibe el proyecto y lo pone en práctica. Incluso en las circunstancias más adversas, el emprendedor pone en juego su imaginación y esfuerzo para descubrir oportunidades y transformarlas en negocio. Se describe al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento.

2.3.3. FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL²⁵

Son componentes del entorno del emprendimiento que deben ser identificados y reconocidos porque soportan o amenazan el logro de los objetivos del sujeto emprendedor e incluso su existencia.

Los factores del ecosistema empresarial son los que determinan la actividad económica emprendedora, sobre los que el emprendedor, de partida, no tendría influencia para modificarlos, serían los relacionados con el contexto económico, político, demográfico y tecnológico de un país

Las investigaciones han encontrado que las pequeñas empresas juegan un papel importante en los cambios tecnológicos, sirven como agentes de cambio y regeneración económica, crean nuevos nichos de mercado y crean empleos.

Las regiones económicas poseen una serie de recursos únicos para estimular actividades que conlleven a un desarrollo económico sostenido. La literatura sugiere que existen regiones más propicias para perseguir

²⁵ Acosta, I., Pérez, M., & Hernández, J. (2009). Las Pymes en el Desarrollo de la Economía Social. Factores de Éxito. Subsector Contratista del Municipio de Lagunillas del Estado de Zulia. Negotium, 100-120. Pág. 112.

actividades emprendedoras que otras (Mueller, 2004). Inclusive, existen regiones con características emprendedoras similares y exhiben tasas distintas de desarrollo (Acs & Armington, 2003). Además, la literatura apunta que hay un gran interés por parte de los investigadores por el comportamiento y factores productivos económicos regionales.

2.3.3.1. FACTOR SOCIAL²⁶

Lee et al. (2004) exploraron la conexión entre las características sociales regionales, el capital humano y la creación de nuevas empresas. Su modelo se basa en que la diversidad y la creatividad social tienen un impacto positivo en la actividad emprendedora. Sugieren que la creatividad y la diversidad son recursos críticos para estimular el emprendimiento. También señalan que se debe poner más atención al hábitat y al contexto social en el que el emprendedor ejerce su actividad económica se lleva a cabo.

Los factores sociales integrados en este modelo son la educación y la cultura emprendedora. La educación se analiza a través de la cantidad de las personas formadas con intenciones de crear una empresa (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2004). La cultura se analiza a través de la capacidad innovadora y el fomento del emprendimiento de una región.

2.3.3.1.1. NIVEL DE EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

La “formación de emprendedores” no es sólo enseñar a crear u dirigir un negocio. *Fundamentalmente, se trata de alentar el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal y desarrollar el hábito de realizar una autoevaluación periódica del rendimiento.*

²⁶ Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). La creatividad y el espíritu empresarial: Un regional análisis de la formación de nuevas empresas. *Regional Studies*, 879-891. Pág. 882.

El nivel de educación emprendedora implica cuantificar la calidad que posee el proceso de educación en la educación básica regular.

2.3.3.1.2. NIVEL DE CULTURA EMPRENDEDORA

Es la cantidad optima de cualidades, conocimientos y habilidades necesarias que posee una sociedad con respecto al emprendimiento, para gestionar un proyecto concreto o su rumbo profesional que esté ligada a la iniciativa y acción.

A mayor cultura emprendedora, mayor relevancia e importancia hacia actividades emprendedoras, por eso es necesario impulsar a un crecimiento de la cultura emprendedora.

2.3.3.2. FACTOR ECONÓMICO²⁷

Los factores económicos (Hayton et al., 2002) son aspectos estimulantes al desarrollo económico que sugieren un rol causal de los factores económicos en el desarrollo de los emprendedores. Los determinantes económicos están basados en la tecnología, los mercados financieros y la estructura de los mercados. A estos factores se le incorpora el capital financiero en función del acceso al capital (Liao et al., 2001), el nivel de investigación y desarrollo en función de la relación de la tecnología y el desarrollo (Beugelsdijk et al., 2002; Kirchhoff et al., 2002; Lamboy, 2005), la infraestructura profesional en función de los servicios de apoyo a las empresas, y la infraestructura física en función de su accesibilidad de las utilidades para las empresas nuevas o en desarrollo (Chrisman et al., 2002).

2.3.3.2.1. CAPITAL FINANCIERO

En finanzas, es el capital invertido en entidades y organismos financieros, no tiene por qué referirse al capital invertido en

²⁷ Liao, J., Welsch, H. P., & Pistrui, D. (2001). Determinantes ambientales e individuales del crecimiento empresarial: Un examen empírico. *Journal of Entrepreneurship Culture*, 253-272. Pág. 259.

actividades productivas que generen beneficios para más personas, es decir, no incrementan el capital productivo existente. En muchas ocasiones se ha centralizado intencionalmente bajo el mando de grupos relativamente reducidos, como resultado, tanto de la fusión y absorción de instituciones bancarias y de las empresas de diferentes ramas de la producción, así como por casos de monopolización artificial. (Wikipedia La enciclopedia Libre, 2015)

2.3.3.2.2. INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

El término **Investigación y Desarrollo** hace referencia al “conjunto de actividades emprendidas de forma sistemática, a fin de aumentar el caudal de conocimientos científicos y técnicos, así como la utilización de los resultados de estos trabajos para conseguir nuevos dispositivos, productos, materiales o procesos. Comprende esta actividad la investigación fundamental, la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico.” (Cañibano, L. 1988). El criterio esencial para distinguir las actividades de I+D, de otras semejantes es la presencia de un grado apreciable de creatividad o novedad. Se trata de un activo intangible para la empresa, recogándose este en la contabilidad de la empresa. En los últimos años se ha ido fortaleciendo un nuevo término. I+D+i, haciendo referencia la última i al concepto de innovación.

2.3.3.2.3. INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Se denomina infraestructura comercial y profesional a todos aquellos mecanismos que permitan la creación de empresas que den servicios de soporte a otras empresas en desarrollo con profesionales especializados, otorgando un soporte técnico como asistencia contable y legal, también se considera el acceso de proveedores y subcontratistas.

2.3.3.3. FACTOR INSTITUCIONAL²⁸

Son acciones por parte de las instituciones gubernamentales que permita llevar al emprendimiento alcanzar grandes logros económicos (Yu, 1998). Los determinantes institucionales se construirán con las leyes y reglas que promueven el emprendimiento. A este modelo se le incorpora el factor gubernamental y sus políticas. El factor gubernamental está en función del grado de intervención y el apoyo del gobierno a la actividad emprendedora y desarrollo del emprendedor. El factor político está en función del tamaño del gobierno, el gasto público, impuestos, regulaciones, el marco legal y la eficiencia de cada oficina gubernamental.

2.3.3.3.1. EFICIENCIA DE PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

Consiste en la medición de los esfuerzos que se requieren para alcanzar los objetivos de los programas gubernamentales dirigidos al emprendimientos... El costo, el tiempo, el uso adecuado de factores materiales y humanos, cumplir con la calidad propuesta, constituyen elementos inherentes a la eficiencia. Los resultados más eficientes se alcanzan cuando se hace uso adecuado de estos factores, en el momento oportuno, al menor costo posible y sin desalinearse de los parámetros legales del estado.

2.3.3.3.2. CAPACIDAD DE GESTIÓN

La capacidad de gestión es la habilidad que tiene las instituciones gubernamentales para gestionar proyectos y actividades para impulsar el emprendimiento en forma rápida y confiable; haciendo uso de la recursividad y dinamismo que requiere el hacer que las cosas resulten. Consiste en proporcionar las herramientas y técnicas que permiten al equipo de proyecto (no

²⁸ Kostova, T. (1997). País: perfiles institucionales concepto y medición. Academia de procedimientos de Gestión, 180-184. Pág. 180.

solamente al gerente del proyecto) organizar su trabajo para cumplir con todas esas restricciones.

Otras competencias involucradas son la planificación y organización, la gestión de procesos, el trabajo en equipo, la comunicación.

2.3.4. DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR²⁹

Es un proceso continuo y circular determinado por una serie de procesos que son adquiridas en el tiempo acumulando habilidades y conocimientos (soft skill, hard skill), creando e innovando ideas por parte del emprendedor, dicho proceso toma como punto de partida la gestación de la idea del emprendedor y culmina parcialmente con el emprendedor establecido para luego repetir el proceso con una nueva iniciativa

2.3.4.1. ENFOQUE COGNITIVO DEL EMPRENDEDOR³⁰

El factor cognitivo comprende el conocimiento, las habilidades y los marcos para categorizar y evaluar la información que poseen los individuos en una región. Las habilidades para identificar la información relevante para manejar el riesgo inherente a un negocio deben tener relación con el desarrollo del emprendedor. El conocimiento de cómo iniciar una empresa podría estar disperso en una región (Spencer & Gomez, 2003). El factor regulatorio comprende las leyes, regulaciones, programas de ayuda y políticas gubernamentales para promover la creación de empresas, la reducción de riesgo al comienzo de una empresa, y la facilidad de obtener recursos y tener éxito. Este factor especifica las responsabilidades de los dueños de los pequeños negocios al asignar los derechos de propiedad (Gómez, 2003).

En la siguiente dimensión se analizó los siguientes indicadores:

²⁹ Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). DESARROLLO EMPRENDEDOR América Latina y la experiencia internacional. Washington: IDB Bookstore. Pág. 10.

³⁰ Gálvez, J. d. (5 de Febrero de 2013). Las Inteligencias, la inteligencia cognitiva y la inteligencia emocional. Obtenido de <http://es.slideshare.net/drjimenezrueda/las-2-inteligencias-cognitiva-y-emocional>

2.3.4.1.1. NIVEL DE GESTIÓN EMPRESARIAL

El nivel de gestión empresarial implica el nivel de capacidad de los diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, en emplear sus destrezas para mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio utilizando herramientas de gestión como el marketing y finanzas.

2.3.4.1.2. NIVEL DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD³¹

El nivel de innovación consiste es el conjunto de etapas que van desde la mejora hasta el impacto de la innovación:

El primer nivel es el de mejora. En este nivel realmente no hacemos nada nuevo, simplemente hacemos pequeños cambios y modificaciones a las cosas que veníamos haciendo para ganar en eficiencia.

El segundo nivel es el de cambio. Realmente aquí sí que hay verdadera innovación, ya que hay cambios sustanciales en lo que hace la organización y la forma en la que lo hace. Nuevos productos y servicios, cambios importantes en los procesos de la organización y modificaciones de su modelo de negocio.

El tercer nivel es el de transformación. En este nivel la organización asume innovaciones que cambian su identidad (visión), los modelos de negocio se modifican totalmente y existen nuevos productos y mercados. El cambio en la cultura corporativa es vital.

Por último, el cuarto nivel es el del impacto, donde la actuación de la organización tiene repercusión en el entorno. Si te gustan los cuatro niveles de la innovación difúndelos y piensa en qué nivel está tu organización y hasta dónde quiere llegar.

³¹ Alba, T. (20 de Marzo de 2006). *Diseño Creativo*. Obtenido de Diferencia entre Creatividad e Innovación, de la mano la Clave del Éxito: <http://xn--diseocreativo-lkb.com/diferencia-entre-creatividad-e-innovación/>

2.3.4.1.3. GRADO DE COMUNICATIVIDAD.

El grado de comunicatividad es la frecuencia con la que se interactúa, comunica y se relacionan los actores de una unidad económica. Éstos pueden ser internos –empleados, accionistas, etc.- o externos (clientes, medios de comunicación, gobiernos, agrupaciones empresariales, universidades, público en general, etc.)

El grado de comunicatividad tiene que ver con la gestión de las percepciones, una eficaz y oportuna difusión de la información, una imagen corporativa positiva y una relación positiva con todas las partes interesadas empresa, organización, institución, ONG - organización no gubernamental-, u organismo gubernamental, todos ellos necesitan tener buena imagen y excelente reputación.

2.3.4.1.4. GRADO DE PRECEPCIONES DE OPORTUNIDADES Y RIESGO³²

Es la capacidad que tiene el emprendedor para anticipar y sobrellevar aquellas situaciones que demanden una solución proactiva o una respuesta anticipada. Consiste en la habilidad de gestionar los riesgos y oportunidades que se presenten al salir de la zona de confort.

2.3.4.1.5. NIVEL DEL CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO³³

El conocimiento debe estar enfocado en la cadena de valor desde la logística entrada hasta la logística de salida. El emprendedor debe conocer cada proceso que se realiza en su empresa. Lo vital que uno de saber es sobre los ingresos y egresos, el primero esta

³² Beta permanente. (20 de Diciembre de 2012). *7 capacidades que debe tener todo emprendedor*. Obtenido de <http://betapermanente.es/7-capacidades-que-debe-tener-todo-emprendedor/>

³³ Pymes Autónomos. (12 de octubre de 2010). *Conocimiento Empresarial*. Obtenido de <http://www.pymesyaautosomos.com/management/que-es-el-conocimiento-empresarial>

enfocado al marketing y el segundo a una gestión financiera por lo cual la importancia del conocimiento radica esencialmente en estas dos áreas por lo cual estos han sido objeto de medición.

2.3.4.2. ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR³⁴

El enfoque emocional o psicológico (soft skill) del emprendedor se refiere a los sentimientos y emociones que poseen los emprendedores, mostrando seguridad y entusiasmo en el proyecto empresarial tomando en cuenta el nivel de capacidad de realización personal y el nivel de autoconfianza.

2.3.4.2.1. NIVEL DE CAPACIDAD DE REALIZACION PERSONAL

Es la capacidad para actuar con velocidad y sentido de urgencia cuando son necesarias decisiones importantes para cumplir con sus competidores o superarlos, atender las necesidades del cliente o mejorar a la organización. Implica administrar los procesos establecidos para que no interfieran con la consecución de los resultados esperados.

Las personas dotadas de esta competencia, se hallan orientadas hacia los resultados y poseen una motivación muy fuerte para cumplir sus objetivos y sus exigencias, no vacilan en afrontar objetivos desafiantes y en asumir riesgos calculados, recaban la información necesaria para reducir la incertidumbre y descubrir formas más adecuadas de llevar a cabo las tareas en las que se hallan implicados. Buscan información con respecto a sus logros, es decir buscan una retroalimentación y no solo a nivel económico.

2.3.4.2.2. NIVEL DE AUTOCONFIANZA

³⁴ Veciana, J. (2003). *El fenómeno emprendedor y la dirección estratégica*. 1ra ed. Barcelona: Servei de Publicacions. Pág. 23.

Es la capacidad para realizar una labor con seguridad y ánimo, gracias al conocimiento de las propias habilidades y a la actitud de confianza para afrontar circunstancias nuevas y retador herramienta indispensable para atraer la riqueza, no depende de la cantidad de dinero que tenemos, depende de la experiencia .No se nace con ella, se construye durante toda la vida y por eso no se adquiere de manera integral, por el contrario se va adquiriendo poco a poco, desarrollándose en los diferentes aspectos de nuestra vida. Es así como una persona puede tener mucha confianza en su desempeño como ejecutivo de negocio, pero ninguna cuando se expresa en público.

CAPITULO III

3.1. CARACTERIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO

3.1.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y LÍMITES

El Cusco, actual Capital Histórica del Perú, es también capital del distrito, provincia y departamento del mismo nombre. Se ubica al sudeste del Perú, en los Andes centrales, entre los 12°71'11" de latitud sur y 72°00'49" de longitud oeste a partir del meridiano de Greenwich, a una altura en promedio de 3399msnm. El Centro Histórico se ubica en la zona 19, entre 177,534 abscisa este y 8'503,762 ordenada norte del sistema UTM.

Los límites que el Centro Histórico del Cusco mantiene son; al Norte Con la plazoleta de San Cristóbal, al este con el barrio de Recoleta, al oeste con la estación ferroviaria de San Pedro y finalmente al Sur se encuentra La Estación ferroviaria de Wanchaq.

3.1.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.

Describiendo la ubicación de la ciudad, José María Arguedas ha escrito: “El Cusco está en la región naciente de un valle, en una alta hoyada. La topografía de la hoyada es difícil: colinas, bajíos, pequeños montes y laderas. La ciudad ocupa la parte baja de uno de esos montes, el Sacsayhuamán, a la cabecera del valle, en un campo abrigado pero dominante. Desde el Cusco son visibles las más lejanas montañas que limitan el horizonte: el Sencca, el Pachatusan, el Huanacaure, el Pícol. Y escalando el Cusco alto se divisan los nevados gigantescos y solitarios, el Ausangate y el Salkantay, que presiden todo el mar de cumbres oscuras en que rematan los Andes de la región.”

➤**Ubicación:** El Cusco se encuentra ubicado en la región sur-este del Departamento del Cusco.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

➤ **Límites:** *Por el Norte:* Plazoleta de San Cristóbal; *por el Este:* barrio de Recoleta; *Por el Sur:* se encuentra La Estación ferroviaria de Wanchaq y *por el Oeste:* estación ferroviaria de San Pedro.

➤ **Clima:** promedio anual es de 10.5°C y 13°C.

➤ **Extensión:** 245.63 hectáreas y un perímetro de 11460.81 m²

➤ **Población:** 14,300 habitantes distribuidos en el área central y los barrios tradicionales de San Blas (Tococachi), Santa Ana (Carmenqa) y San Cristóbal (Qolqanpata). La densidad poblacional promedio en el área histórica es de aproximadamente 68.69 hab/ha.

➤ **Altitud:** Promedio 3399msnm.

3.1.3. DEMOGRAFÍA

El Centro Histórico de Cusco (CHC) viene sufriendo un drástico proceso de despoblamiento, En 1981, en 163 manzanas habitaban 27,106 personas (Censos de población 1981 y 1993 INEI); en 1993 vivían 24,846 personas y, en 1997 la población descendió a 16,355 habitantes, en 2003 cayó a 15040 personas y en el último censo del 2007 La población del centro histórico del Cusco tuvo un leve descenso teniendo 14300 habitantes. Esto motivo por el incremento de negocios ubicados en el centro neurálgico del Cusco; hoteles, restaurantes, oficinas de consultorías, abarrotes, etc.

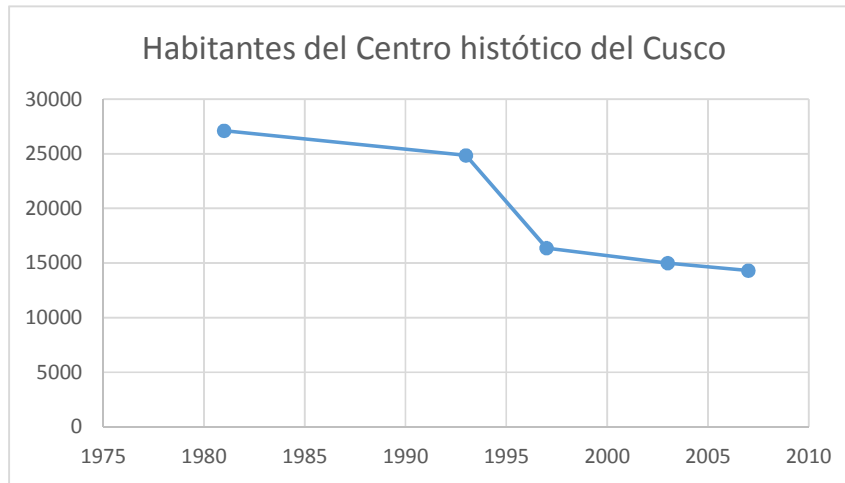
La población del CHC representa el 13.2% del distrito de Cusco y el 4.9% de la ciudad del Cusco. (Catastro de Guamán Poma. “Crónicas Urbanas”. 2009 Cusco.)

TABLA 5: PRONOSTICO DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICOS DEL CUSCO.

Año	1981	1993	1997	2003	2007
Habitantes	27106	24846	16365	15000	14300

Fuente: Adaptado de INEI (2007) y Catastro de Guamán Poma “Crónicas Urbanas” (2009)

FIGURA 4: PROYECCIÓN DE LOS HABITANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.



Fuente: Adaptado de INEI (2007) y Catastro de Guamán Poma “Crónicas Urbanas” (2009)

3.1.4. ECONOMÍA

El desarrollo de las actividades económicas en el Centro Histórico del Cusco carece de criterios de planificación territorial y normatividad específica que reglamente las características e implicancias de las actividades económicas. Por lo que se presentan sectores con deterioro socioeconómico.

3.1.4.1. PRINCIPALES VARIABLES ECONÓMICAS

El Producto Bruto Interno o PBI que mide el flujo de bienes y servicios producidos, aplicado al Centro Histórico, refiere que las actividades económicas que se desarrollan dentro de él, participan con el 46 % del PBI de la ciudad, en razón a que en el CHC se ubica la mayoría del sistema financiero, actividades turísticas y de servicios diversos y, gran cantidad de comercios e instituciones. (Estimaciones del área del Plan Maestro del CHC 2010)

En 2009 la estructura del PBI por sectores indicaba que el aporte del sector servicios era el 46.5% y el sector transformación del 19.2% (Cuentas Departamentales. 2010 INEI y BCR) mientras que el PBI por actividad económica en el mismo año muestra la siguiente estructura: Sector Turismo

el 32.4% e industria y manufactura obtiene el 9.5% (incluye industria cervecera y malta por encontrarse en el ámbito del CHC), alquiler de vivienda 11.8%, producción de servicios gubernamentales 8.4% y otros servicios el 35.9% (incluye la actividad financiera).

La población económicamente activa o PEA (población en capacidad o disposición de trabajar) de 6 años y más en actividad, se ocupa en las siguientes actividades económicas: En servicios 77.14 % implicando que esta población trabaja en turismo, comercio y actividades financieras y transformación 22.86 %.

La PEA de más de 15 años se ocupa como: Obreros el 9.6 % aproximadamente, empleados el 37.92 %, trabajadores independientes el 31.34 %, empleadores el 3.59 % y trabajadores no remunerados el 4.60 %, trabajadoras del hogar 6.24 %, quienes buscan trabajo por primera vez representan el 4.43% y otros el 2.27 % (Censo del INEI). Los empleados, trabajadores independientes y sub-ocupados llegan a constituir el 69.4 % del total de la PEA.

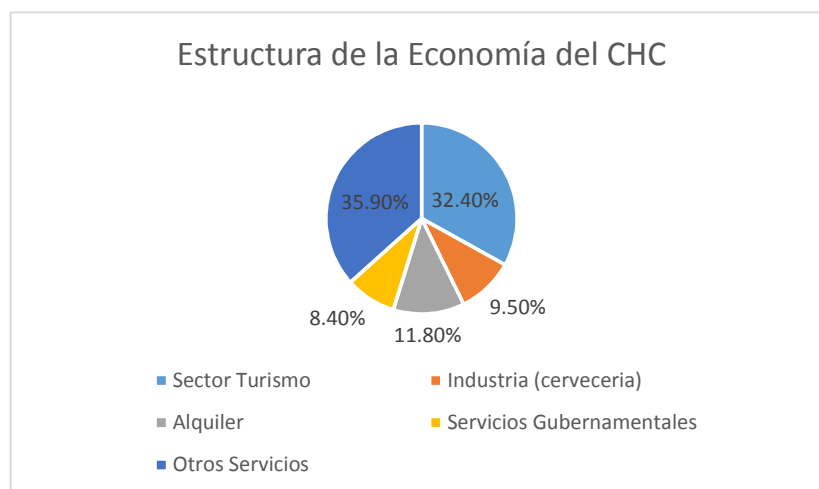
Con relación a la composición por sexo, la PEA masculina es del orden del 59 % y la femenina del 41 %. Sin embargo, se observa un crecimiento de la participación femenina en el mercado de trabajo, puesto que su tasa de crecimiento en la PEA fue del 4.39 % en promedio anual, casi el doble de la tasa masculina de 2.61 % (Estimación propia en base a datos del Ministerio de Industria y Turismo. 2012).

El Índice de Precios al Consumidor o IPC que mide la evolución de precios del conjunto de bienes y servicios, conocido también como canasta familiar para la ciudad del Cusco en el año 2012 fue del 3 %, inferior a 2010 que fue del 4.8 % (Memoria Anual 2013. Banco Central de Reserva Cusco) indicando una disminución de la velocidad inflacionaria. Un comparativo del IPC (año base 1994) promedio entre Lima del 1.55 %, Arequipa del 1.52 % y Cusco del 1.69 %, demuestra que el costo de vida es más alto en Cusco debido a la actividad turística, entre otros factores. (Perú Compendio INEI Estadístico 2010.)

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

La mayor variación en el IPC del 2012 fue en los rubros de alquiler de vivienda, combustible y electricidad, en menor medida los servicios culturales, esparcimiento y enseñanza y tuvieron menor alza los alimentos, bebidas, vestido y calzado. (Memoria Anual 2013. Banco Central de Reserva Cusco).

FIGURA 5: COMPOSICIÓN DE LA ECONOMÍA DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.



Fuente: Adaptado de Cuentas Departamentales. 2010 INEI y BCR

3.1.4.2. ACTIVIDAD MANUFACTURERA

El CHC tiene el 19.2 % de empresas industriales, consideradas como medianas y pequeñas de la ciudad del Cusco inscritas en la Dirección de Industria y Turismo. En el año 2010 había 232 diferentes industrias en el CHC y 996 en el resto de la ciudad haciendo un total de 1233 establecimientos industriales (Directorio Industrial. Dirección de Industria y Turismo). La problemática industrial se resume en la baja productividad, costos de producción altos y mercados limitados.

Las estadísticas demuestran que el valor de producción anual viene disminuyendo. Un análisis de los 5 últimos años evidencia que en la ciudad hubo mayor producción en 2009: S/. 1,015'492,809 y en 1998: 786'166,510, hasta finalmente en el año 2010 ser de 109'320,714 millones de nuevos soles a precios corrientes. La participación del CHC el año 2011 es de aproximadamente 20'989,577 millones de nuevos soles de valor de

producción industrial. (Directorio Industrial. Dirección de Industria y Turismo)

Existe una variedad de 18 diferentes actividades industriales que se realizan en el CHC, siendo las principales: Impresiones e imprentas, panaderías y fabricación de prendas de vestir y otras. Las estadísticas oficiales sobre volúmenes de producción nos permiten realizar una aproximación de la producción anual física en el ámbito de estudio mediante el siguiente gráfico ilustrativo:

A excepción de las curtiembres y los estudios fotográficos, la mayor parte de las industrias antes citadas, son pequeñas industrias no contaminantes o que generen situación de deterioro. En la mayoría de los casos son pequeñas empresas que requieren dinamizar sus modos de producción y ampliar sus mercados.

3.1.4.3. ACTIVIDADES COMERCIALES

La problemática comercial del CHC se da principalmente por la falta de zonificación, de condiciones de seguridad e infraestructura adecuada. Gran parte del comercio se desarrolla en calles inadecuadas, angostas, al típico estilo con comercio informal, sin condiciones de limpieza y delincuencia.

La zona comercial del CHC se ubica en 15 manzanas comprendidas entre el Arco de Santa Clara y la estación ferroviaria de San Pedro, General Buen Día, Av. El Ejército y Av. Grau básicamente, incluyendo las calles Lechugal, Tecte y Concevidayoc, siendo así que en la mayoría de inmuebles dedicados al comercio, el primer piso es ocupado por tiendas de compra venta, cuyas veredas y vías inmediatas sufren la invasión de comerciantes ambulantes, causando problemas de congestión, intransitabilidad, desorden, bulla y contaminación por residuos sólidos haciendo que estas arterias sean verdaderamente críticas. De todos modos, esta zona cumple funciones de abastecimiento de bienes y servicios para la demanda de distintos productos de parte de los ciudadanos y de apoyo a las actividades productivas.

Los tipos de establecimientos más comunes son: Farmacias, negocios de prendas de vestir, zapaterías, canastas, telares y lanas, cristalerías, emporios, ventas de comestibles, venta de artículos de electricidad, reparación de artefactos eléctricos, etc. Otras zonas comerciales importantes en el CHC son la calle Ayacucho y la zona de Mesón de la Estrella, Márquez y Heladeros.

El comercio ambulatorio en el CHC ha disminuido ostensiblemente según un estudio realizado por la Municipalidad Provincial. En el distrito de Cusco existían más de 3,000 comerciantes ambulantes en enero del 2010, los que han sido trasladados en su totalidad a centros comerciales construidos por la Municipalidad.

El mercado de San Pedro es un caso especial, pues considerado como parte de la historia viva de la ciudad atiende tradicionalmente una demanda que proviene de todo el valle del Cusco debido a que gran parte de los puestos son de venta de productos tradicionales que en algunos casos tienen más de 30 años de establecidos con el agravante de que muchos de estos puestos vienen desapareciendo por razones sociales y económicas.

3.1.4.4. ACTIVIDADES ECONÓMICAS TRADICIONALES

Existen importantes actividades económicas tradicionales como: Las bordaduras o artesanía de bordados en hilo de oro con aproximadamente 25 establecimientos en el barrio de San Pedro, fabricantes de velas, chicherías o lugares de venta de chicha y las picanterías o lugares de venta de comida típica Cusqueña. En muchos casos estas actividades se desarrollan en ámbitos marginales del Centro Histórico con evidentes signos de deterioro socioeconómico, necesitando ser revalorados en su real dimensión.

En los últimos 30 años muchas actividades como las pastelerías típicas, talabarterías, carpinterías, sombrererías y otras similares han ido desapareciendo debido a la “modernidad” y a las actividades económicas turísticas que son dirigidas casi exclusivamente a la satisfacción de la

demanda turística restándole importancia a la oferta típica local, que tiene gran potencial e implica un verdadero fortalecimiento de nuestra identidad.

3.1.4.5. ACTIVIDAD ARTESANAL

La actividad artesanal es importante en la economía del CHC. En el año 2010 habían 197 representado el 38.6 % de artesanos de la ciudad inscritos en la Dirección Regional de Industria que realizaban sus actividades en el Centro Histórico. En el resto de la ciudad se inscribieron 313 haciendo un total 510 artesanos en total en la ciudad. El 70% de los artesanos tienen aún viviendas talleres, como se observa en el barrio de San Blas, San Cristóbal, Santa Ana y San Pedro. (Directorio Artesanal 2012. DRIT Cusco)

Las especialidades de la artesanía local tienen la siguiente distribución, las líneas más representativas éstas son la cerámica, confección artesanal de prendas de vestir, textilería, tejidos, alfombras y tapices y joyería de oro y plata. La problemática artesanal en el CHC se resume en aspectos derivados de la inadecuada adaptación de tecnologías foráneas o externas a los estilos locales como sucede con la imaginería colonial Cusqueña que en muchos casos contiene ahora austeros elementos característicos y tradicionales.

Otro aspecto importantes es el que se deriva de la falta de aplicación de los derechos de autor o diseños industriales, ya que al desconocer la mayoría de artesanos que pueden proteger su creaciones, muchos de sus productos o diseños son copiados y masificados en el mercado nacional o internacional sin que reciban ningún beneficio.

No obstante, los mercados artesanales del CHC son ocupados principalmente por comerciantes de artesanía y no para los productores o artesanos mismos, registrándose en recientes años una invasión de artesanos, intermediarios y comerciantes de estos productos provenientes del departamento de Puno.

3.1.4.6. TURISMO

Es la actividad más dinámica para la economía del CHC. El año 2010 visitaron el CHC 471,132 turistas nacionales y extranjeros (Boletín

Estadístico 2011). Cada año se instalan un promedio de 1000 camas en establecimientos de hospedaje y se apertura 60 agencias aproximadamente. La actividad turística desarrolla el mayor volumen de inversiones, genera divisas para el país y la región y crea efectos multiplicadores importantes para otras actividades, da empleo directo a personal calificado, empleados y obreros en un número de 1887 personas aproximadamente. (Fuente: Dirección Regional de Industria y Turismo)

La problemática del turismo en el Centro Histórico del Cusco se puede resumir en la inexistencia de un reglamento especial que regule el desplazamiento, el comportamiento y las condiciones de realización del turismo en relación a la conservación de los monumentos históricos y el centro mismo. Influyen también la falta de una zonificación o sectorización, de señalizaciones claras y suficientes y un plan o un reglamento de uso turístico en el CHC.

La concentración de actividades de turismo en el Centro Histórico ha generado diferentes fenómenos económicos y urbanos, pues de un lado se ha revalorado el valor de la propiedad inmueble y se ha iniciado un fuerte proceso de renovación inmobiliaria, pero de otro lado ha generado especulación y un proceso gradual y preocupantes de cambio de uso de los suelos abandonando el uso residencial a lo comercial, turístico y de servicios casi exclusivamente, con la consiguiente expulsión de población local o tradicional.

El CHC tiene la mayor concentración de atractivos turísticos culturales del país, que son explotados a su máxima capacidad en época de alta afluencia turística sin aumentar el valor agregado respectivo.

Existen muchas ventajas competitivas aún por desarrollar como podrían ser los ejes o paseos artesanales. Sin embargo, la actividad turística no distribuye equitativamente sus ingresos o ganancias en la economía local, prueba de ello es que barrios como Santa Ana o San Pedro no participan en la actividad ni son promocionados por las autoridades o las empresas que prestan servicios turísticos.

La concentración de las actividades de turismo en el Centro Histórico genera flujos de personas, bienes de consumo, transporte y otros hacia sus principales arterias y espacios públicos generando concentración, desorden y deterioro del Patrimonio Cultural sin olvidar otros impactos como la transculturización y la pérdida de valores locales de la población.

El 88% de las agencias de viajes y turismo se hallan localizadas en el Centro Histórico al igual que otras actividades turísticas como es más del 76 % de la capacidad hotelera que se encuentra concentrada en el CHC.

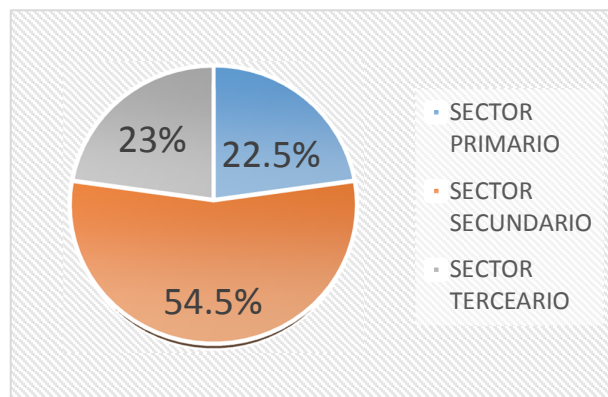
3.2. UNIDAD DE ANALISIS

3.2.1. DESCRIPCIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.

Lo emprendedores que actualmente se encuentran en el centro histórico en su mayoría formales en la actualidad conforman el 9% del Producto Bruto Interno que produce el Cusco.

El total de emprendedores en el año mencionado suma un total de 156, teniendo 3 segmentos económicos, 23% en el sector primario, 22.5% en el sector secundario y 54.5% en el sector terciario.

FIGURA 6: SECTORES ECONÓMICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.

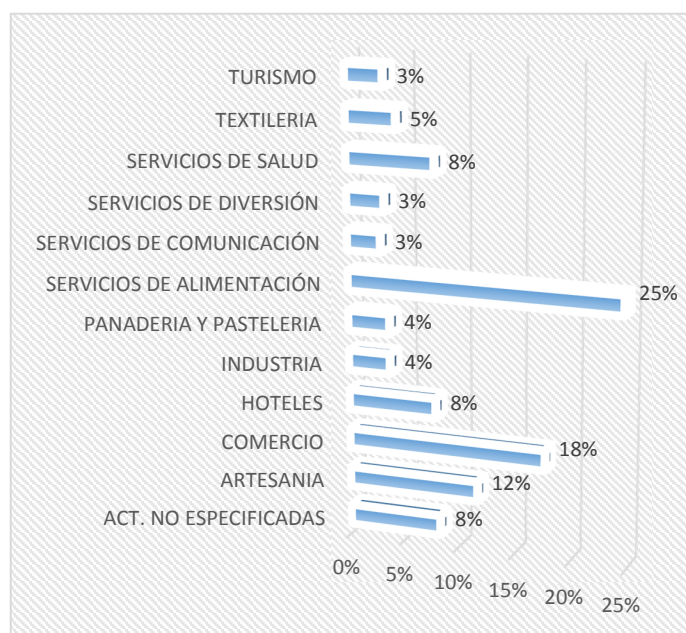


Fuente: Adaptado de INEI (2014) y Catastro de Guamán Poma

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Estos sectores a su vez se dividen en diferentes actividades económicas encontradas en el Centro histórico del Cusco conformadas de la siguiente manera; Act. No especificadas 8%, artesanía 12%, comercio 18%, hoteles 8%, industria 4%, panadería y pastelería 4%, servicios de alimentación 25%, servicios de comunicación 3%, servicios de diversión 3%, servicios de salud 8%, textilería 5% y turismo 3%.

FIGURA 7: ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.



Fuente: Adaptado de INEI (2014) y Catastro de Guamán Poma

CAPITULO IV

ÁNALISIS DE RESULTADOS

En este capítulo presentamos los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los emprendedores del Centro histórico del Cusco del año 2014, mediante tablas y figuras; se muestra el análisis y la interpretación. A partir de esto detallaremos relaciones, entre los factores del Ecosistema Empresarial y Desarrollo del emprendedor.

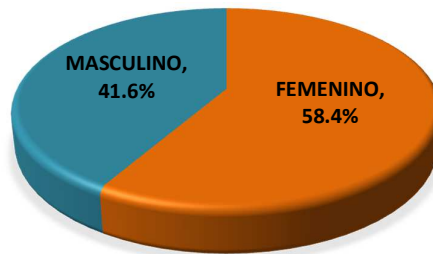
4.1. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.

En los siguientes datos, se presenta como inicio de los resultados sobre la información de las variables demográficas de los emprendedores del Centro histórico del Cusco, la segmentación está compuesta por: género, edad, grado de instrucción y segmento económico.

4.1.1. GÉNERO DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO

El 58.4% son mujeres y 41.6% son varones. La composición de la muestra hace que, nuestro estudio sea proporcionalmente compartido entre varones y mujeres. La figura nos muestra el gran protagonismo de la mujer en el rol empresarial, el mal llamado sexo débil en la actualidad ocupa un lugar privilegiado en el mundo del emprendimiento por su gran iniciativa y potencial innovador para desarrollar actividades económicas.

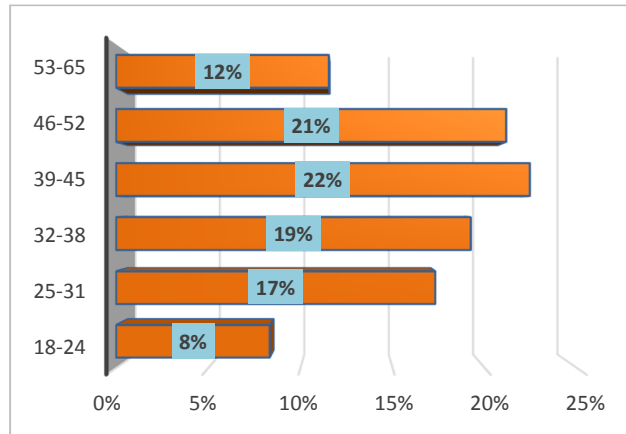
FIGURA 8: PROPORCIÓN DE GÉNERO DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

4.1.2. EDAD DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO

FIGURA 9: DISTRIBUCIÓN ETARIA DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.



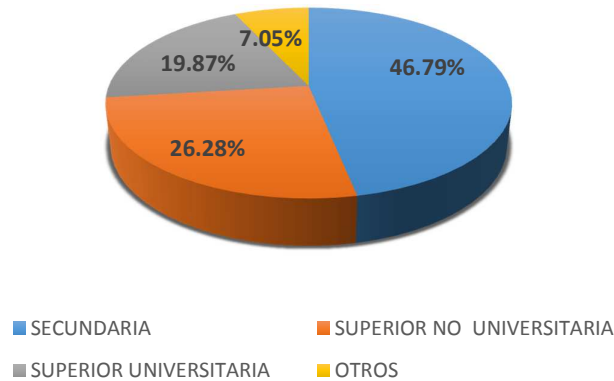
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

El 8% de los encuestados se encuentra entre los 18 a 24 años. El 17% posee una edad de entre 25 a 31 años. El 19% de los emprendedores indicaron que tienen la edad de a 32 a 38 años. El 22% indicó que se encuentra en el rango 39 a 45 años. El 21% aseguró que se encuentra en los 46 a 52 años. Finalmente, el 12% de los emprendedores están comprendidos entre 53 a 65 años.

La edad del emprendimiento sitúa el potencial emprendedor. Con la información antes citada podemos inferir que el nivel de emprendimiento del centro histórico del Cusco, no se encuentra en la etapa temprana (18 a 25 años de edad) estando por debajo del promedio según estudios de la Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

4.1.3. GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO.

FIGURA 10: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.



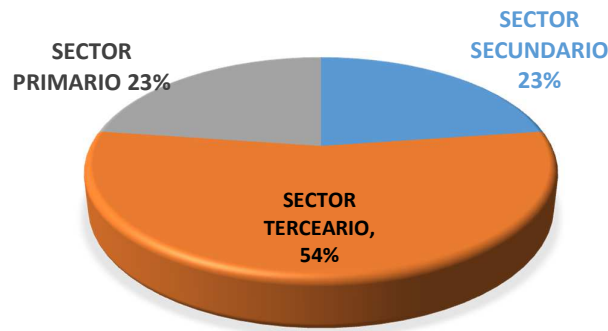
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

En la figura anterior se aprecia que el 46.79% posee secundaria completa. El 26.28% tiene estudios superiores no universitarios. El 19.87% de los encuestados tiene estudios universitarios y finalmente el 7.05% abarca en la opción otros que comprende aquellos estudios inferiores a estudios secundarios (primaria o secundaria incompleta o sin ningún tipo de educación básica).

El nivel educativo en el desarrollo del emprendedor favorece a los que poseen mayor nivel educativo. Según las cifras citadas los que poseen un nivel de educación secundario son los que mayor porcentaje abarcan en los emprendedores, ellos muestran un nivel de desarrollo de emprendedor regular (3 puntos en la escala de Likert)

4.2. CLASIFICACIÓN DE EMPRENDEDORES SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO

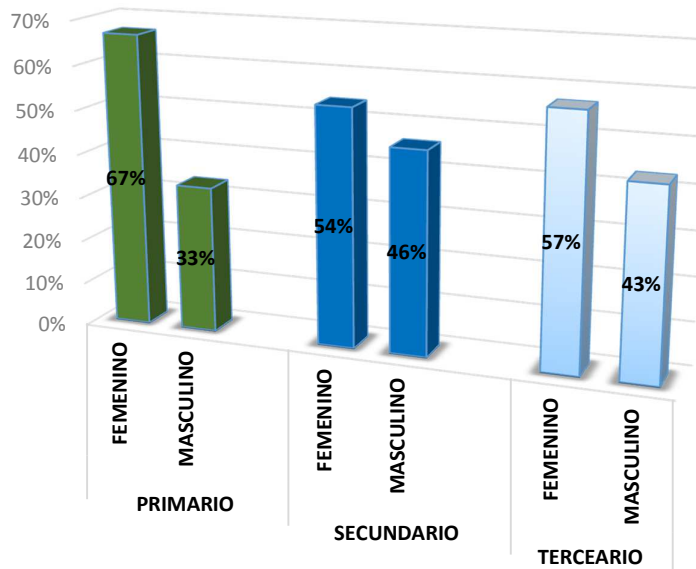
FIGURA 11: DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES DEL CHC SEGÚN EL SECTOR ECONÓMICO.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

Los emprendedores que se encuentran en el centro histórico se diferencian por el tipo de actividad económica que realizan. Primero se tiene al sector primario entre ellos comerciantes minoristas y mayoristas. Los emprendedores del sector secundario actividades económicas como; la artesanía, imprentas, textilería, etc. Finalmente los emprendedores del sector terciario teniendo servicios de alimentación (restaurantes, snack, cafetería, comida rápida, etc.), hotelería, servicios de salud, etc. Si bien se puede observar el cuadro muestra un panorama favorable al sector terciario al cual tiene mayor por el crecimiento de servicios en favor del turismo.

FIGURA 12: SECTORES ECONÓMICOS SEGÚN EL GÉNERO.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Se puede observar en la *figura N°11*, que el segmento de tipo de emprendedores del Centro histórico del Cusco se distribuye de la siguiente manera:

- Sector primario el 33% son varones y 67% son mujeres.
- Sector secundario el 46% son varones y 54% son mujeres.
- Sector terciario el 43% son varones y el 57% son mujeres.

Con el siguiente cuadro se reitera el protagonismo de la mujer en el emprendimiento del centro histórico del Cusco encabezando los tres sectores económicos más aún en el sector primario como menciona Portocarrero y Bravo; “la existencia de una brecha en términos de participación en el autoempleo entre el varón y la mujer se verá diferenciada en la habilidad de la mujer en la comercialización”³⁵

4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL

FIGURA 13: PUNTUACIÓN DEL FACTOR SOCIAL SEGÚN SUS DIMENSIONES EN LA ESCALA DE LIKERT.

FACTOR SOCIAL	FACTOR ECONÓMICO	FACTOR INSTITUCIONAL	EVALUACIÓN GENERAL
3.15	3.03	2.97	3.06

Fuente: *Elaboración Propia en base al análisis en la base de datos SPSS.*

FIGURA 14: FRECUENCIA DE LAS CATERGORIAS DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL

Categoría		Frecuencia	Porcentaje %
válidos	Muy favorable	252	9.50%
	Favorable	929	35.03%
	Medianamente favorable	564	21.27%
	Poco Favorable	512	19.31%
	Nada Favorable	395	14.89%
TOTAL		2652	100.00%

Fuente: *Elaboración Propia en base al análisis en la base de datos SPSS.*

³⁵ Portocarrero, P., & Bravo, P. R. (1994). *Mujeres y Desarrollo Recorridos y propuestas*. Madrid: IEPALA. Pág. 42.

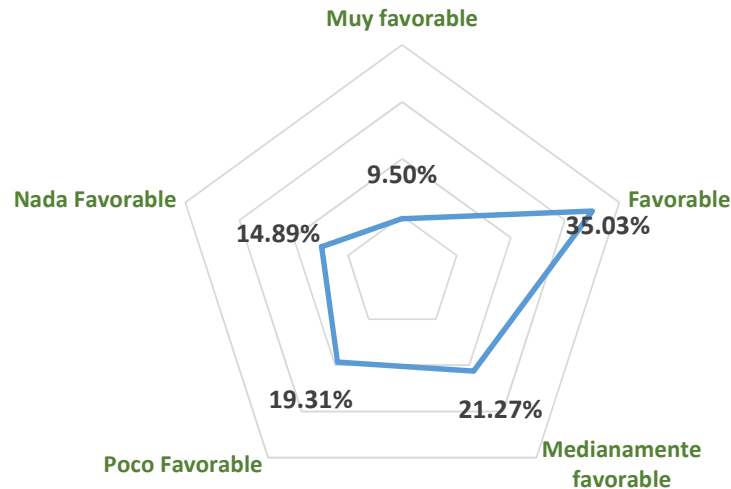
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

El cuadro muestra que los emprendedores del centro histórico del Cusco perciben un ecosistema empresarial medianamente favorable. (3.06), reflejadas en *Factor social* (3.15), *Factor económico* (3.03), *Factor institucional* (2.97).

Lo anterior nos revela que a nivel global, enlazando todas las dimensiones; no existe un ecosistema colaborativo y adecuado para el desarrollo del emprendedor, los emprendedores perciben menos aporte del factor institucional por el bajo nivel que esta dimensión obtiene.

4.4. NIVEL DE CONTRIBUCIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMAS EN LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.

FIGURA 15: EVALUACIÓN PORCENTUAL FACTORES DEL ECOSISTEMA EN LOS EMPRENDEDORES DEL CHC.



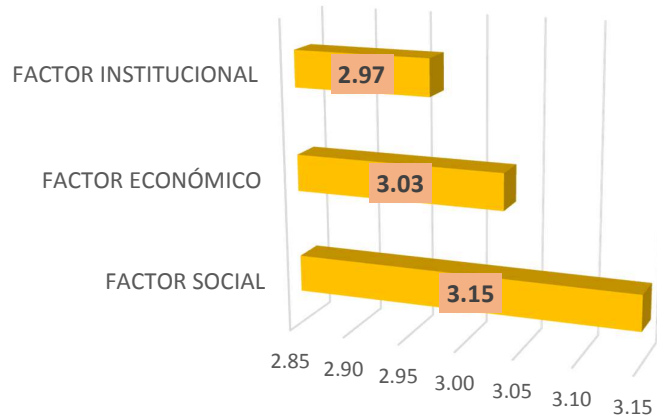
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La figura muestra los resultados de la evaluación del nivel de participación del ecosistema empresarial según la percepción de los emprendedores. El 9.50% de los encuestados califican que el ecosistema empresarial como muy favorable, el 35.03% como favorable, el 21.27% como medianamente favorable, el 19.31% como poco favorable y finalmente el 14.89% como nada favorable.

Se observa que el emprendedor del centro histórico percibe poca presencia, participación y colaboración del ecosistema empresarial que perjudica en la competitividad regional y nacional.

4.5. EVALUACIÓN POR DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL

FIGURA 16: EVALUACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.



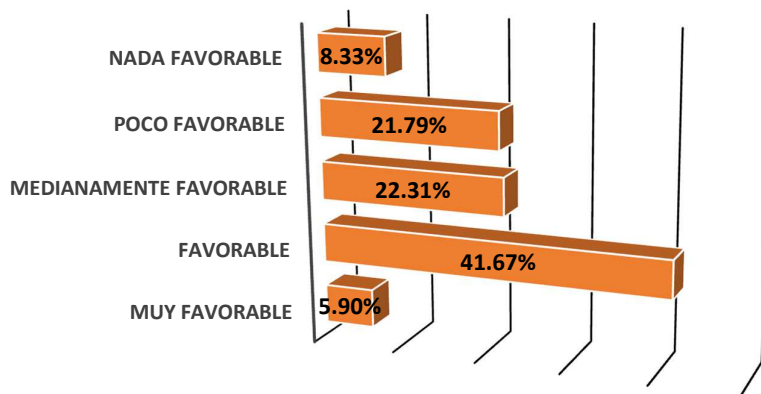
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

Los resultados obtenidos muestran que la dimensión mejor percibida con un puntaje promedio de 3.15 es la dimensión de *Factor Social*, un puntaje de 3.03 para la dimensión *Factor económico* y la dimensión *Factor Institucional* tiene un promedio de 2.97 siendo la dimensión con menor puntaje.

Los datos estadísticos muestran que la dimensión *Factor Social* es la mejor calificada por el emprendedor, esto se debe que en la actualidad el emprendimiento está siendo muy valorada por la sociedad en conjunto ya sea por la educación y la cultura emprendedora, pero aun así sigue siendo todavía débil con el puntaje obtenido. A esta dimensión le sigue el *Factor Económico*. Según los emprendedores se encuentran 0.12 de la primera dimensión sin mucha diferencia. Este factor también se viene mejorando gracias a la facilidad e incremento de las instituciones financieras que proporcionan capital financiero. Y la globalización que permite que gran parte de los emprendedores esté al alcance de la tecnología e innovación y finalmente hoy en día hay mayor soporte profesional como asesores y consultores que proporcionan gran apoyo a los emprendedores. Por último se tiene el factor Institucional que con un promedio de 2.97 siendo el peor posicionado, en los últimos años a causa de la poca contribución de las instituciones gubernamentales en favor de iniciar un nuevo negocio.

4.5.1. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR SOCIAL

FIGURA 17: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LAS DIMENSIONES DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL.



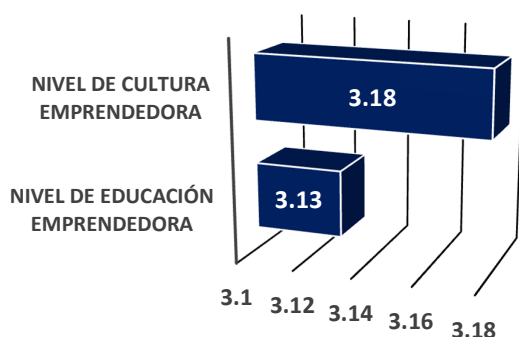
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La figura muestra que 156 emprendedores consideran la *el Factor Social* como medianamente favorable. Teniendo en promedio las siguientes calificaciones el 5.90%, considera el *factor social* como Muy favorable. El 41.67% opina que esta dimensión es favorable. El 22.31% lo considera medianamente favorable. El 21.79% de los 156 emprendedores como poco favorable. Finalmente el 8.33% del total, consideran al *factor social* como nada favorable.

Se deduce que el *factor social* está en mejora pero aun todavía hay mucho que hacer para incrementar la percepción de los emprendedores, teniendo en cuenta la educación emprendedora que se brinda en los colegios e instituciones de formación en muchos casos existe poca o nula importancia hacia el emprendimiento y por otro lado la cultura emprendedora en el Cusco todavía sigue en crecimiento, la sociedad se mentaliza que el emprendimiento es una función solo para aquellas personas desempleadas sin oficio o profesión, de esta manera se estigmatiza de forma negativa a la actividad emprendedora.

4.5.1.1. INDICADORES DE LA DIMENSIÓN

FIGURA 18: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR SOCIAL.



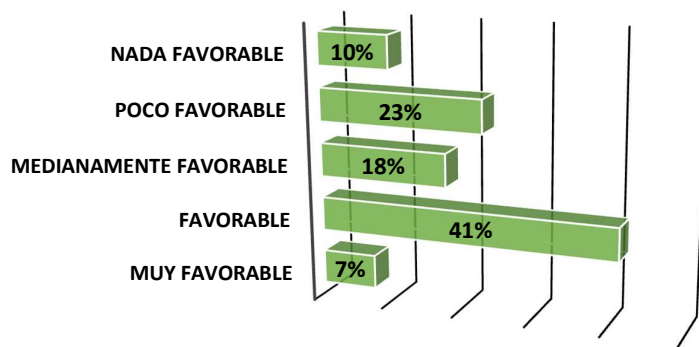
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

Como se observa en la figura respecto a los indicadores de la *Factor Social*. El mejor percibido con 3.18 es el indicador nivel de cultura emprendedora y el indicador de nivel de educación emprendedora posee un promedio de 3.13.

En la dimensión *Factor Social* se tiene dos indicadores, de los cuales para el primero, sostienen que su medio social le permitió desarrollar un pensamiento innovador y creativo para su empresa y que la sociedad valora parcialmente los emprendimientos que se realiza en la ciudad. El nivel de educación emprendedora que se percibe por parte de los emprendedores indican que tuvieron una parcial motivación empresarial por parte de su educación primaria y secundaria, también mencionan que existe un apoyo promedio por parte de otras instituciones en su formación empresarial

4.5.1.1.1. INDICADOR: NIVEL DE EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

FIGURA 19: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE EDUCACIÓN EMPRENDEDORA.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

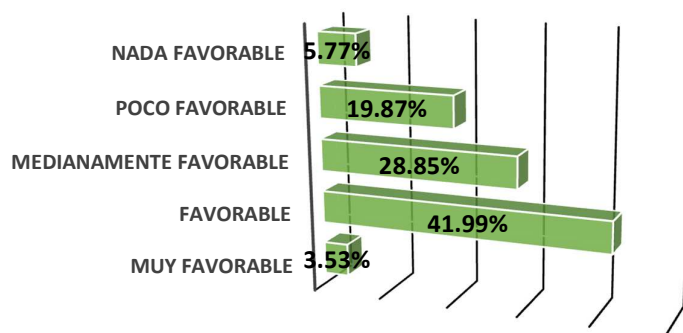
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

En el cuadro anterior se observa que como resultados se obtiene que, el 7% de los emprendedores del centro histórico del Cusco percibe que el nivel de educación emprendedora es muy favorable, el 41% considera como favorable, el 18% como mediamente favorable, el 23% poco favorable, el 10% como nada favorable.

Como ya se mencionó anteriormente el nivel educación emprendedora en la actualidad se comenzó a impulsar con mayor ímpetu pero aún es insuficiente para completar una adecuada educación emprendedora que permite llevar al emprendimiento como la herramienta para alcanzar la economía basada en la innovación.

4.5.1.1.2. INDICADOR: NIVEL DE CULTURA EMPRENDEDORA

FIGURA 20: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE CULTURA EMPRENDEDORA.



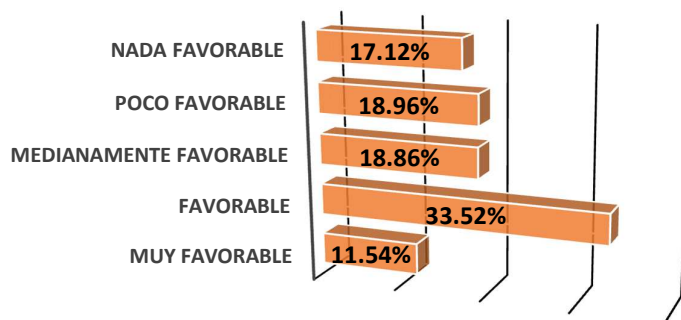
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

En la figura N° 19 se rescata que, el 3.53% de los emprendedores del centro histórico del Cusco señala que el nivel de cultura emprendedora es muy favorable, el 41.99% considera como favorable, el 28.85% como mediamente favorable, el 19.87% poco favorable, el 5.77% como nada favorable.

La cultura emprendedora se encuentra mejor posicionada entre los indicadores del factor social, este se debe al medio social del Cusco permite desarrollar ideas para el crecimiento de la actividad empresarial y a su vez el emprendimiento está comenzando a ser valorado, pero aún persiste aquel grupo de personas que estigmatiza el emprendimiento y limita al desarrollo del emprendedor.

4.5.2. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR ECONOMICO

FIGURA 21: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LA DIMENSIÓN FACTOR ECONÓMICO.



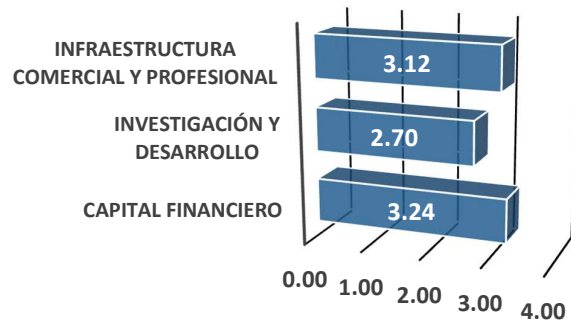
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La figura muestra que 156 emprendedores consideran la *el Factor económico* como segundo mejor posicionado entre los factores del ecosistema empresarial teniendo en promedio la categoría de medianamente favorable. Con las siguientes calificaciones el 11.54%, considera el *factor económico* como Muy favorable. El 33.52% opina que esta dimensión es favorable. El 18.86% señala que es medianamente favorable. El 18.96% de los 156 emprendedores como poco favorable y finalmente el 17.12% del total, consideran al *factor económico* como nada favorable.

Este factor en los últimos 10 años se viene incrementado aunque a paso no muy ligero, el capital financiero para los emprendedores es más accesible gracias al incremento de las instituciones financieras y a la facilidad crediticia que está ofrecen. La infraestructura y profesional se viene mejorando gracias al globalización de la información virtual que muchos emprendedores están al alcance de conocimientos empresariales, pero con respecto a la infraestructura comercial como servicios básicos y telecomunicaciones todavía no brindan un soporte óptimo para para el desarrollo del emprendedor por ende un estancamiento en el crecimiento de su empresa.

4.5.2.1. INDICADORES DE LA DIMENSIÓN

FIGURA 22: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR ECONÓMICO.



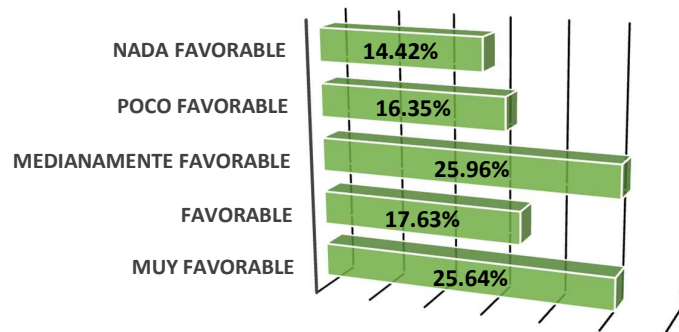
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

Como se observa en la figura respecto a los indicadores de la *Factor Económico*. El mejor percibido con 3.24 es el indicador capital financiero, como segundo indicador mejor posicionado es la infraestructura comercial y profesional con 3.12 y el indicador nivel de Investigación y Desarrollo posee un promedio de 2.70.

En la dimensión *Factor Económico* se tiene tres indicadores, de los cuales para el primero, sostienen que existe una mayor contribución, el segundo se rescata que la infraestructura comercial y profesional se observa que existe un crecimiento y finalmente con respecto a la investigación y desarrollo se obtiene una contribución poco favorable para el ecosistema empresarial.

4.5.2.1.1. INDICADOR: CAPITAL FINANCIERO

FIGURA 23: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL INDICADOR CAPITAL FINANCIERO.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

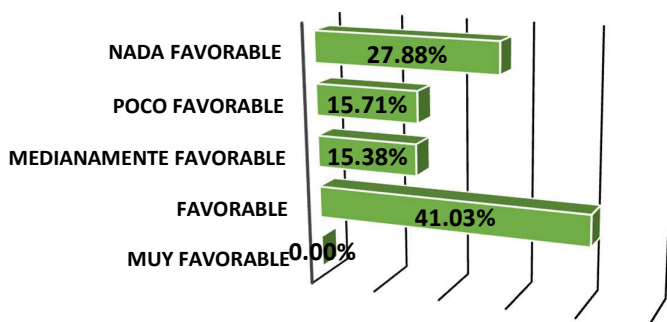
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

En la figura N° 22 señala que, el 25.64% de los emprendedores del centro histórico del Cusco percibe que el nivel de capital financiero es muy favorable, el 17.63% considera como favorable, el 25.96% como medianamente favorable, el 16.35% poco favorable y el 14.42% como nada favorable.

El nivel de capital financiero se encuentra mejor posicionada entre los indicadores del factor económico, este se debe que los emprendedores considera que es accesible el financiamiento para expandir su empresa y de igual manera que los intereses financieros son accesibles para un emprendedor que inicia su actividad económica.

4.5.2.1.2. INDICADOR: NIVEL DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

FIGURA 24: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO



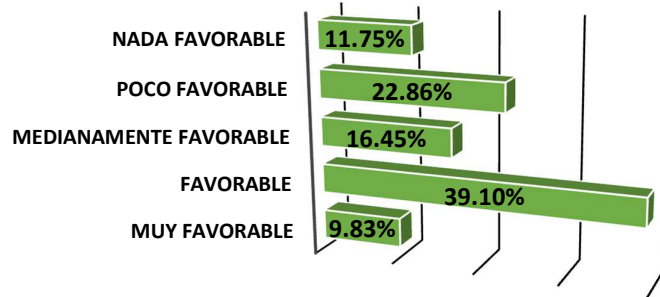
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La figura N° 23 señala que, el 0% de los emprendedores percibe que el nivel de investigación y desarrollo del Centro histórico del Cusco es muy favorable, el 41.03% considera como favorable, el 15.38% como medianamente favorable, el 15.71% poco favorable y el 27.88% como nada favorable.

El nivel de investigación y desarrollo se encuentra como peor posicionada entre los indicadores del factor económico, este se debe que los emprendedores considera que es inaccesible las nuevas investigaciones y tecnologías para su empresa. Este indicador revela que la situación actual del centro Histórico del Cusco en relación a investigación y desarrollo se encuentra en una situación preocupante para los emprendedores.

4.5.2.1.3. INDICADOR: NIVEL DE INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

FIGURA 25: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL



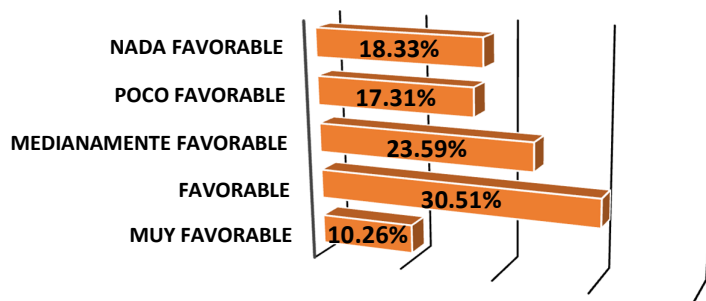
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

En la anterior figura los emprendedores están repartidos de la siguiente manera el 9.83% califica al indicador infraestructura comercial y profesional como muy favorable, el 39.10% como favorable, el 16.45% como medianamente favorable, el 22.86% y el 11.75% nada favorable.

Los resultados nos indican que un alto porcentaje de emprendedores se encuentra en el nivel favorable, esto quiere decir que los emprendedores encuentran puede acceder a asesoría empresarial por parte de consultores para dar soporte a su actividad empresarial, que la actual infraestructura física (servicios básicos, telecomunicaciones, etc.) y la infraestructura comercial a través de proveedores y otros están brindando soporte para el crecimiento de su empresa.

4.5.3. DIMENSIÓN DE LOS FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL: FACTOR INSTITUCIONAL

FIGURA 26: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL FACTOR INSTITUCIONAL.



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

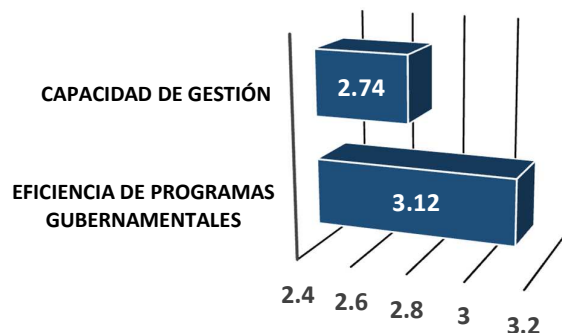
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

La figura muestra que 156 emprendedores consideran la *el Factor Institucional* como el peor posicionado entre los factores del ecosistema empresarial teniendo en promedio la categoría de Poco Favorable. Con las siguientes calificaciones el 10.26% considera el *factor institucional* como Muy favorable. El 30.51% opina que esta dimensión es favorable. El 23.59% señala que es medianamente favorable. El 17.31% de los 156 emprendedores como poco favorable y finalmente el 18.33% del total, consideran al *factor económico* como nada favorable.

Los diferentes factores institucionales presionan a las organizaciones junto a sus emprendedores con mayor intensidad, por lo que no podemos establecer una relación única entre instituciones y desarrollo del emprendedor (Busenitz *et al.*, 2000; Spencer y Gómez, 2004).

4.5.3.1. INDICADORES DE LA DIMENSIÓN

FIGURA 27: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL FACTOR INSTITUCIONAL.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

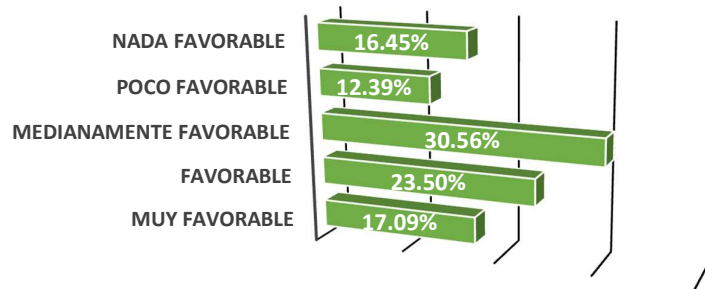
Como se observa en la figura respecto a los indicadores de la *Factor Institucional*. El mejor percibido con 3.12 es el indicador eficiencia de programas Gubernamentales, como segundo indicador mejor posicionado nivel de capacidad de gestión.

En la dimensión *Factor Institucional* se tiene dos indicadores, de los cuales para el primero, sostienen que existe una mayor contribución por parte de la eficiencia de programas gubernamentales, el segundo se rescata que el nivel de capacidad

de gestión no contribuye de manera adecuada para mejorar el desarrollo del emprendedor.

4.5.3.1.1. NIVEL DE EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

FIGURA 28: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.



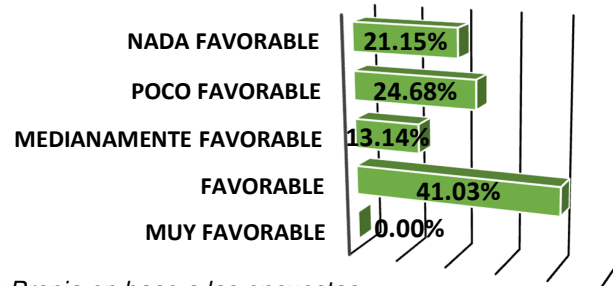
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La siguiente figura los emprendedores están dispersos de la siguiente manera el 17.09% califica al indicador nivel de eficiencia de los programas gubernamentales como muy favorable, el 25.50% como favorable, el 30.56% como medianamente favorable, el 12.39% poco favorable y el 16.45% nada favorable.

Los resultados nos indican que un alto porcentaje de emprendedores encuentran al nivel de eficiencia de los programas gubernamentales en la escala “medianamente favorable”, esto quiere decir que los emprendedores consideran que las instituciones públicas ayudan a las nuevas iniciativas emprendedoras en forma parcial y que no se está trabajando en propuestas y proyectos para impulsar iniciativas emprendedoras, crecimiento y su desarrollo.

4.5.3.1.2. CAPACIDAD DE GESTIÓN

FIGURA 29: EVALUACIÓN PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD DE GESTIÓN.



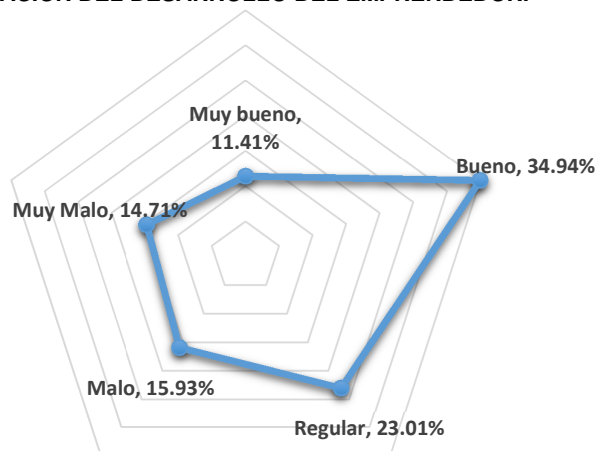
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

La presente gráfica se analiza que los emprendedores se reparten en cuatro grupos donde considera a los programas gubernamentales dejando con 0% al panorama muy favorable, favorable con 41.03%, medianamente favorable con 13.14%, 24.68% poco favorable y finalmente un panorama nada favorable con 21.15%.

Con los datos obtenidos se interpreta que el indicador “capacidad de gestión” se encuentra en crecimiento y favorable para los emprendedores del centro histórico, esto se debe al apoyo desde el ministerio de producción con diferentes programas que hacen que mejore la capacidad de gestión, claro ejemplo es el trabajo realizado por los municipalidades del Cusco creando oficinas para promover a la micro y pequeña empresa, desde allí los gobiernos locales están colaborando para realizar una mejor gestión con respecto a los emprendedores.

4.6. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

FIGURA 30: EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.



Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

TABLA 6: EVALUACIÓN DE LA FRECUENCIA DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR DEL CHC.

	Categoría	Frecuencia	Porcentaje %
válidos	Muy Bueno	356	11.41%
	Bueno	1090	34.94%
	Regular	718	23.01%
	Malo	497	15.93%
	Muy malo	459	14.71%
TOTAL			100%

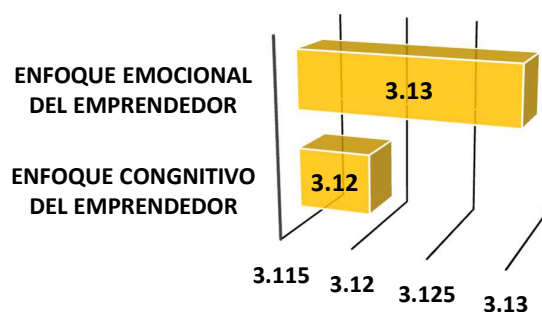
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

En el cuadro se muestra los resultados de la evaluación del nivel de desarrollo del emprendedor dichos niveles se evaluó según la percepción de los emprendedores utilizando la psicometría para determinar sus respectivos niveles de desarrollo. El 11.41% de los encuestados determinan, el 35.36% como favorable, el 21.16% como medianamente favorable, el 14.73% como poco favorable y finalmente el 14.73% como nada favorable.

Se puede observar que gran mayoría de los emprendedores encaja en la escala “bueno” pero ese 34% no es suficiente para alcanzar estándares de competitividad y poder desarrollar una región sostenible empresarialmente.

4. 6.1. DIMENSIONES DE LA VARIABLE

TABLA 7: PUNTUACIÓN LIKERT DE LAS DIMENSIONES DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

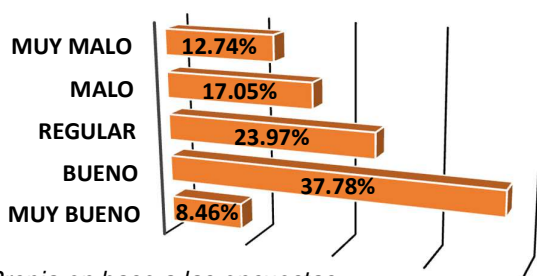
La siguiente gráfica muestra el equivalente entre las dimensiones de la variable desarrollo del emprendedor, enfoque cognitivo del emprendedor y enfoque emocional del emprendedor,

haciendo una diferencia entre las dos dimensiones de 0.1 y un promedio de 3.12 en el enfoque cognitivo y 3.13 en el enfoque emocional en la escala de Likert.

Con los siguientes datos se puede rescatar que el aspecto emocional o wetware se encuentra en mejor situación con respecto al aspecto cognitivo o intelectual, esta diferencia de 0.1 pueda estar dada por el aspecto social determinado por el indicador educación emprendedora.

4.6.1.1. DIMENSIÓN: ENFOQUE COGNITIVO DEL EMPRENDEDOR

FIGURA 31: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL ENFOQUE COGNITIVO DEL EMPRENDEDOR.



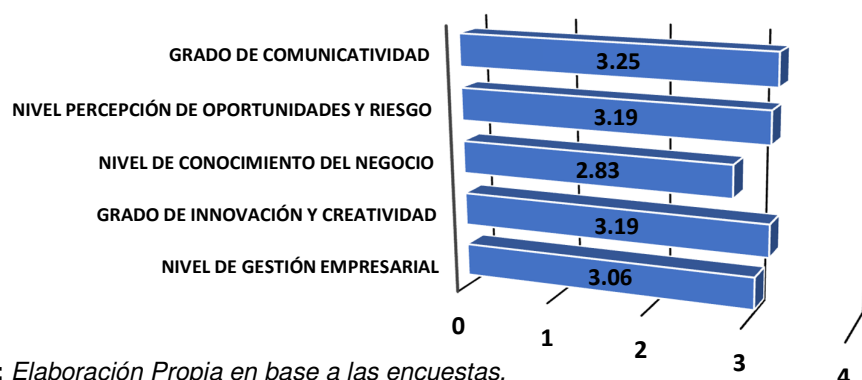
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

Dicho cuadro nos proyecta la siguiente información que el 8.46% de los emprendedores encuestados arroja que su enfoque cognitivo se encuentra “Muy Bueno”, el 37.78% como “Bueno”, el 23.97% como “Regular”, el 17.05% como “Malo” y finalmente se tiene que el 12.74% determina “Muy malo”.

Esa información resalta que la menor cantidad de emprendedores no posee un enfoque cognitivo “Muy Bueno”, solo el 8.46% posee las herramientas adecuadas como el grado de comunicatividad, nivel de percepción de oportunidad y riesgo, el nivel de conocimiento del negocio, el grado de innovación y creatividad y el nivel de gestión empresarial según el Banco Interamericano de Desarrollo estas 5 aspectos son la llave para que el emprendedor puede partir y desarrollar sus habilidades empresariales y así aportar a su región.

4.6.1.2. INDICADORES DE LA DIMENSIÓN

FIGURA 32: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL ENFOQUE COGNITIVO.



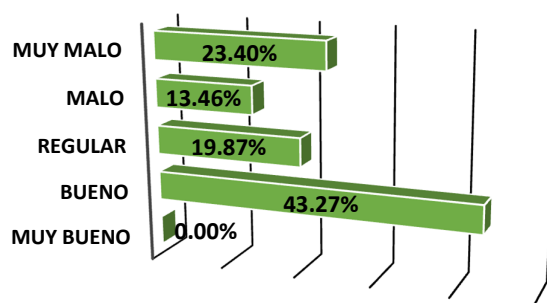
Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

Los emprendedores en el Centro Histórico del Cusco muestran que su mayor puntaje en los indicadores es en el grado de comunicatividad con 3.25 de promedio luego se tiene con un igual promedio de 3.19 el nivel de percepción de oportunidades y el grado de innovación y creatividad por parte del emprendedor, como cuarto indicador tenemos al nivel de gestión empresarial con un puntaje promedio de 3.06, y finalmente 2.83 el nivel de conocimiento del negocio.

La creatividad e innovación es vital para el crecimiento y desarrollo del emprendedor este componente colabora para crear una economía basada en el conocimiento generando nuevas iniciativas innovadoras. Pero también es importante el componente del conocimiento del negocio en los últimos años muchos emprendedores inician sus actividades económicas por un factor necesidad dejando al lado la oportunidad o la Fortaleza de la persona y es así como se inician emprendimiento con un poco o nulo conocimiento del negocio.

4.6.1.2.1. INDICADOR: NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO

FIGURA 33: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL NEGOCIO

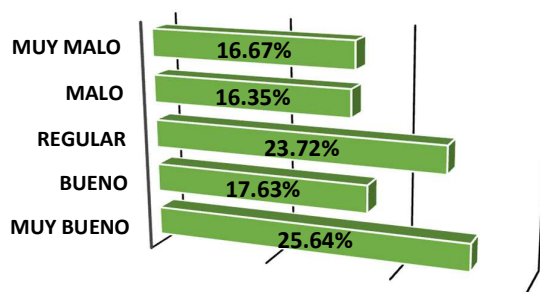


Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

La percepción de los emprendedores del centro histórico del Cusco del indicador nivel de conocimiento del negocio, se rescata que el 0% define que su nivel de conocimiento del negocio, 43.27% bueno, 19.87 como regular, el 13.46% lo define como malo y el 23.40% como muy malo. Con análisis concienzudo se determina que ningún emprendedor afirma que denomina su negocio a la perfección y se observa que un gran porcentaje que todavía no conoce su negocio en aspectos básicos.

4.6.1.2.2. INDICADOR: GRADO DE INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

FIGURA 34: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

En el presente indicador se repartió en los porcentajes según la percepción de los emprendedores del centro histórico del Cusco, el 25.64% afirma que su grado de innovación y creatividad es muy bueno, el 17.63% como bueno, el 23.72% señala que es regular, 16.35% afirman que es malo y el 16.67% como muy malo.

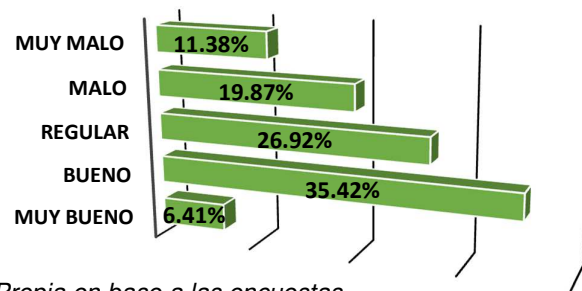
Analizando cada escala se determinó que el indicador innovación y creatividad se encuentra parcialmente equitativa, pero en su mayoría afirma que cuentan con un grado de innovación y creatividad alta, pero todavía existe emprendedores con nivel cero en innovación y creatividad siendo una gran mayoría del sector comercial.

Oppenheimer (2014) en su libro *crear o morir señala*: “¿Qué es lo que genera la creatividad? creatividad es un proceso: nuestros más grandes avances vienen de la gente de la que aprendemos, de la gente con la gente que competimos y de la gente que colaboramos. Y las ciudades son verdaderamente fuentes de creatividad. Siempre fue así. La Atenas de los clásicos, la Florencia del renacimiento, la Viena y el París de finales del siglo XIX, la Nueva York después de la segunda Guerra mundial, todas ellas experimentaron un increíble florecimiento de la genialidad en varios terrenos, en Buena medida por su condición de Ciudades. Gracias a la diversidad de su población, sus nutridas redes sociales, sus espacios públicos donde la gente

podía reunir se espontáneamente e intercambiar ideas, pudieron generar nuevas ideas. Y con sus infraestructuras financieras, organizativas y comerciales, pudieron convertir esas ideas en realidad”³⁶. Florida nos menciona que la creatividad nace en las interacciones de la ciudad con la sociedad en su conjunto. Por lo cual es necesario tener un escenario colaborativo para seguir incrementando el grado de innovación y creatividad.

4.6.1.2.3. INDICADOR: NIVEL DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FIGURA 35: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE GESTIÓN EMPRESARIAL.



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

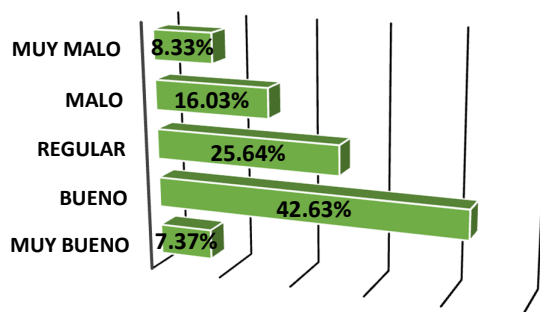
El nivel de gestión empresarial es uno de los indicadores con menor ausencia en los emprendedores del centro histórico del Cusco, teniendo como resumen los siguientes porcentajes; 6.41% muy bueno, 35.42% bueno, 26.92% regular, 19.87% como malo y 11.38% afirma que es muy malo.

Los emprendedores que iniciaron sus actividades económicas en el 2014 en el centro histórico del Cusco, afirman que muchos de ellos no utilizan herramientas financieras como las finanzas, el marketing y la planificación que son fundamentales para ejercer una adecuada gestión empresarial, Se percibe que muchos no se vinculan apropiadamente con sus competidores, proveedores y clientes; no tienen bien definido a sus cliente y no como empresarios que son no manejan adecuadamente los aspectos financieros de su negocio (Ingresos, egresos, ventas y flujo de caja).

³⁶ “Cities are the Fonts of Creativity”, Florida, Richar, New York Times blog, 15 de setiembre de 2013.

4.6.1.2.4. INDICADOR: GRADO DE COMUNICATIVIDAD

FIGURA 36: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE COMUNICATIVIDAD



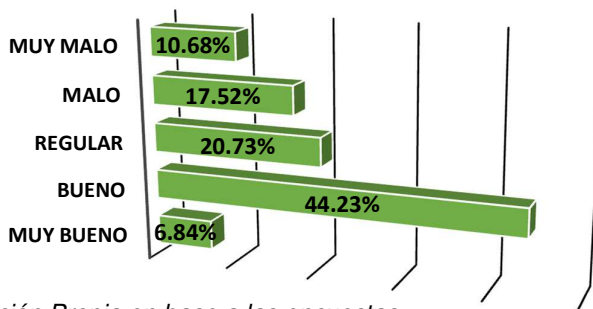
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

En el indicador *grado de comunicatividad* se obtuvo la siguiente información, el 7.37% afirma que tiene un grado de comunicatividad muy bueno, el 42.63% como bueno, el 25.64% como regular, el 16.03% malo y el 8.33% como muy malo.

La comunicación en los emprendedores es de vital importancia, en los emprendedores encuestados se determinan que el gran porcentaje viene alcanzando un promedio bueno para lograr un nivel superior de grado de comunicatividad. Si bien se está alcanzando un grado de comunicatividad alto se debe seguir trabajando para poder un adecuado grupo de sinergia basado en la comunicación por parte de los emprendedores para sus colaboradores.

4.6.1.2.5. INDICADOR: NIVEL DE PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES Y RIESGO

FIGURA 37: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL NIVEL DE PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES Y RIESGO.



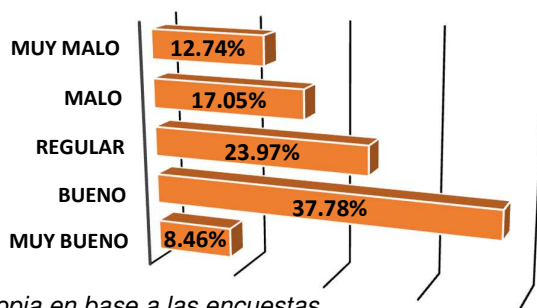
Fuente: Elaboración Propia en base a las encuestas.

Dicha figura muestra que los emprendedores del centro histórico, señalan que la gran la mayoría se encuentra en la escala de nivel de percepción de oportunidades y riesgo bueno con 44.23%, luego se tiene la escala de 20.73% como regular, 17.52% señala que su nivel de percepción es malo, el 10.68% como muy malo y finalmente con el menor porcentaje encontramos a la escala de muy bueno con un porcentaje de 6.84%.

El emprendedor nato es aquella persona que tiene como atributos percibir problemas y oportunidades, ver negocios donde que otros ven crisis y saber en qué momento invertir porque tienen la habilidad de reconocer los riesgos que muchas veces son cegados por la incertidumbre. La figura que se analizó muestra que muchos de los emprendedores tienen bien desarrollado este aspecto que le será de utilidad para poder desarrollar sus capacidades emprendedoras desde un enfoque cognitivo.

4.6.1.3. DIMENSIÓN: ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR

FIGURA 38: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR.

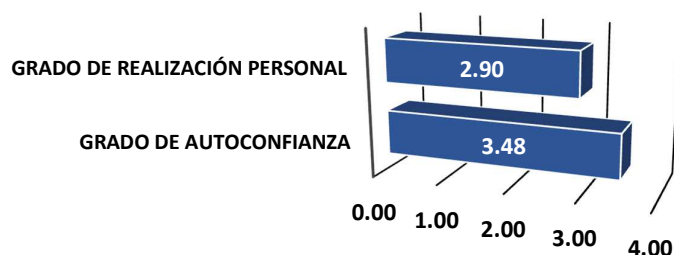


Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

El enfoque emocional es de prioridad dentro del desarrollo del emprendedor, la dimensión recogió los siguientes promedios para cada escala; 8.46% muy bueno, 32.78% como bueno, 23.97% regular, 17.05% afirma que es malo y 12.74% como muy malo en el enfoque emocional. Simoneta (2013), señala que el ser humano está compuesto por tres elementos el hardware que es el soporte físico de la persona, el software que es el soporte del conocimiento e intelectual del ser humano y la wetware que en su traducción significa aspecto húmedo, su concepto en la psicoeconomía es muy diferente según Simoneta es el soporte emocional que le da al ser humano la capacidad de afrontar los problemas y las decisiones con mejor amplitud y coherencia. Por tal motivo el enfoque emocional en la actualidad en los emprendedores del centro histórico, se encuentra parcialmente adecuado para el desarrollo del emprendedor.

4.6.1.4. INDICADORES DE LA DIMENSIÓN

FIGURA 39: EVALUACIÓN DE LOS INDICADORES DEL ENFOQUE EMOCIONAL DEL EMPRENDEDOR

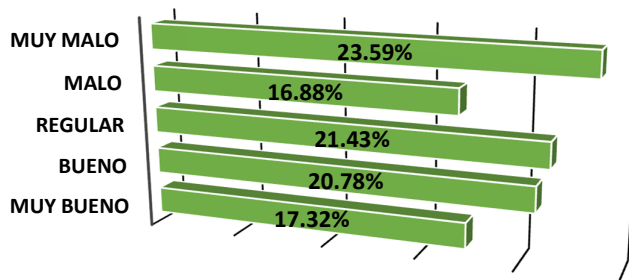


Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

Con relación a los indicadores se tiene como resultados, que el indicador con mayor promedio es el nivel de autoconfianza con 3.48, luego tenemos el grado de realización personal con 2.90. Los emprendedores en su mayoría encuentran que el fracaso no es parte de ellos cuando sus planes no resultan como deberían y tampoco se sienten amenazados por las condiciones sociales y económicas del país. Existen también emprendedores que la mediocridad está presente en sus emprendimiento porque un alto promedio indica que tiene un grado de realización personal limitado que no les permite crecer y desarrollarse como emprendedores y colaborar con una economía basad en el conocimiento.

4.6.1.4.1. INDICADOR: GRADO DE REALIZACIÓN PERSONAL

FIGURA 40: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE REALIZACIÓN PERSONAL



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

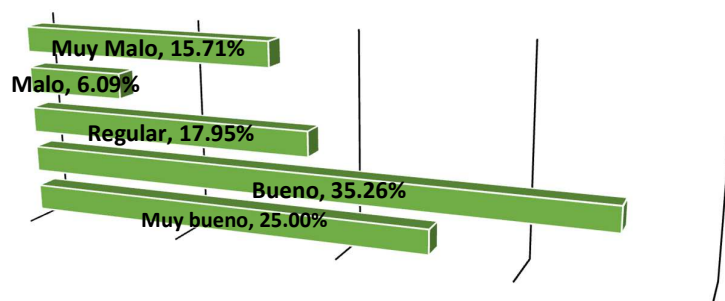
El grado de realización personal se observa panorama promedio con los siguientes porcentajes; 17.32% muy bueno, 20.78% bueno, 21.43% regular, 16.88 malo y el 23.59% afirma que tiene un grado realización personal muy malo.

El grado de realización personal indica como la persona tiene el deseo y la iniciativa con seguir adelante con los proyectos planteados, los resultados muestran que la escala se encuentra muy

dividida por lo cual se determina que los emprendedores no tienen un grado de realización personal bien definido.

4.6.1.4.2. INDICADOR: GRADO DE AUTOCONFIANZA

FIGURA 41: EVALUACIÓN PORCENTUAL DEL GRADO DE AUTOCONFIANZA.



Fuente: *Elaboración Propia en base a las encuestas.*

El grado de autoconfianza de los emprendedores del centro histórico del Cusco, se resume en los siguientes datos; 25% afirma que tiene un grado de autoconfianza muy bueno, el 35.26% como bueno, el 17.95% como regular y el 6.09% como malo y el 15.71% de los encuestados afirman que su grado de autoconfianza es muy malo.

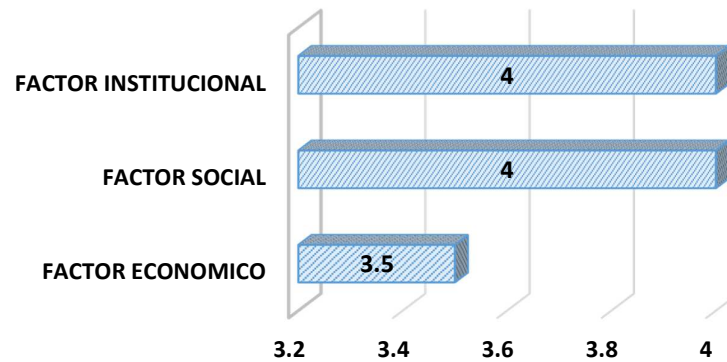
4.7. ANALISIS DE LOS JUICIOS DE EXPERTOS.

Figura 42: ANALISIS DEL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.



Se puede observar en la figura N° 41 que los enfoques se encuentran en el mismo intervalo, los expertos mencionan que se encuentra en un bajo nivel por la baja interacción que tiene con su ecosistema empresarial.

Figura 43: ANALISIS DE LOS FACTORES DEL ECOSISSTEMA EMPRESARIAL



En el anterior cuadro detalla la percepción de los expertos según al factor más favorable para los expertos en la actualidad existe una deficiencia en el factor económico realzando el alcance de las tecnologías por parte de los emprendedores en etapa temprana.

4.8. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Paso N° 1: Plantear la hipótesis alterna y la hipótesis nula.

H1: Existe una relación positiva y directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor del centro histórico del Cusco.

Ho: No existe relación entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor del centro histórico del Cusco.

Paso N° 2: Seleccionar el nivel de significancia.

Se prueba la hipótesis con nivel de significancia del 95%, un error $p < 0.05$

Paso N° 3: Calcular el valor estadístico

El grado de relación se midió a través del *coeficiente de correlación de Pearson*. Sin embargo, previamente, se evaluó el uso de este coeficiente con el de *Spearman* debido a la escala de medición de las variables (*Likert*).

Los resultados no mostraban mayores diferencias y a razón de ello se optó por usar el *coeficiente de correlación de Pearson*. (Ver Anexo 10)

Para calcular el valor estadístico de prueba se utilizó el *coeficiente de*

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Pearson de la siguiente manera:

Reemplazando los valores en la fórmula se obtiene el valor “*r*” de *Pearson* igual a 0.973 como se muestra en el cuadro siguiente:

TABLA 8: CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES; FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR.

Correlaciones			
		F.E.E	D.E.
F.E.E	Correlación de Pearson	1	,973**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
D.E.	Correlación de Pearson	,973**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: *Elaboración Propia en base a al análisis de correlación.*

Paso N° 4: Formular la regla de decisión.

Si el valor de p es > 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Si el valor de $p < 0.05$ aceptamos la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Paso N° 5: Toma de decisión.

Para tomar la decisión se procede como se indicó (Si el valor de $p < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna se rechaza la hipótesis nula).

Para este caso se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Por obtener un nivel de significancia (p) menor a 0.05.

La prueba fue significativa, por lo tanto, se acepta que:

(H1) Existe una relación positiva y directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco.

4.8.1. DISCUSIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para probar esta relación, se utilizó el *coeficiente de correlación de Pearson* y se obtuvo $r = 0.973$ ($\text{sig.} = 0.000$), esto demuestra una alta correlación positiva y directa

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

revelando que mientras más favorable sea los factores del ecosistema empresarial mayor desarrollo del emprendedor se percibirá en el centro histórico del Cusco.

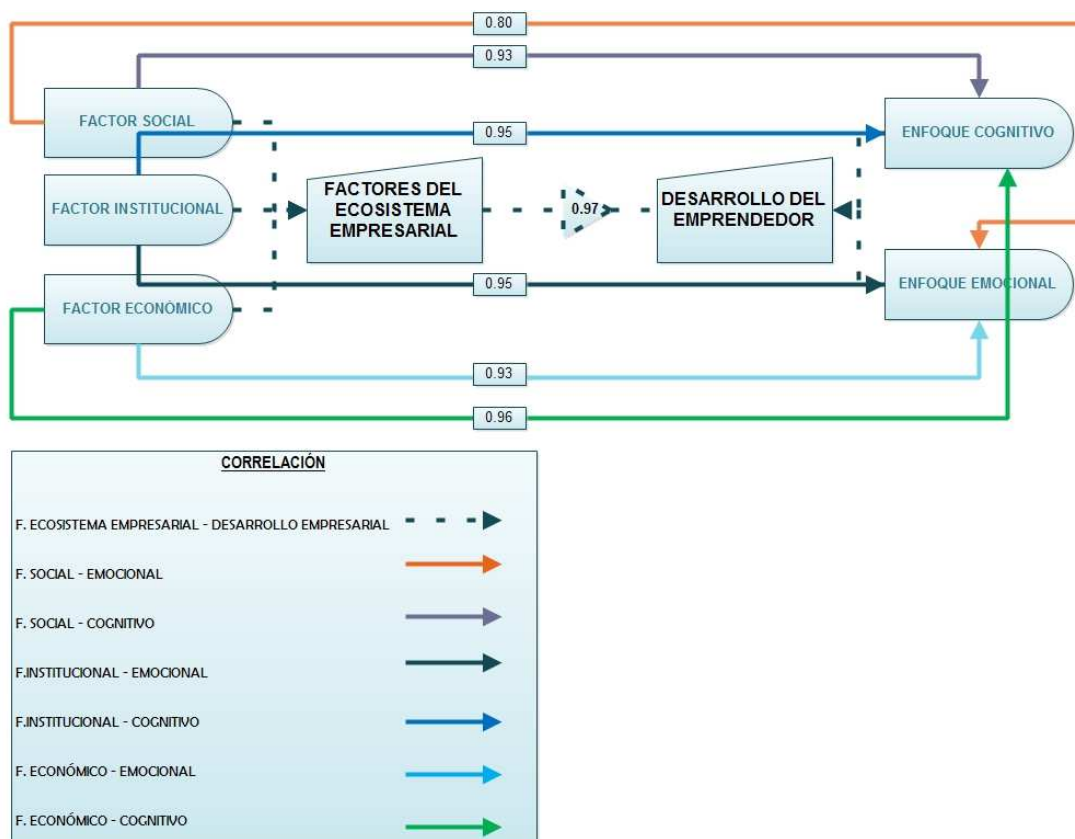
4.8.2. CORRELACIONES DE LAS VARIABLES

TABLA 9: CORRELACIÓN FINAL

	ENFOQUE COGNITIVO	ENFOQUE EMOCIONAL	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR
FACTOR SOCIAL	0.93	0.80	0.90
FACTOR ECONÓMICO	0.96	0.93	0.97
FACTOR INSTITUCIONAL	0.95	0.95	0.96
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	0.97	0.92	0.97

Fuente: Elaboración Propia en base a al análisis de correlación.

Figura N° 35: Interacción de Variables, dimensiones e indicadores.



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V

PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE), PARA EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO.

5.1. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

El bajo nivel desarrollo de los emprendedores del centro histórico se refleja en el estudio de campo presentado en el capítulo IV, el cual arrojó información relevante sobre el bajo nivel de participación por parte del ecosistema empresarial y un nivel de desarrollo del emprendedor muy debajo del promedio que afecta directamente al desarrollo de la microempresa en la ciudad del Cusco.

No existe una interacción adecuada entre estado, Universidad y empresa por lo cual no existe y no existirá un ecosistema favorable para el crecimiento y desarrollo de los emprendedores en nuestra región. El enfoque cognitivo está a penas con un promedio ponderado de 3.12 haciendo de esta dimensión como “regular” y que solo el 8.42% muestra que posee un enfoque cognitivo muy bueno y en el indicador “nivel de conocimiento del negocio” existe 0% de emprendedores con referencia a la escala de “muy bueno”.

Estas cifras son alarmantes ya que el enfoque cognitivo o intelectual es importante y vital para el desarrollo del emprendedor. Y sin dejar a lado el enfoque emocional también se encuentra en la misma situación solo superando con 0.1 al E. cognitivo obteniendo un total de 3.13.

Los deseos de mejorar su negocio y por ende la superación personal que tienen los emprendedores son muy visionarios, pero no disponen de ayuda técnica para la elaboración de los planes, esto da a entender que existe la necesidad de iniciar una actividad enfocada a incentivar la cultura emprendedora con ayuda técnica y dirigida al progreso de su desarrollo y de su entidad económica.

5.2. JUSTIFICACIÓN ACADEMICA.

En el estatuto universitario este define a la UNSAAC como: “Una comunidad académica de carácter científico, tecnológico y humanístico, con responsabilidad social en el contexto multicultural y pluri étnico del país. Asume la educación como derecho fundamental y servicio público esencial.”

Resaltando dos fines primordiales que encajan en este programa;

- a. Promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial.
- b. Servir a la comunidad y al desarrollo integral

Por lo cual se considera necesario diseñar un programa de desarrollo emprendedor en la UNSAAC llamado PDE, el cual ayudará al cumplimiento de los objetivos mencionados.

En el programa se desarrollará trabajos conjuntamente con los integrantes de la triple Hélice teniendo en la universidad como eje mediador entre la empresa como eje directo y el gobierno como eje de desarrollo.

5.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Uno de los investigadores más dedicado al análisis de la interrelación entre la Academia, Industria y Gobierno (AIG) ha sido el profesor Henry Etzkowitz (1989, 2000, 2002, 2002, 2005), quien ha estudiado la importancia de unir la AIG, en las actividades económicas para mejorar con constancia el desarrollo económico y social de un estado. Proponiendo ideas innovadoras que las Instituciones de Educación Superior (IES) administradas en forma tradicional converjan hacia IES con un enfoque emprendedor. El modelo de Etzkowitz (1989), propone la vinculación entre disciplinas y conocimientos, donde la IES juega un papel estratégico, generando las interrelaciones con la industria y el gobierno. El modelo de la Triple Hélice (TH) tiene su origen en la universidad empresarial surgida en los Estados Unidos donde existe una amplia tradición de colaboraciones entre los entornos académicos e industriales, entre la universidad y las agencias gubernamentales, así como entre el gobierno y las industrias (Etzkowitz, 1989).

Todo lo anteriormente mencionado se plasma el PDE lo que permitirá a los empresarios a seguir fomentando la cultura emprendedora y desarrollar las capacidades del emprendedor mediante conferencias, seminario, talleres impartidos por expertos. Además, plasmar los objetivos en un plan de mejora con los aspectos que afecten al desarrollo del mismo y de esta manera conocer las fortalezas,

debilidades, oportunidades y amenazas que estén relacionadas en las actividades que va a desarrollar. Finalmente, la búsqueda de financiamiento para dar inicio con lo planificado, se puede realizar mediante encuentros entre los emprendedores y las entidades que buscan fomentar microempresas en la localidad.

5.4. ALCANCE INSTITUCIONAL.

Según el la ley universitaria N° 30220 Artículo 124. Responsabilidad social universitaria La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones y el Estatuto Universitario UNSAAC en el 154.2 La UNSAAC organiza centros de producción de bienes y servicios relacionados con sus especialidades, áreas académicas o trabajos de investigación.

5.4.1. CATEGORÍAS ACADÉMICAS UNSAAC.

5.4.1.1. ENCARGADAS DEL PDE:

En la Universidad Nacional de San Antonio de Abad del Cusco se identifica:

A. Facultad de Administración, Contabilidad, Economía y Turismo.

- Escuela de Ciencias Administrativas.
- Escuela de Contabilidad
- Escuela de Economía
- Escuela de Turismo

Los estudiantes de octavo, noveno, décimo nivel, egresados y/o graduados de las diferentes escuelas tienen la oportunidad de integrar el programa y desarrollar sus habilidades, emprender, ayudar a emprender y colaborar con el desarrollo de los emprendedores del Cusco, los estudiantes tienen los conocimientos y técnicas para contribuir con ideas claras y precisas, para dar solución a problemas detectados mediante investigación, el objetivo es integrar a los estudiantes para agrupar en equipos

de trabajo y fusionar esos conocimientos logrando consolidar una idea más innovadora, original y creativa.

Los estudiantes de administración tienen conocimientos en gestión administrativa, talento humano, presupuestos, igualmente contabilidad con su formación financiera esté disponible en el momento que se necesita y que su calidad permita la toma de decisiones efectiva y exitosa. De igual manera los *economistas* facilitarán con las tendencias constantes de la economía para desarrollar así desarrollar unidades de negocio y finalmente contar con el apoyo de la escuela de turismo.

B. Institucionalidad del Vicerrectorado de Investigación - Dirección de Emprendimiento y Gestión.

El centro encargado de fomentar la cultura emprendedora dentro y fuera de la universidad es el a través de La Dirección de Emprendimiento y Gestión por lo que define lo siguiente:

Artículo 139° La Dirección de Emprendimiento y Gestión

139.1 La Dirección de Emprendimiento y gestión es la entidad encargada la formación de cultura empresarial entre los estudiantes y la comunidad universitaria

139.2 Son funciones son:

- a) Elaborar e implementar el reglamento de la incubadora de empresa y los centros de producción en coordinación con los estudiantes propietarios.
- b) Promover la creación y el fortalecimiento de las Incubadoras de Empresas en todas las Facultades.
- c) Contratar expertos para analizar la viabilidad de la creación las empresas de los estudiantes, para los casos necesarios.
- d) Otras que le asigne la autoridad.

5.5. ETAPAS DEL PDE

1. Primero; Captar emprendedores entusiastas para continuar con su crecimiento empresarial este será a través de los gobiernos locales, motivar e incentivar el enfoque emocional a los emprendedores para fomentar una cultura y espíritu emprendedor, mediante charlas, seminarios, talleres y conferencias Magistrales impartidas por

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

docentes y expertos de la universidad, en temas de emprendimiento, además experiencias propias sobre emprendimientos constituidos por los mismos.

2. Segundo; capacitar sobre generalidades y su respectiva elaboración de un plan de negocios, con la asesoría técnica a través de los expertos en el tema y así formularlo paso a paso con datos reales del entorno empresarial, plasmando la idea de negocio planteada en la primera fase. Además, el emprendedor logrará complementar su conocimiento teórico con lo práctico, aplicando las habilidades y destrezas adquiridas en la trayectoria empresarial, como también en la capacidad de utilizar las herramientas necesarias para elaborar un plan de negocios bien estructurado.
3. Tercero; Tener todo el conocimiento del proyecto elaborado para luego este pueda ser presentado a entidades financieras gubernamentales y privadas para su respectivo financiamiento e iniciar con las objetivos de mejoramiento planteados.

5.6.1. REQUERIMIENTOS DE APOYO DE LOS ACTORES PARA EL DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD DEL CUSCO.

Tabla N° 10: Requerimientos Para el PDE

ACTOR DESARROLADOR	FORMA LEGAL	REQUERIMIENTO	NEXO
Estudiantes, Egresados graduados.	Universidad	Habilidades y Destrezas adquiridas en las aulas.	UNSAAC
Docentes.	Universidad	Guía y Moderador en temas técnicos al emprendimiento.	UNSAAC
Gerentes y Jefes de organizaciones.	Organización es públicas y privadas	Apoyo económico Y técnico fomentando la implementación de negocios exitosos.	Gobierno Local (ONG, Instituciones financieras)
Emprendedores	Unidades de negocio.	Información para Diagnosticar la situación de la microempresa.	Microempresas de la ciudad.

Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

5.6.2. PLAN ESTRATÉGICO

Visión PDE.

Para el año 2020 ser un programa de desarrollo emprendedor reconocido a nivel nacional e internacional por su aporte de proyectos y microempresas innovadoras, las

cuales fomenten el empleo y ayuden al desarrollo económico a través de la creación de empresas spin off.

Misión PDE.

Promover la cultura emprendedora a los emprendedores de la ciudad del Cusco con la participación activa de los estudiantes, graduados, docente e instituciones gubernamentales, con fin de incentivar la creación y fortalecimiento de microempresas las cuales ayuden al desarrollo de la localidad.

Valores Compartidos del PDE.

➤ **Espíritu emprendedor.**

Tomar la iniciativa positivamente con deseos de superación con la implementación de nuevos negocios, aprovechando los conocimientos adquiridos en las aulas.

➤ **Responsabilidad.**

Formar parte de un grupo de trabajo, actuar bajo las exigencias del mismo y generar resultados gratificantes para todos.

➤ **Compromiso.**

Convencernos que se llegará al éxito con las actividades desarrolladas cotidianamente, con una mentalidad enfocada en los planes, metas y objetivos planteados.

➤ **Innovación.**

Estar preparados para el cambio y poseer ideas que sean mejores a las que se han estado trabajando, ser proactivos en la generación de soluciones con ideas no comunes.

➤ **Confianza.**

Apoyo dentro del equipo de trabajo y generar sinergia con la finalidad de continuar fomentando la participación de todos los integrantes.

➤ **Credibilidad.**

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Poseer una mentalidad positiva, constancia y perseverancia en lograr lo que se plantea y fuese importante sobrepasar las expectativas de uno mismo.

5.6.4. ÁREAS FUNCIONALES.

La estructura organizacional del programa (PDE) está dividida por dos niveles:

- El nivel directivo: El coordinador.
- El nivel técnico operativo: Los docentes representantes de cada escuela de la Facultad a cargo.

FIGURA 44: ORGANIGRAMA DEL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR



Fuente: Elaboración Propia.

5.6.5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).

Las líneas estratégicas.

Son derivadas de la misión del programa y surgieron las siguientes:

1. Ser un programa incentivador de los emprendedores del centro histórico del Cusco hacia el emprendimiento.
2. Consolidar los conocimientos empíricos que los emprendedores poseen y aplicarlos en un plan de negocio.
3. Integrar los agentes para buscar financiamiento de los planes de negocios presentados y fomentar desarrollo micro empresarial.

Unidades temáticas.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

Se propone acciones para cada línea estratégica y dar cumplimiento a los proyectos del programa, lo cual permitirá dar cumplimiento a la misión del programa de desarrollo emprendedor.

Las líneas estratégicas tienen sus fases a desarrollar, las cuales se presenta en las tablas siguientes, detallando las actividades a aplicarse para su cumplimiento.

TABLA 10: LÍNEA ESTRATÉGICA I

LÍNEA ESTRATÉGICA I: Ser una programa incentivador, motivador.		
No.	Unidad 1	Responsable
1	Introducción a Emprendimiento.	Docente/capacitador
2	Desarrollo económico.	Docente/capacitador
3	Creatividad e innovación.	Docente/capacitador
4	Conferencia motivación a emprender.	Docente/capacitador
5	Propósito de emprender.	Docente/capacitador
6	¿Qué es una idea de negocios?	Docente/capacitador

Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

TABLA 11: LÍNEA ESTRATÉGICA II

LÍNEA ESTRATÉGICA II: Ser un programa generador de ideas a negocios mediante la aplicación teórico-práctico.		
No.	Unidad 2	Responsable
1	Investigación de mercados.	Docente/capacitador
2	Plan de negocios.	Departamento de emprendimiento.
3	Normativa para iniciar un negocio.	Docente/capacitador
4	Estudio técnico, económico y financiero.	Coordinador
5	Gestión del talento humano.	Secretaria

Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

Tabla 12: LÍNEAS ESTRATÉGICA III

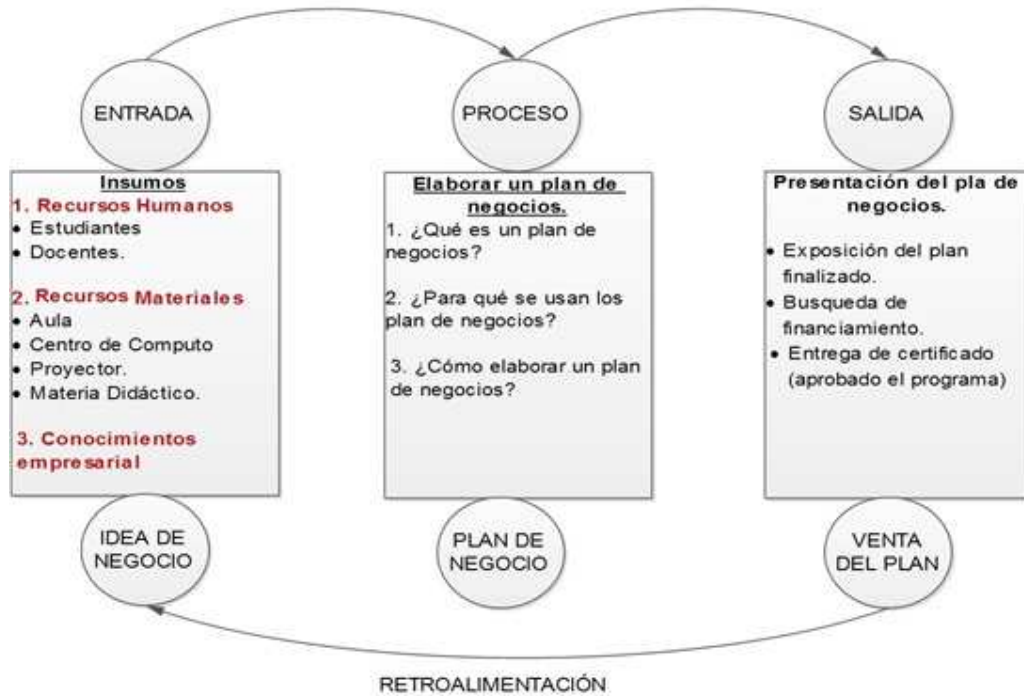
LÍNEA ESTRATÉGICA III: Ser un programa integrador entre los emprendedores y entidades al mismo fin (desarrollo emprendedor).		
No.	Unidad 3	Responsable
1	Evaluación de participantes y planes de negocios.	Docente/capacitador
2	Exposición de planes negocios a capacitadores.	Departamento de emprendimiento.
3	Exposición de planes negocios a entidades de apoyo al emprendimiento.	Docente/capacitador
4	Graduación de emprendedores y entrega de certificado.	Coordinador
5	Creación y mantenimiento de un banco de proyectos	Secretaria

Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

5.6.6. PLAN DE ACCIÓN DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).

Fases del programa de desarrollo emprendedor (PDE).

FIGURA 45: FASES DEL PROGRAMA DE DESARROLLO EMPRENDEDOR (PDE).



Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

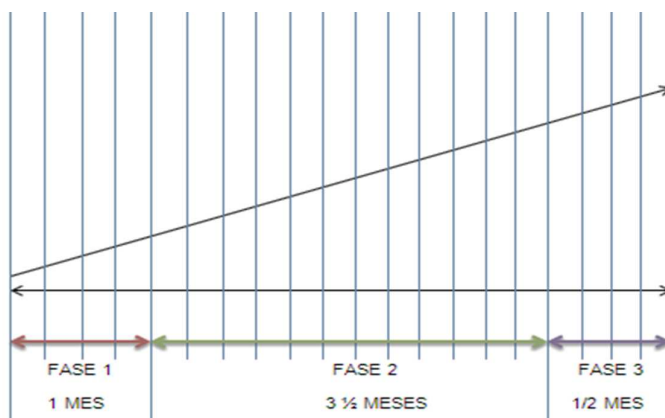
Las entradas de información se consideran las capacidades y habilidades de los estudiantes las cuales utilizarán para elaborar un plan de negocios, los conocimientos técnicos o las competencias adquiridas durante el transcurso de su carrera, además los capacitadores con su conocimiento y experiencia en el ámbito empresarial, académico serán la guía para la aplicación de los conocimientos que poseen los estudiantes.

El proceso es la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas de clase, ejemplo herramientas de diagnóstico situacional de una empresa, investigación de mercados para identificar las necesidades reales de la sociedad y la manera de satisfacer las mismas, con la elaboración de un plan de mejora o la propuesta de un negocios nuevo, pero analizando todos los factores que le afecten ya sea internos o externos y de esta forma incrementar la probabilidad de éxito del negocio.

La salida es la finalización de la tercera fase del programa, la cual esta detallada en la presentación del plan de negocios ya terminado, luego de aplicar y utilizar todo el conocimiento que poseen los estudiantes, se ve reflejado en un plan que ayudará al desarrollo micro empresarial, ampliando su capacidad instalada, buscando nuevos nichos de mercado o logrando la eficacia y eficiencia en los procesos de cada negocio. Con la aprobación del programa se entrega el certificado y esto abaliza la graduación del emprendedor.

5.6.6.1. TIEMPO DE EJECUCIÓN DE FASES DEL PROGRAMA (PDE).

FIGURA 46: TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL PDE



Los tiempos para ejecución del programa serán cuatro horas semanales distribuidas en dos días específicos de la semana, las dos horas clase presencialmente de cada día se los tomará en cuenta de la siguiente manera, la primera fase la temática se presentará teóricamente con exposición de los docentes, enfocándose en temas de emprendimiento y la experiencia que poseen en relación a emprender, todo esto para incentivar o fomentar la cultura emprendedora en los emprendedores del centro histórico del Cusco. La segunda fase los tiempos de igual manera serán presenciales pero adicionalmente se incluye el tiempo de trabajo autónomo, ya que se trabajará las dos horas clase en teoría, enfocándose a temas de planes de negocio y el desarrollo de los mismos se los complementará con información real del contexto lo cual se lo considera una formación continua semipresencial por realizar trabajo independiente. La tercera fase se la considera teórica por el hecho que se realizará la exposición

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

de los planes de negocio con el objetivo de buscar financiamiento de las entidades que ayudan al emprendimiento o al desarrollo de la localidad.

Todo este programa será evaluado cualitativamente y en base a los conocimientos demostrados, se tomará en consideración para la aprobación del programa de desarrollo emprendedor (PDE), si los participantes aprueban el programa se les entregará un certificado en el cual se detalla la participación en el programa y las competencias desarrolladas, todo esto con una duración de 120 horas presenciales y semi presenciales.

5.6.7. EL PAPEL INSTITUCIONAL.

En el programa de desarrollo emprendedor se pretende que apoye al desarrollo, con lo que se puede coordinar actividades de capacitación, asesoría técnica, gestión de fondos y la ejecución de proyectos conjuntos. En el siguiente cuadro se muestra el diseño de responsabilidades en el contexto del modelo desarrollador propuesto.

FIGURA 47: EL PAPEL INSTITUCIONAL

Línea estratégica	UNSAAC	Departamento de emprendimiento	PDE	Docente/capacitador.
Ser una programa incentivador, motivador.	Apoyar, dirigir, vigilar	Ejecutar programas, proyectos de carácter interno que desarrollen la credibilidad interna	Coordinar, informar, demandar acciones de apoyo	Cooperar, aportar y comprometer esfuerzos
Ser un programa generador de ideas a negocios mediante la Aplicación teórico-práctico.	Apoyar, dirigir, vigilar	Articular, facilitar el apoyo para generación de planes de negocios.	Participar en la elaboración de planes de negocios.	Cooperar, aportar y comprometer esfuerzos
Ser un programa integrador entre los emprendedores y entidades al mismo fin (desarrollo emprendedor).	Apoyar, dirigir, vigilar, ofertar	Integrar estudiantes, docentes y entidades de apoyo.	Participar, evaluar y promocionar acciones de apoyo al financiamiento	Cooperar, aportar y comprometer esfuerzos

Fuente: Adaptado de AdeCarchi, 2010

CONCLUSIONES

1. El estudio determinó que existe una relación directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo empresarial en un grado de 0.973 (coeficiente de correlación de Pearson). El gran nivel de relación obtenido difiere que los factores sociales, factores económicos y factores institucionales son determinantes en la percepción de cada emprendedor pero en cambio el nivel que estos presentan no son favorables para el desarrollo cognitivo y emocional de los emprendedores del centro histórico del Cusco.
2. El nivel de los factores del ecosistema empresarial muestra un panorama exiguo o débil obteniendo una puntuación de 3.06 haciendo que los factores del ecosistema empresarial sean medianamente favorables para el desarrollo del emprendedor teniendo a la cabeza al factor social con 3.15 que muestra una ligera ventaja frente a los demás gracias al aporte cultural y educación emprendedora que se está comenzando a propagar en nuestra ciudad, luego se tiene al factor económico con un promedio de 3.03 que muestra un bajo puntaje pero se encuentra en crecimiento por la accesibilidad tecnológica y financiera que se está dando en el mercado y por último se tiene al factor institucional con 2.97 en la escala de Likert este factor en la actualidad es el más rezagado por su poco aporte, colaboración y participación en el desarrollo de los emprendedores del centro histórico del Cusco.
3. El desarrollo del emprendedor se encuentra en un nivel regular teniendo como promedio un 3.13 por lo que actualmente no se encuentran en un óptimo desarrollo cognitivo ya que solo el 26.93% de los emprendedores del centro histórico del Cusco han recibido una educación superior (universitaria y no universitaria) lo que hace su enfoque cognitivo no es tan bien desarrollado y solo desarrollen una administración empírica y por otro lado se tiene el enfoque emocional o soft skill que igualmente se encuentra en un estado de estancamiento por el temor y la mediocridad dos pecados capitales que no permiten auto realizarse a sí mismos y mucho menos tener una confianza plena en sus acciones.

4. El factor principal para detener al emprendedor en la constitución de nuevos negocios es el actor institucional dentro los factores del ecosistema y el factor cognitivo dentro el desarrollo del emprendedor por lo tanto es necesario y urgente crear el programa del desarrollo del emprendedores en el cual estarán involucrados la academia y las organizaciones que permitirán el crecimiento sostenible de las habilidades y capacidades del emprendedor cusqueño.

RECOMENDACIONES

1. una mayor interacción y sinergia positiva entre los diferentes actores de los cuales son el gobierno, la academia, la gran empresa, ONG y otros para lograr un desarrollo progresivo y continuo a los emprendedores dotándoles de conocimiento, experiencia y confianza en el mundo empresarial.
2. Para lograr que los factores del ecosistema se encuentre en un panorama muy favorable para los emprendedores se debe establecer políticas directas al emprendimientos en lo cultural y en la educación, se debe intensificar la apertura de nuevas tecnologías a menor precio para los emprendedores, promover el soporte técnico profesional para los microempresas, habilitar un capital financiero bajo en intereses para el crecimiento de sus unidades económicas y por ultimo masificar programas dirigidos al crecimiento del emprendimiento por parte del gobierno y buscar la eficacia de las instituciones gubernamentales.
3. Brindar y mejorar la gestión empresarial, fomentar e inspirar el pensamiento creativo e innovador, desarrollar ruedas de negocios para incrementar el grado de comunicatividad, desarrollar una introspección empresarial de cada negocio para cada emprendedor conozca a profundidad su unidad económica y por el enfoque emocional se debe elaborar una panorama favorable que transmita confianza y seguridad al emprendedor en su desarrollo de sus actividades.
4. Aplicar el “Programa de desarrollo del Emprendedor” para lograr un crecimiento y mejora de los factores del ecosistema junto con aquellas organizaciones

***FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO***

involucradas en el entorno empresarial que dinamizarán los conocimientos y destrezas hacia los emprendedores de esta manera contribuir en el desarrollo íntegro y cabal del centro histórico del Cusco.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, I., Pérez, M., & Hernández, J. (2009). Las Pymes en el Desarrollo de la Economía Social. Factores de Éxito. Subsector Contratista del Municipio de Lagunillas del Estado de Zulia. *Negotium*, 100-120.
- Actualidad Empresarial. (12 de Mayo de 2015). *Actualidad Empresarial*. Obtenido de Boletín Informativo: <http://www.aempresarial.com/web/informativo.php?id=3648>
- Alba, T. (20 de Marzo de 2006). *Diseño Creativo*. Obtenido de Diferencia entre Creatividad e Innovación, de la mano la Clave del Éxito: <http://xn--diseocreativo-lkb.com/diferencia-entre-creatividad-e-innovacion/>
- Aldrich, H., & Zimeer. (1986). El espíritu empresarial a través de las redes sociales. *El Arte y Ciencia del Emprendimiento*, 2-23.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *DESARROLLO EMPRENDEDOR América Latina y la experiencia internacional*. Washington: IDB Bookstore.
- Beta permanente. (20 de Diciembre de 2012). *7 capacidades que debe tener todo emprendedor*. Obtenido de <http://betapermanente.es/7-capacidades-que-debe-tener-todo-emprendedor/>
- Brockhaus, R. H. (1985). La Psicología del emprendedor. *El Arte y Ciencia del Emprendimiento*, 25 - 48.
- Cantillón, R. (1775). *La circulación y e intercambio de bienes y merchandise*. Londres: Essai Sur la Nature du Commerce en General.
- Colectivo Integral de Desarrollo. (2013). *Perfil del joven emprendedor Cusqueño*. Cusco: Publicaciones CID.
- Etzkowitz, H. (2003). La innovación en la innovación: la triple hélice de relaciones gubernamentales, de la industria y la universidad. *Información de la Ciencia Social*, 293-337.
- Gálvez, J. d. (5 de Febrero de 2013). *Las Inteligencias, la inteligencia cognitiva y la inteligencia emocional*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/drjimenezrueda/las-2-inteligencias-cognitiva-y-emocional>
- Garrid, N. T. (2005). El Fomento del Desarrollo rural a través de las Incubadoras de Empresas. *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, 53-66.
- Gartner, W. B. (1998). "¿Quién es un emprendedor? " Es la pregunta equivocada. *American Journal of Small Business*, 11-32.
- Global Entrepreneurship Monitor. (8 de Noviembre de 2013). *GEM Peru 2012 Report*. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/>
- Hofstede, G. (1980). Las diferencias internacionales en los trabajos relacionados con valores. *Consecuencias de Cultura*, 67-71.

- kirzner, I. (1985). *Descubrimiento y el Proceso de Capital*. Chicago: University of Chicago Press.
- Knight, F. (1921). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kostova, T. (1997). País: perfiles institucionales concepto y medición. *Academia de procedimientos de Gestión*, 180-184.
- Kuratko, D. (2009). *Theory Process Practice*. New York: Cengage Learning.
- Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). La creatividad y el espíritu empresarial : Un regional análisis de la formación de nuevas empresas. *Regional Studies*, 879-891.
- Low, M. B. (1988). Emprendimiento: l investigación del pasado y los retos del futuro. *Journal Of Managment*, 139 - 161.
- Majmud, P. (12 de Octubre de 2012). *RED EMPRENDIMIENTO INACAP*. Obtenido de <http://www.redemprendimientoinacap.cl/columna-docente/2013/10/la-capacidad-emprendedora/>
- McClelland, D. &. (1976). El poder es el gran motivador. *Emprendimiento Juvenil*, 54.
- Mollá, A. M. (3 de Mayo de 2013). *Motivación*. Obtenido de Motivación empresarial: <http://motivacion.euroresidentes.com/2013/09/motivacion-empresarial.html>
- Morris, M. (1998). *Intensidad empresarial: Ventajas Sustentable para Individuos Organizaciones y Sociedades*. California: Editorial Greenwood publishing group incorporated.
- Municipalidad Provincial del Cusco. (2012). *PLAN DE DESARROLLO PROVINCIAL CONCERTADO DEL CUSCO AL 2012*. Cusco.
- Nueno, P. (2009). *Emprendiendo hacia el 2020: Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Pymes Autónomos. (12 de octubre de 2010). *Conocimiento Empresarial*. Obtenido de <http://www.pymesyautonomos.com/management/que-es-el-conocimiento-empresarial>
- Rodriguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*, 132.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Schumpeter, J. A. (1934). *La teoría del Desarrollo Económico : Una investigación sobre los beneficios , Capital , Credito , el interés y el Ciclo Económico*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, Socialismo y democracia*. New York: Harper & Brothers.
- Scott Shane, S. V. (2000). La promesa del espíritu empresarial como un campo de investigación. *Academy of Management Review*, 217-226.

Shapero, A. &. (1982). La dimensión social del emprendimiento. *Enciclopedia del Emprendimiento*, 72-90.

Supo, J. (2013). *Cómo validar un instrumento*. Lima: Bioestadístico.

Universidad de Cantabria. (15 de Abril de 2010). *La Comunicación*. Obtenido de <http://ocw.unican.es/ciencias-de-la-salud/ciencias-psicosociales-i/materiales/bloque-tematico-ii/tema-6.-la-comunicacion-1/6.2.2.-bfque-es-la-comunicacion-interpersonal>

Varela, R. (2008). *Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogota: Editorial Pearson educación de Colombia LTDA.

Veciana, J. (2003). *El fenómeno emprendedor y la dirección estratégica*. Barcelona: Servei de Publicacions.

Vizcarra, R. A. (1 de Octubre de 2014). *Revistaparlante*. Obtenido de <http://www.revistaparlante.pe/?q=node/25>

Wikipedia. (23 de abril de 2013). *wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

ANEXOS

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIA- -BLE	DIMENSIÓN	INDICADORES
<u>PROBLEMA GENERAL</u> ¿Cuál es la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro histórico del cusco?	<u>OBJETIVO GENERAL</u> Determinar la relación que existe entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del cusco.	<u>HIPOTESIS GENERAL</u> Existe una relación directa y fuerte entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el Centro Histórico del Cusco	FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL V.INDEPENDIENTE	Factor social	Nivel de educación emprendedora
					Nivel de cultura emprendedora
				Factor Económico	Capital Financiero
					Investigación y desarrollo
				Factor Institucional	Infraestructura Comercial y Profesional
			Eficiencia de Programas Gubernamentales		
				Capacidad de Gestión	
<u>PROBLEMAS ESPECIFICOS</u> a. ¿Cuál es la situación actual de los factores del ecosistema empresarial en el centro histórico del Cusco? b. ¿Cuál es el nivel de desarrollo de emprendedores del centro histórico del Cusco? c. ¿Qué propuesta mejora el desarrollo del emprendedor donde los factores del ecosistema se ven inmersos?	<u>OBJETIVOS ESPECIFICOS</u> a. Determinar la situación actual de los factores del ecosistema empresarial en el Centro Histórico del Cusco. b. Determinar el nivel de desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco. c. Desarrollar el Programa de Desarrollo del Emprendedor (PDE) incluyendo a los factores del ecosistema empresarial.	<u>HIPOTESIS ESPECIFICOS</u> a. La situación actual de los factores del ecosistema empresarial del centro histórico del Cusco es poco favorable para el desarrollo del emprendedor. b. El nivel de desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco es superior en el enfoque cognitivo frente al enfoque emocional. c. El Programa de Desarrollo del Emprendedor (PDE) permitirá crear un networking entre la academia e intuiciones gubernamentales para el beneficio del emprendedor del centro histórico del Cusco.	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR V.I. DEPENDIENTE	Enfoque Cognitivo del emprendedor	Nivel de gestión Empresarial
					Nivel de Innovación y creatividad
					Grado de Comunicatividad
					Grado de percepción de oportunidades y riesgo.
					Nivel de conocimiento del negocio
			Enfoque Emocional del emprendedor	Nivel de capacidad de realización personal	
				Nivel de Autoconfianza	

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 2: CORRELACIÓN FACTOR SOCIAL-DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR

		FACTOR SOCIAL	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR
F.SOCIAL	Correlación de Pearson	1	,907**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
DE	Correlación de Pearson	,907**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 3: CORRELACIÓN FACTOR SOCIAL- ENFOQUE EMOCIONAL

		FACTOR SOCIAL	ENFOQUE EMOCIONAL
F.SOCIAL	Correlación de Pearson	1	,807**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
E.EMOCIONAL	Correlación de Pearson	,807**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 4: CORRELACIÓN FACTOR ECONÓMICO-ENFOQUE EMOCIONAL.

		FACTOR ECONÓMICO	ENFOQUE EMOCIONAL
FACTOR ECONÓMICO	Correlación de Pearson	1	,926**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE EMOCIONAL	Correlación de Pearson	,926**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 5: CORRELACIÓN FACTOR ECONOMICO-ENFOQUE COGNITIVO.

		FACTOR ECONÓMICO	ENFOQUE COGNITIVO
FACTOR ECONÓMICO	Correlación de Pearson	1	,956**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE COGNITIVO	Correlación de Pearson	,956**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 6: CORRELACIÓN FACTOR ECONOMICO - DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR

		FACTOR ECONÓMICO	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR
FACTOR ECONÓMICO	Correlación de Pearson	1	,962**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR	Correlación de Pearson	,962**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 7: CORRELACIÓN FACTOR INSTITUCIONAL-ENFOQUE COGNITIVO

		FACTOR INSTITUCIONAL	ENFOQUE COGNITIVO
FACTOR INSTITUCIONAL	Correlación de Pearson	1	,948**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE COGNITIVO	Correlación de Pearson	,948**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 8: CORRELACIÓN FACTOR INSTITUCIONAL – ENFOQUE EMOCIONAL

		FACTOR INSTITUCIONAL	ENFOQUE EMOCIONAL
FACTOR INSTITUCIONAL	Correlación de Pearson	1	,947**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE EMOCIONAL	Correlación de Pearson	,947**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 9: CORRELACIÓN FACTOR INSTITUCIONAL – DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR

		FACTOR INSTITUCIONAL	DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR
FACTOR INSTITUCIONAL	Correlación de Pearson	1	,963**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR	Correlación de Pearson	,963**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 10: CORRELACIÓN: FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL - ENFOQUE COGNITIVO

		FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	ENFOQUE COGNITIVO
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	1	,972**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE COGNITIVO	Correlación de Pearson	,972**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 11: CORRELACIÓN FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL - ENFOQUE EMOCIONAL

		FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	ENFOQUE EMOCIONAL
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	1	,924**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
ENFOQUE EMOCIONAL	Correlación de Pearson	,924**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

ANEXO 12: CORRELACIÓN FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL – DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL	Correlación de Pearson	1	,973**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	156	156
DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR	Correlación de Pearson	,973**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	156	156

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 13: REGRESIÓN DE LAS VARIABLES.

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,973 ^a	,947	,947	4,28615

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	50791,796	1	50791,796	2764,770	,000 ^b
	Residuo	2829,146	154	18,371		
	Total	53620,942	155			

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	4,677	1,152		4,061	,000
	FEE	1,115	,021	,973	52,581	,000

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 14: VALIDEZ DE LA PRUEBA PILOTO.

**VALIDEZ DE LA PRUEBA PILOTO: EVALUACIÓN DE JUECES PARA VALIDAR EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA INVESTIGACIÓN TITULADA:
“FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO”**

INDICACIÓN: Señor especialista agradezco su colaboración con esta investigación. Luego de un riguroso análisis de los ítems de este cuestionario que le mostramos, marque con un aspa el casillero que cree conveniente de acuerdo a su experiencia profesional, denotando si cuenta o no con los requisitos de formulación para su posterior aplicación.

NOTA. Para cada pregunta se considera la escala Likert de 1 a 5 donde:

	1 Totalmente en desacuerdo	2 En Desacuerdo	3 Indiferente	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
N°	ÍTEMS				PUNTUACIÓ N
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL					
1	Su educación primaria y secundaria le fomentó a Ud. la creación de su empresa.				12345
2	Considera Ud. Que su educación primaria y secundaria le brindó conocimientos básicos de gestión administrativa.				12345
3	Considera Ud. que existen instituciones (ONG, Universidad, Institutos superiores, Agencias Gubernamentales, etc.) que le brindan y refuerzan su educación empresarial.				12345
4	Considera Ud. Que su medio social le permitió desarrollar un pensamiento innovador y creativo para el éxito.				12345
5	Considera Ud. Que convertir nuevas ideas en actividades empresariales es muy valorado en su medio socioeconómico.				12345
6	Considera Ud. Es accesible el financiamiento para expandir su empresa.				12345
7	Considera Ud. Que los intereses financieros son accesibles para un emprendedor que inicia su actividad económica.				12345
8	Considera que son accesibles las nuevas investigaciones y tecnologías para su empresa.				12345
9	Ud. puede adquirir las últimas tecnologías para mejorar para mejorar su empresa.				12345
10	Ud. puede acceder a asesoría empresarial por parte de consultores para dar soporte a su actividad empresarial				12345
11	Considera Ud. que la actual infraestructura física (servicios básicos, telecomunicaciones, etc.) le brinda soporte para el crecimiento de su empresa.				12345
12	Ud. Considera que es accesible los costos de los servicios básicos y de comunicación (teléfono, Internet, agua, luz, limpieza, etc.).				12345
13	Considera Ud. que las instituciones públicas ayudan a las nuevas iniciativas emprendedoras.				12345
14	Considera Ud. que los impuestos y contribuciones son una barrera para impulsar iniciativas emprendedoras y su crecimiento.				12345

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

15	El gobierno ofrece fondos públicos para apoyar nuevas actividades emprendedoras	1	2	3	4	5
16	Las agencias gubernamentales simplifican los procedimientos administrativos para la formalización de una empresa.	1	2	3	4	5
17	Considera Ud. que los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar su desarrollo empresarial.	1	2	3	4	5
DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR						
18	Ud. se vincula apropiadamente con sus competidores, proveedores y clientes.	1	2	3	4	5
19	Ud. Considera que el producto y servicio que ofrece satisface completamente las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
20	Ud. como empresario maneja adecuadamente los aspectos financieros de su negocio (Ingresos, egresos, ventas y flujo de caja).	1	2	3	4	5
21	Ud. Es minucioso y perfeccionista con las actividades programadas de su negocio.	1	2	3	4	5
22	Ud. se preocupa por generar nuevos procesos y productos para crear una empresa innovadora.	1	2	3	4	5
23	Ud. presta atención a lo que otros denominan “ideas locas” para innovar.	1	2	3	4	5
24	Ud. se considera un experto en la actividad que realiza en su empresa.	1	2	3	4	5
25	Ud. Considera que tiene conocimiento pleno del rubro del negocio que emprendió	1	2	3	4	5
26	A Ud. Siempre le gusta trabajar en equipo para resolver problemas.	1	2	3	4	5
27	Ud. actúa por iniciativa propia usando recursos para cooperar con los demás.	1	2	3	4	5
28	Ud. Comprende y satisface las necesidades de su interlocutor (compañero, socio, cliente, proveedor, etc.)	1	2	3	4	5
29	Ud. Considera que influye en los demás.	1	2	3	4	5
30	Al enfrentarse a un problema personal considera Ud. que es algo normal en la vida del ser humano.	1	2	3	4	5
31	Ud. Se considera perseverante para enfrentar problemáticas en el desarrollo de su vida profesional.	1	2	3	4	5
32	Ud. Considera que siempre ha trabajado para estar entre los mejores en su ramo de negocio.	1	2	3	4	5
33	Ud. Considera que las necesidades del ser humano son una fuente importante para convertirlas en ideas de negocio	1	2	3	4	5
34	A Ud. le gusta identificar nuevas formas de satisfacer las necesidades de los consumidores.	1	2	3	4	5
35	Ud. Considera que prefiere trabajar en un ambiente donde se requiere poco riesgo y donde esté seguro.	1	2	3	4	5
36	Ud. se siente fracasado cuando sus planes comerciales no resultan como deberían.	1	2	3	4	5
37	Ud. Considera que las condiciones sociales y económicas del país afectará su éxito en su actividad empresarial.	1	2	3	4	5

Recomendaciones: _____

ANEXO 15: EVALUACIÓN DE LOS JUECES.

1° Evaluación de Jueces de la prueba piloto por: Licenciada en Administración

Recomendaciones: El Instrumento diseñado
cumple con los objetivos de la investigación.

Apellidos y Nombres:	<u>Victoria Puerto de la Vega Aparicio</u>
Grado Académico:	<u>Lic en Adm.</u>

Puerto de la Vega
FIRMA

2° Evaluación de Jueces de la prueba piloto por: Magister en Administración
Miranda Carrión, Próspero Narciso

Recomendaciones: El constructo se encuentra
bien diseñado.

Apellidos y Nombres:	<u>Miranda Carrión Próspero Narciso</u>
Grado Académico:	<u>Magister en Adm.</u>

Miranda
FIRMA

3° Evaluación de Jueces de la prueba piloto por: Licenciado en Administración
Díaz Ugarte, Jorge Luis

Recomendaciones: ser más concretos en los
ítems.

Apellidos y Nombres:	<u>Díaz Ugarte, Jorge Luis</u>
Grado Académico:	<u>Licenciado en Administración</u>

Díaz Ugarte
FIRMA

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 16: OBJETIVOS DE LOS ITEMS.

OBJETIVOS PARA CONSTRUIR EL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN		
INDICADORES	OBJETIVOS	ÍTEMS
Nivel de educación emprendedora	Determinar si la educación básica fomento el emprendimiento.	Su educación primaria y secundaria le fomento a Ud. la creación de su empresa.
	Identificar si la educación básica fue participe en dotar herramientas de gestión.	Considera Ud. Que su educación primaria y secundaria le brindó conocimientos básicos en gestión.
Nivel de cultura emprendedora	Determinar si la sociedad cusqueña enfatiza el pensamiento innovador y creativo.	Considera Ud. Que su medio social le permitió desarrollar un pensamiento innovador y creativo para el éxito.
	La sociedad valora la importancia de generar nuevas actividades económicas.	Considera Ud. Que convertir nuevas ideas en actividades empresariales es muy valorado en su medio socioeconómico.
Capital Financiero	Identificar si las entidades financieras permiten el acceso al crecimiento empresarial.	Considera Ud. Es accesible el financiamiento para expandir su empresa con mejor tecnología.
	Identificar si las tasas de interés son adecuadas para los emprendedores.	Considera Ud. Que los intereses financieros son accesibles para un emprendedor que inicia su actividad económica.
Investigación y desarrollo	Identificar el acceso tecnológico en las nuevas empresas y en crecimiento.	Considera que son accesibles las nuevas investigaciones y tecnologías para su empresa.
	Identificar la percepción del costo de las tecnologías modernas.	Ud. puede adquirir las últimas tecnologías informáticas
Infraestructura Comercial y Profesional	Identificar las existencias de proveedores, consultores y subcontratistas que den soporte a los emprendedores.	Ud. puede acceder al crédito y asesoría empresarial de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a la actividad empresarial
	Identificar la percepción de la infraestructura física de la loSA.	Considera Ud. que la actual infraestructura física (servicios básicos, telecomunicaciones, etc.) le brinda soporte para el crecimiento de su empresa.
	Identificar la percepción del costo de los sistemas de comunicación y de los servicios básicos.	Ud. Considera que es inaccesible los costos de los servicios básicos y de comunicación (teléfono, Internet, agua, luz, limpieza, etc.).
Eficiencia de Programas Gubernamentales	Determinar el nivel de apoyo que cumple las instituciones en la creación de la actividad emprendedora.	Considera Ud. que las instituciones públicas ayudan a las nuevas iniciativas emprendedoras.
	Determinar si los impuestos y tasas constituyen una barrera en la actividad emprendedora.	Considera Ud. que los impuestos y contribuciones son una barrera para impulsar iniciativas emprendedoras y su crecimiento.
	Identificar la percepción de los emprendedores sobre el apoyo económico por parte del gobierno.	El gobierno ofrece fondos públicos para apoyar nuevas actividades emprendedoras
	Identificar la Percepción sobre los procedimientos administrativos.	Las agencias gubernamentales simplifican los procedimientos administrativos para la formalización de una empresa.
	Identificar la accesibilidad de información necesaria para la formalización.	Ud. conoce y utiliza información mediante una ventanilla única sobre una amplia gama de ayuda empresarial.
Capacidad de Gestión	Identificar si los agentes gubernamentales son competentes y eficaces.	Considera Ud. que los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar su desarrollo empresarial.
Nivel de gestión Empresarial	Identificar el conocimiento de la empresa por parte del emprendedor.	Ud. se vincula apropiadamente con sus competidores, proveedores y clientes.
	Identificar si el emprendedor tiene una adecuada gestión de marketing.	Ud. Considera que el producto y servicio que ofrece está satisface completamente las necesidades del cliente.

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

	Identificar si el emprendedor tiene una adecuada gestión financiera.	Ud. como empresario maneja adecuadamente los aspectos financieros de su negocio. (Ingresos, egresos, ventas y flujo de caja).
Grado de percepción de oportunidades y riesgo	Identificar si el emprendedor es capaz de visualizar los resultados.	Ud. como emprendedor visualiza los objetivos y resultado de su negocio.
	Identificar si el emprendedor analiza los riesgos de sus acciones.	Ud. al planificar identifica y controla los riesgos al iniciar una actividad emprendedora
	Identificar si el emprendedor es minucioso con las cosas que realiza.	Ud. Es minucioso y perfeccionista con las actividades programadas de su negocio.
Nivel de Innovación y creatividad	Identificar si el emprendedor busca alternativas de mejoramiento de continuo.	Ud. cree utiliza nuevos métodos y técnicas en su actividad empresarial.
	Identificar el nivel de curiosidad.	A Ud. le interesa y preocupa por investigar y generar nuevas iniciativas emprendedoras.
	Identificar el nivel de diferenciación creativa.	Ud. presta atención a lo que otros denominan "ideas locas" para innovar.
Grado de Comunicatividad	Identificar el grado de cooperativismo del emprendedor.	A Ud. Siempre le gusta trabajar en equipo para resolver problemas.
	Identificar el grado de iniciativa para colaborar con los demás.	Ud. actúa por iniciativa propia usando recursos para cooperar con los demás.
	Identificar si el emprendedor el grado de escucha frente a los demás.	Ud. Comprende y satisface las necesidades de su interlocutor (compañero, socio, cliente, proveedor, etc.)
	Identificar el grado de liderazgo.	Ud. Considera que influye en los demás.
Nivel de conocimiento del negocio	Identificar el grado de experiencia y experticia que posee el emprendedor en su negocio.	Ud. Considera tener la suficiente experiencia y ser un experto en el rubro de su negocio.
Nivel de capacidad de realización personal	Identificar el grado de locus frente a los problemas por parte del emprendedor.	Al enfrentarte a un problema personal considera Ud. que es algo normal en la vida del ser humano.
	Identificar el grado de superación del emprendedor.	Ud. se emociona más cuando su trabajo está entre los mejores.
	Identificar el grado de satisfacción personal.	Ud. Considera que siempre ha trabajado para estar entre los mejores en su ramo de negocio.
Nivel de Autoconfianza	Identificar el grado de competitividad del emprendedor.	Ud. se siente fracasado cuando sus planes comerciales no resultan como deberían.
	Identificar el grado de locus frente al entorno.	Ud. Considera que las condiciones sociales y económicas del país no afectará su éxito en su actividad empresarial.

ANEXO 17: ENCUESTA.

ENCUESTA A LOS EMPRENDEDORES DEL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO

OBJETIVO: Determinar la relación entre la factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor del centro histórico del Cusco en el 2014 y sugerir una propuesta que contribuya a al desarrollo del emprendedor.

Señor(a) emprendedor, el presente cuestionario forma parte de este proyecto de investigación, su contribución es estrictamente académica. Por su puesto, los datos serán anónimos y la información se tratara a

DATOS GENERALES

1. Edad:.....
2. Género: (M) (F)
3. Grado de Instrucción:
 - a) Secundaria b) Superior No Universitario c) Superior Universitario d)
- Otros:.....
4. Actividad Económica.....

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

I. FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR

INSTRUCCIONES: Marque usted según su consideración, donde (1) es **TOTALMENTE EN DESACUERDO**, (2) **EN DESACUERDO**, (3) **INDECISO**, (4) **DE ACUERDO** y finalmente (5) **TOTALMENTE DE ACUERDO**.

N°	ÍTEMS	PUNTUACIÓN				
1	Su educación primaria y secundaria le fomento a Ud. la creación de su empresa.	1	2	3	4	5
2	Considera Ud. Que su educación primaria y secundaria le brindó conocimientos básicos en gestión.	1	2	3	4	5
3	Considera Ud. Que su medio social le permitió desarrollar un pensamiento innovador y creativo para el éxito.	1	2	3	4	5
4	Considera Ud. Que convertir nuevas ideas en actividades empresariales es muy valorado en su medio socioeconómico.	1	2	3	4	5
5	Considera Ud. Es accesible el financiamiento para expandir su empresa con mejor tecnología.	1	2	3	4	5
6	Considera Ud. Que los intereses financieros son accesibles para un emprendedor que inicia su actividad económica.	1	2	3	4	5
7	Considera que son accesibles las nuevas investigaciones y tecnologías para su empresa.	1	2	3	4	5
8	Ud. puede adquirir las últimas tecnologías informáticas	1	2	3	4	5
9	Ud. puede acceder al crédito y asesoría empresarial de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a la actividad empresarial	1	2	3	4	5
10	Considera Ud. que la actual infraestructura física (servicios básicos, telecomunicaciones, etc.) le brinda soporte para el crecimiento de su empresa.	1	2	3	4	5
11	Ud. Considera que es inaccesible los costos de los servicios básicos y de comunicación (teléfono, Internet, agua, luz, limpieza, etc.).	1	2	3	4	5
12	Considera Ud. que las instituciones públicas ayudan a las nuevas iniciativas emprendedoras.	1	2	3	4	5
13	Considera Ud. que los impuestos y contribuciones son una barrera para impulsar iniciativas emprendedoras y su crecimiento.	1	2	3	4	5
14	El gobierno ofrece fondos públicos para apoyar nuevas actividades emprendedoras	1	2	3	4	5
15	Las agencias gubernamentales simplifican los procedimientos administrativos para la formalización de una empresa.	1	2	3	4	5
16	Ud. conoce y utiliza información mediante una ventanilla única sobre una amplia gama de ayuda empresarial.	1	2	3	4	5
17	Considera Ud. que los profesionales que trabajan en las agencias gubernamentales son competentes y eficaces para apoyar su desarrollo empresarial.	1	2	3	4	5
18	Ud. se vincula apropiadamente con sus competidores, proveedores y clientes.	1	2	3	4	5
19	Ud. Considera que el producto y servicio que ofrece está satisface completamente las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

20	Ud. como empresario maneja adecuadamente los aspectos financieros de su negocio. (Ingresos, egresos, ventas y flujo de caja).	1	2	3	4	5
21	Ud. como emprendedor visualiza los objetivos y resultado de su negocio.	1	2	3	4	5
22	Ud. al planificar identifica y controla los riesgos al iniciar una actividad emprendedora	1	2	3	4	5
23	Ud. Es minucioso y perfeccionista con las actividades programadas de su negocio.	1	2	3	4	5
24	Su educación primaria y secundaria le fomento a Ud. la creación de su empresa.	1	2	3	4	5
25	Considera Ud. Que su educación primaria y secundaria le brindó conocimientos básicos en gestión.	1	2	3	4	5
26	Considera Ud. Que su medio social le permitió desarrollar un pensamiento innovador y creativo para el éxito.	1	2	3	4	5
27	Considera Ud. Que convertir nuevas ideas en actividades empresariales es muy valorado en su medio socioeconómico.	1	2	3	4	5
28	Considera Ud. Es accesible el financiamiento para expandir su empresa con mejor tecnología.	1	2	3	4	5
29	Considera Ud. Que los intereses financieros son accesibles para un emprendedor que inicia su actividad económica.	1	2	3	4	5
30	Considera que son accesibles las nuevas investigaciones y tecnologías para su empresa.	1	2	3	4	5
31	Ud. puede adquirir las últimas tecnologías informáticas	1	2	3	4	5
32	Ud. puede acceder al crédito y asesoría empresarial de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a la actividad empresarial	1	2	3	4	5
33	Considera Ud. que la actual infraestructura física (servicios básicos, telecomunicaciones, etc.) le brinda soporte para el crecimiento de su empresa.	1	2	3	4	5
34	Ud. Considera que es inaccesible los costos de los servicios básicos y de comunicación (teléfono, Internet, agua, luz, limpieza, etc.).	1	2	3	4	5
35	Considera Ud. que las instituciones públicas ayudan a las nuevas iniciativas emprendedoras.	1	2	3	4	5
36	Considera Ud. que los impuestos y contribuciones son una barrera para impulsar iniciativas emprendedoras y su crecimiento.	1	2	3	4	5
37	El gobierno ofrece fondos públicos para apoyar nuevas actividades emprendedoras	1	2	3	4	5
38	Las agencias gubernamentales simplifican los procedimientos administrativos para la formalización de una empresa.	1	2	3	4	5

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 18: ENTREVISTA A LOS JUICIOS DE EXPERTOS.

**ENTREVISTA A JUICIO DE EXPERTOS (EMPRENDIMIENTO)
“FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL
EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO”**

INDICACIÓN: Señor especialista agradezco su colaboración con esta investigación. La siguiente entrevista será utilizada con fines de investigación, el tema a tratar es el *emprendimiento* el cual es de su experticia.

1. Teniendo en cuenta los factores del ecosistema empresarial (Social, económico e institucional) ¿En qué medida afecta o contribuye el factor social en el desarrollo del emprendedor?
2. ¿Cómo considera Ud. el factor económico como soporte para el desarrollo del emprendedor
3. ¿Cree Ud. que las entidades gubernamentales brindan suficiente apoyo y oportunidades para generar un buen desarrollo del emprendedor?
4. En conclusión ¿Ud. cree que existe una relación directa entre los factores del ecosistema empresarial y el desarrollo del emprendedor en el centro histórico del Cusco?
5. ¿La institución a la cual representa, realiza actividades enfocadas al desarrollo del emprendedor?
6. ¿Qué recomienda para generar desarrollo del emprendedor en el Centro histórico del Cusco?
7. A continuación marque el nivel de relación de las dimensiones y variables de según su análisis; 1 con menor relevancia y 5 con una directa y mayor relevancia.

	1	2	3	4	5	Desarrollo del Emprendedor
Factor Social						
Factor Económico						
Factor Institucional						
	1	2	3	4	5	Factores del Ecosistema empresarial
Enfoque Cognitivo						
Enfoque Emocional						

Apellidos y Nombres:	
Nacionalidad:	
Cargo:	
Institución:	
Grado Académico:	

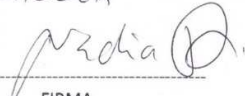
FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

ANEXO 19: RESULTADOS DE LA ENTREVISTA DE JUICIO DE EXPERTOS.

1° Entrevista de juicios de expertos por: Licencia en Pedagogía.

Nadia Droubi Franich; Especialista en promover el emprendimiento a nivel mundial.

Apellidos y Nombres:	NADIA DROUBI FRANICH
Nacionalidad:	CANADIENSE
Cargo:	RESPONSABLE DEL SEMILLERO
Institución:	CUSO (KATIPA)
Grado Académico:	LICENCIADA (U.P. COMILLAS) PEDAGOGA


 FIRMA

	1	2	3	4	5	
Factor Social					X	Desarrollo del Emprendedor
Factor Económico			X			
Factor Institucional					X	
	1	2	3	4	5	
Enfoque Cognitivo			X			Factores del Ecosistema empresarial
Enfoque Emocional				X		

2° Entrevista de juicios de expertos por: Economista

Richard Atausinchi Laurel; Facilitador técnico en emprendimiento.

Apellidos y Nombres:	Richard Atausinchi Laurel
Nacionalidad:	Peruano
Cargo:	Facilitador técnico en negocios
Institución:	Guaman Poma de Ayala
Grado Académico:	Economista


 FIRMA

	1	2	3	4	5	
Factor Social				X		Desarrollo del Emprendedor
Factor Económico			X			
Factor Institucional			X			
	1	2	3	4	5	
Enfoque Cognitivo				X		Factores del Ecosistema empresarial
Enfoque Emocional			X			

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

ANEXO 20: LISTA DE EMPRENDEDORES DEL CUSCO 2014.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	ACTIVIDAD	RUC.	DIRECCION	AREA
1	ROMAN TUPAYACHI AMELIA TULA	VENTA DE GOLOSINAS	10238643801	PLAZA SAN FRANCISCO N°154-158	72
2	GUTIERREZ VALERO MILTON FRANK	VENTA DE COLCHONES	10153540557	CALLE MATARA N°354-B	83.93
3	ALMIRON PUMA TEOFILA	ABARROTES	10239075075	CALLE CANTERAC N°J-8 URB.INDEPENDEN.	20
4	HUAYLLANI CHOQUEHUANCA NEOFA	ABARROTES	10484791894	JR.MANRIQUE L-8-B URB- ROSASPATA	48.5
5	ALFARO VASQUEZ ANNIKA PAGIELA	BOUTIQUE	10462008410	AV SOL N° 948 INT 113	26.5
6	ALFARO QUISPE CORINA	BAZAR PERFUMERIA	10448889292	CALLE RECOLETA N° 18	25
7	CHOQUE CUSIHUAMAN DARWIN	VENTA DE MALETINES Y CARTERAS	10418274731	CALLE TECTE N°253-A	20.57
8	DUEÑAS LINARES MEDALID	BOUTIQUE	10238503456	CALLE SAN ANDRES N°270 INT 04	20
9	IBARRA CHIPA LIDA	MINI MARKET BRUJITAS MARKET	10238952544	CALLE PORTAL CONFITURIA 257	60
10	RODRIGUEZ KROSS ODAR	ABARROTES	10239793083	AV. COLLASUYO N° 2964 INT. M-201	4
11	ANCCO ESCOBAR ANTONIO HUMBERTO	VENTA DE CARNES	10024062070	CALLE CCASCAPARO N° 184	42
12	ACURIO LASTEROS MARIA ADELMA	LIBRERÍA	10716885858	CALLE ABRACITOS N° 439	35
13	QUISPE HUILLCA ERWIN LIBERO	VENTA DE COMPUTADORAS	20490864319	AV. SOL N°346 INT. 205	10.61
14	LASTARRIA PACHECO ANA LUCIA	BAZAR	10405636072	LIMACPAMPA CHICO N° 400 INT. 35 II NIVEL	16.5
15	DOLMOS SONCCO EDIC	VENTA DE CARNES	10416656962	CALLE GENERAL BUENDIA N° 777	10
16	OSCCO CCOA MARIZA	VENTA DE ARTESANIAS	10432276754	CALLE HATUNRUMIYOC N° 480-A PSJ. INCAROCA T-4	19.16
17	MENDOZA MONTALVO KARINA	VENTA DE ARTESANIAS	10441228517	CALLE TRIUNFO N° 392 INT. 119	
18	HANCO QUISRE DOROTEA	VENTA DE FRUTAS	10246935505	CALLE CCASCAPARO CHICO N°164	15
19	HILAQUITA QUISPE ALEJANDRO	VENTA DE ARTESANIAS	10238281178	CALLE TRIUNFO 392 INT 112	35
20	BELLO ANDIA GERONIMA	ABARROTES	10238414941	CALLE CHOQUECHACA N° 881	15
21	LEON PACHECO SANTIAGO	VENTA DE CARNES	10455400452	CALLE GENERAL BUENDIA N° 777	18
22	ARONACA CAHUANA DE AGUIRRE DIONISIA	VENTA DE ARTESANIAS	10238195417	CALLE HATUNRUMIYOC N° 487 INT.3	25
23	PEÑA FARFAN ZOILA	VENTA DE ARTESANIAS	10238707264	PLAZOLETA SAN BLAS N° 618 INT. 4	8.2
24	PANCCA BUSTINCIO JORGE LUIS	VENTA DE HUEVOS	10479724275	CALLE GENERAL BUENDIA N° 777-B	12
25	ATAULLUCO ROCCA JANET	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	10239802058	CALLE PERA N° 420	20
26	MAMANI UTURUNCO VICENTE	FLORERIA	10422820600	CALLE SAN AGUSTIN N° 307 INT. 117	25.35
27	PRADA ESPINOZA HAYDEE ELIZABETH	GALERIA DE PINTURAS	10412977284	CALLE TRIUNFO N°393 INT.1	21
28	RUIZ ARAUJO FLORENTINA MATILDE	VENTA DE CARNES DE POLLO	10257600870	CALLE GENERAL BUENDIA N°698	35
29	HUARAKA CCOMPI VERONICA	VENTA DE ARTESANIAS	10468769978	CALLE HATUNRUMIYOC N°493	45

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

30	SEQUEIROS CHAVEZ RODOLFO	LIBRERÍA	10250037592	CALLE ABRACITOS N°474 INT	24
31	MACETAS LAURA BONIFACIO VICTOR	LIBRERÍA	10239922461	CALLE ABRACITOS N°478	50
32	AIMITUMA HUANCA ELIZABETH	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	10252206626	CALLE BELEN N°346 STAD.228	8
33	SOLIS ARAGON RUTH YENI	VENTA DE ARTESANIAS	10238649183	CALLE SAN AGUSTIN N°204	22
34	SASARI QUISPE JUANA	VENTA DE MATERIALES DE ARTE	10402360424	CALLE TRIUNFO N°392	22.51
35	MAMANI MENDOZA YUDITH G	VENTA DE ARTICULOS ELECTRICOS	10239587840	AV. EJERCITO N°150 STAND A-5	20
36	CHURA CALISAYA ROSA	BAZAR JOYERIA	10238282701	CALLE AYACUCHO N°198 I-21	14.3
37	PALOMINO ILACAÑA EUDYS	VENTA DE ROPA	10402068502	CALLE PERA N° 420 AMB. 15-B C.C. VIA PERA	48
38	CALANCHA VILLA LEANDRO	BAZAR REGALOS	10238464108	JR. ABEL LANDEO P-1 URB. ROSASPATA	70
39	BAEZ CUTIPA ALICIA	LIBRERÍA	10414298325	PLAZOLETA SAN BLAS N° 630- A	20.97
40	CCAHUANA QUISPE MARITZA	VENTA DE FRUTAS	10460666517	CALLE CCASCAPARO N° 150-A	30
41	PERALTA LIMASCCA SALOMON	TIENDA DE ABARROTES	10411601981	PICCHU SIPASPUCYO I-14	25
42	DEL CASTILLO HOLGADO VICTOR MIGUEL	VENTA DE ARTESANIAS	10238149512	CUESTA SAN BLAS N° 576	11.5
43	GALDOS MORA HECTOR	VENTA DE ARTESANIAS	10406191414	CALLE TRIUNFO N° 392 INT.113	10.5
44	LIZARASO ENRIQUEZ KARLA EUNICE	LIBRERÍA	10416158521	CALLE ABRACITOS N° 418	35
45	OLAZABAL CASTILLO ANA PATRICIA	BAZAR LIBRERÍA	10238269895	CALLE DESAMPARADOS N° 117	12
46	LAUCATA CCAÑA FERNANDO	TIENDA DE ABARROTES	10239835495	CALLE LUCREPATA N° 400	30
47	ESPINOZA RIOS NATIVIDAD	VENTA DE ARTESANIAS	10095884721	PLAZOLETA SAN BLAS N° 646	24
48	LA TORRE HANCCO FRIDA VILMA	VENTA DE ROPA	10403981473	CALLE PERA N° 300-B	27
49	AMAU MAMANI GLADIS MARILU	VENTA DE ARTICULOS DE HOGAR	10239981530	AV. EJERCITO N° 144-A	27
50	COSTAS PANDO ALFREDO	LIBRERÍA	10249900597	CALLE TRES CRUCES DE ORO N° 486 INT. T-102	15
51	LIZARASO ENRIQUEZ KARLA EUNICE	LIBRERÍA	10416158521	LIMACPAMPA GRANDE N° 418	35
52	SURCO SURCO EMPERATRIZ	LIBRERÍA	10238996720	CALLE AREQUIPA N° 266-B	36
53	SOTELO VDA. DE ORELLANA GRIMANESA	VENTA DE CALZADOS	10238202979	CALLE TUPAC AMRU N° 183	30
54	MONCADA ESTRADA SILVIA	FERRETERIA	10422192714	CALLE ARCOPUNCO N° 665	22.48
55	GONZALES SOTO JUAN CARLOS	VENTA DE BISUTERIA	10238262262	CALLE TECTE N°396	45
56	CASACHAHUA ROJAS ANA MARISOL	VENTA DE ARTESANIAS	10200545261	CALLE TRIUNFO N°338 INT.	25
57	SAIRE QUISPE ZANDER CLAUDIO	RENOVADORA DE CALZADOS	10081447514	CALLE TECTE N°253	10

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

58	FIGUEROA CHAVEZ AMALIA BETSY	VENTA DETARJETAS Y RECUERDOS	10431162402	CALLE BELEN N°450 INT.	16
59	QUIROGA EZQUERRA FIDHER	PANADERIA PASTELERIA	10469344245	CALLE RECOLETA N°41 URB.TAWANTINS.	59.02
60	PAUCAR CONTRERAS VICTOR RAUL	VENTA DE ARTESANIAS	10447214011	CALLE TRIUNFO N°338-B INT	14
61	DEL SOLAR SALGADO JUAN FERNANDO	VENTA DE ROPA DEPORTIVA	10239513099	CALLE NUEVA N°455 INT.102	13
62	OVALLE CUSIRIMAY MANUEL	VENTA DE ROPA DEPORTIVA	10239368072	CALLE NUEVA N°455 INT.109	13
63	HUAMAN GUSMAN MARILUZ	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	20564074218	CALLE MARQUEZ N°259 INT.7	24
64	HUAHUACHAMPI QUISPE LOURDES	VTA. DE ARTESANIAS	10239412560	CALLE TRIUNFO 118.	20
65	CARREÑO FLORES URSULA MARIA	PASTELERIA	10423100805	CALLE AYACUCHO N°215	9
66	RIOS CARBAJAL FRANK JOSEPH	JUGUERIA	10076201418	CALLE MARQUEZ N°200	
67	BAZAN QUISPE SEGUNDINO	HORNO TRADICIONAL	10469698519	CALLE UNION N°250 INT	84.65
68	YEP LUY PATRICIA ELENA	VENTA DE CHOCOLATES	10093959901	CALLE CHOQUECHACA N° 162	15
69	TACOMA CASTILLO ANA MARIA	VENTA DE ARTESANIAS	10250026698	CALLE CHOQUECHACA N° 162	27.18
70	LATORRE DE MERIDA MARITZA EVELYN	VENTA DE PRENDAS TEXTILES Y JOYERIA	10238245619	CALLE PLATEROS N° 305	56
71	OCHOA CCOSCCO CAYETANO	VENTA DE ARTESANIAS	10436888011	CALLE HATUNRUMIYOC N° 487-B	24
72	HANCCO CHAUCA BERTHA	VENTA DE ARTESANIAS	10411390620	CALLE ARCO IRIS N° 448	14
73	LOZANO LLANO IYERALDY ROSA	VENTA DE TARJETAS	10748123011	CALLE BELEN N° 452	4.6
74	ACURIO DE CHAPARRO DOLORES LUZMILA	PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	10239765870	CALLE PALACIO N° 122 INT.	12
75	CASTRO LORENA DORIS INES	CAFÉ PASTELERIA	10238263366	CALLE SUECIA N° 456	16
76	CARDENAS FLORES JUAN	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10238613715	PLAZOLETA SAN BLAS N° 618 INT.1	6
77	OCON CONDORI ZENOBIO	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10436389898	CALLE TANDAPATA N° 688	35
78	HUARAKA CCOMPI NILTHON	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10478755983	CALLE HATUNRUMIYOC N° 487-A	25
79	QUISPE MAMANI JUANA ANDREA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10239130831	CALLE HATUNRUMIYOC N° 487	28
80	PAUCA CHAVEZ MIRCO PASTOR	PRODUCCIÓN DE POLOS DEPORTIVOS	20558592487	CUESTA DEL ALMIRANTE N° 134	30.7
81	JANCCO GONZALO SAMUEL	PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	10477051261	CALLE TANDAPATA N° 646	8
82	MAMANI QUISPE YENY MARGOT	PRODUCCIÓN DE ARTESNIAS	10424663340	PASAJE INCA ROCA S/N AMB. 08	40
83	RIOS CHAPARRO FAUSTINA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10239162334	PASAJE INCA ROCA N° 234	62.19
84	HUAMAN CURO ANDREA	PROCUCCIÓN DE ARTESANIAS	10451226695	CALLE HATUNRUMIYOC N°487 C	22
85	ALANOCA CHINO ELMER	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10458593871	CALLE TUPAC AMARU N°180	6

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

86	GUISADO AVALOS MARIO	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10310446195	CALLE TUPAC AMARU N°184	33.36
87	VARGAS GREGORIO PALOMINO	SASTRERIA	10238707108	AV TULLUMAYO N°383	30
88	GUTIERREZ CALCINA FLAVIA LEONARDA	PRODUCCION DE QUESOS	10015437834	PROLONGACION MONJASPATA N°179	20
89	SAIRE QUISPE ZANDER CLAUDIO	PRODUCCIÓN DE CALZADOS	10081447514	CALLE TECTE N°245	30
90	CONDORI LAURA EULOTERIO	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10238626027	CALLE SAN AGUSTIN N°208	25
91	ROQUE CASTAÑEDA CESAREA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10238498631	PLAZOLETA LIMACPAMPA CHICO N°406	35.3
92	ZUÑIGA PALOMINO GLORIA	PRODUCCIÓN DE POLOS DEPORTIVOS	10239536927	CALLE BELEN N°346 CC EL GRAN PODER C-385	7.8
93	DELGADO VARGAS MARCO ANTONIO	PRODUCCIÓN DE CALZADOS	10238334425	CALLE TUPAC AMARU N°165-B	29.29
94	LUNA TORRES SONIA LUISA	IMPRENTA	10238225235	CALLE RUINAS N°439	
95	HUAMANTTICA HUAMAN DAVID	TORTAS	10421716248	CALLE RECOLETA N° 11 URB. TAHUANTINSUYO	35
96	SARAYA QUISPE PAULINO	JOYERIA	10239996472	CALLE AFLIGIDOS N° 120	15
97	PUMA ARRAMBIDE BACILIO	BORDADOS	10240024484	CALLE CHAPARRO N° 287	12.8
98	MORALES DE PUMACAYO TULA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIA	10239975718	CALLE SAN AGUSTIN N°399	60
99	MONTOYA PILLCO MILENKA XIMENA	COCINAS	10471124813	CALLE BELEN N° 406	30
100	CITE ARTESANIA Y TURISMO CCATCCA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	20564056074	CUESTA SAN BLAS N° 575-A	34.18
101	GALDO HERMOZA RENE NERI	CALZADOS	10238276832	CALLE PAMPA DEL CASTILLO N° 435	20
102	HILARES RAMIREZ CRISTINA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10240064524	CALLE CUESTA SAN BLAS N° 158 (ANTES 544)	10.5
103	QUISPE GALLEGOS CARLOS AUGUSTO	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10432449128	CALLE TRIUNFO N° 392 AMB. 118	10
104	SALLO HUAYLLAHUAMAN JUSTINA	PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10238581007	PORTAL ESPINAR N° 182	13.16
105	ESQUIVEL DELGADO DE UNWIN ROSALIA	ARTESANIA EN PLATA	10240016422	CUESTA SAN BLAS N° 505	6.21
106	FARFAN ARIAS CARLOTA LUS MARINA	CREACIÓN DE CALZADOS	10238511394	CALLE TECTE N° 218-A	22.29
107	BERRIO PARI SALLY SHANEL	CONFECCION DE VESTIDOS	10438269385	AV. GARCILASO N° 806-2 INT. 3	78
108	ENCISO TORRES JULIA	ARTESANIAS TEXTILES	10282758216	PLAZOLETA SAN BLAS N° 646 INT.	25
109	HUAMAN CACERES DANTE	POLOS DEPORTIVOS	10101838329	CALLE PERA N° 420	52
110	PALOMINO SALAS PRIMITIVO	PRODUCCION DE ARTESANIAS	10438326516	CALLE TRIUNFO N° 374 INT. 2B	20
111	JANCCO CASILLA ELIAS COSME	RESTAURANTE	10411809922	CALLE PLATEROS N° 323	118.5
112	ESTRADA BOLAÑOS ISIDORA	VENTA Y PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10245605981	CALLE KANCHIPATA N° 579	8
113	AGUILAR CERVANTES RAPHAEL	VENTA Y PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10439190383	CALLE TRIUNFO N° 392 INT.114	22.69
114	QALLARIY PROYECTOS PARA LA AYUDA AL DESARROLLO	VENTA Y PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	20526906331	PLAZOLETA SANTO DOMINGO N° 259	39.6

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

115	ARESTEGUI CARDENAS MERCEDES ADALGIZA	VENTA Y PRODUCCIÓN DE ARTESANIAS	10079640811	CUESTA SAN BLAS N° 595	18
116	QQUECHO CONDORHUAMAN MARIA PURIFICACION	HORNO TRADICIONAL	10239062224	CALLE ANDRES AVELINO CACERES O'-5B CTE.6 INDEPENDENCIA	70
117	ARANYA SANTA CRUZ FLORENTINA	PRODUCCION DE ARTESANIAS	10431319891	PLAZOLETA SAN BLAS N° 612	20
118	QQUECCAÑO QUISPE BRIGIDA FRANCISCA	BOTICA	10246875664	CALLE TRES CRUCES DE ORO N° 563	26
119	CHILCA JIMENEZ RONY	RESTAURANTE TIPICO	10705780485	AV.ALTA N°429	86
120	VALDEIGLESIAS QUISPE PAVEL	CONSULTORIO DENTAL	10802070841	CALLE BELEN N°553 INT. 102 II NIVEL	22
121	ALARCON BACA MARY EBELN	BAR RESTAURANTE	10239362406	CALLE BELEN N° 642 INT.4	375
122	CURO CCASANI JOAQUIN	VENTADE PRDUCTOS NATURALES	10400929659	AV.SOL N°457 INT.II NIVEL	81
123	QUINTANILLA PANIHUARA GIULIANA	CONSULTORIO OBSTETRICO	1043618556	CALLE TECTE N°293 INT. 300	32
124	PAREJA GUEVARA AUGUSTA CLAUDIA	RESTAURANTE	10239869659	AV.TULLUMAYO N°870	92.5
125	CHAVEZ PORTUGAL CARLOS	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	10310431449	CALLE TECTE N°293 INT.200 II NIVEL	25
126	BOCANGEL RODRIGUEZ MARIA ANTONIETA	HOSPEDAJE	10253174345	CALLE INTICAHUARINA N° 617	195
127	LINARES ANDRADE XIOMARA	CAFETERIA	10481051563	URB.MARISCAL GAMARRA N°3-D	128.6
128	MONTESINOS BENGOA KEYLA	HOSPEDAJE	10462637310	CALLE TRIUNFO N° 374 INT II NIVEL	140
129	CHAMBI CHOQUE HERBERT	HOSPEDAJE	1.04039E+11	CALLE CARMEN ALTO N°112 SAN BLAS	289
130	HUILLCA FLORES GUILLERMO	KARAOKE	10465177824	CALLE HUAYNAPATA N°194	264.93
131	STOLER LIONEL JEAN	RESTAURANTE EL JARDIN SECRETO	15564025949	CALLE PLATEROS 380	154
132	QUISPE QUISPE PATRICIA	FARMACIA QALIFARMA	10448064692	COOP.MIRAFLORES A-3 TICATICA	20
133	SANCHEZ CHAUCA ROMARIO ELEX	PICANTERIA BAMBU	10762328505	CALLE HOSPITAL 772	45
134	MONTESINOS BENGOA KEYLA	HOSPEDAJE	10462637310	CALLE TRIUNFO N°374 INT.II NIVEL	140
135	MIRANDA CHOQUE KELLY MILAGROS	SERVICIO LOCUTORIO Y RECARGAS	10480518531	CALLE AFLIGIDOS N°124 INT.	1.60
136	MONROY PUMA MARIA ELENA	SNACK AL PASO MIXTURAS RICAS	10239918962	CALLE AFLIGIDOS N°124 INT 02	6
137	GAMALLO ROMANO GIOVANA ESMERALDA	CAFÉ RESTAURANTE	10190821507	CALLE MATARA N° 242 II NIVEL	92.77
138	RIVAS CHACON ALICIA	CAFÉ	10405726497	CALLE HUAYNAPATA N° 410	20
139	ALVARO QUISPE ARMANDO	HOSPEDAJE	10247153158	AV. TULLUMAYO N° 257	452.95
140	ACOSTUPA HUALPARIMACHI EDITH SILVIA	FARMACIA	10250026043	CALLE MARURI N° 228 INT. 102	22
141	CONCHA TOCRE ELIZABETH	BOTICA	10433460672	CALLE TECTE N°200-B	40
142	FLORES BAHAMONDES MARTIN PEDRO	HOSPEDAJE	10073478311	CALLE TAMBO DE MONTERO N° 222	495.77
143	VASQUEZ TTITO GLORINDA	BOTICA	10402386687	URB. MANUEL PRADO N-3-A	27

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

144	ARGANDOÑA ALVAREZ WILLIAM	BOTICA	10425729140	CALLE CHOQUECHACA N° 207-A	20
145	VITORINO ECHEGARAY IVAN	CONSULTORIO DENTAL	10401704383	CALLE LIMA B-7 OFC. 104 BARRIO PROFESIONAL	40.33
146	HANCCO CCAPATINTA GLADYS CECILIA	BOTICA	10451524084	JR. RETIRO L-4-A	36
147	CARREÑO CASTRO JHOSIMAR	JUGUERIA	1.04538E+11	CALLE AYACUCHO N° 227	32
148	CCACYACCOA CUTIRI WILLIAM	AGENCIA DE VIAJES	10802259587	AV. EL SOL N° 106 OFC. 303	13
149	CARPIO ALARCON MARIO	BAR KARAOKE	10239376661	CALLE MESON DE LA ESTRELLA N° 175	275.78
150	CAMACHO TORRES SONIA JAQUELINE	BOTICA	10805733328	CALLE RECOLETA N° 82 URB. TAHUANTINSUYO	11.25
151	RIVERA RIVERA MAYDA ROSARIO	CAFÉ CLUB CULTURAL	10239395843	CALLE PALACIO N° 122	136
152	ESPINOZA TORRE NELIDA	BOTICA	10405065857	CALLE TANDAPATA N°676	12
153	CASTILLA MAMANI JIMMY ADRIAN	HOSPEDAJE	10448675888	CALLE MATARA N° 215	320
154	MEJIA AYERBE MARLENI	CAFÉ SNACK	10239453371	CALLE QUERA N° 252 INT.	35.25
155	HUISA CHUMBISUCA GENOVEVA	BAR RESTAURANTE	10249450737	PASJE GOHERING A-01 MERCADO SAN PEDRO	124
156	ALVAREZ MORA NILO	RESTAURANTE	10429559818	URB. MARISCAL GAMARRA A-11	61.77
157	ALDEA YANAPAY	CAFÉ RESTAURANTE	20527456755	CALLE RUINAS N° 415	72.81
158	CACERES TAPIA RENZO MIJAIL	SALON DE BELLEZA	10704108546	CALLE SAN ANDRES S/N TIENDA 01 C.C.CUSCO	21
159	WASCHER MICHAEL CRAIG	CAFÉ SNACK	15564328097	CALLE AREQUIPA N° 251 INT. 6	18
160	SALAS VALDIVIA ROGELIO	SALON DE BELLEZA	10430704961	AV. EL SOL N° 606	99.45
161	CONDORPUZA ACHULLI REYNA MARGARITA	CAFÉ SNACK	10432065516	CALLE TANDAPATA N° 102	68.15
162	SALAS MEZA ADOLFO	CAFÉ PIZZERIA	10801549590	CALLE SIETE ANGELITOS N° 662 SAN BLAS	45.6
163	TITO CCALLA NESTOR	VENTA DE CELULARES Y ACCESORIOS	10427892099	CALLE BELEN N° 421-B	30
164	CHOQUE QUISPE GLADYS	CENTRO DE MASAJES	10239671115	PORTAL ESPINAR N° 190 INT. 232	15.67
165	HANCCO MAMANI KENNY EDWIN	AGENCIA DE VIAJES	10462217531	CALLE CARMEN ALTO N° 246	17.62
166	QUISPE CRUZ ROXANA	RESTAURANTE	10431513361	CALLE TECSECOCHA N° 405	45.75
167	JANCCO PUMA JULIO	CAFÉ SNACK	10438880726	CALLE PAVITOS N° 456	28.14
168	GARATE CAMERO MARIA LUIZA	CASA HOSPEDAJE	10239335701	CALLE UNION N° 140 INT.	227.61
169	AGUIRRE GUEVARA ROCIO ELIANA	CAFÉ SNACK	10429580043	CL. SACSAYHUAMAN L-12 URB. MANUEL PRADO	28
170	CAMA GARCIA MARGARITA	RESTAURANTE	10074860538	CALLE SAN ANDRES N° 471	58.88
171	UMERES SALDIVAR HAIDE	CENTRO DE MASAJES	10464801001	PORTAL ESPINAR N° 190 OFC. 236	13
172	ESQUIVEL PANTIGOZO MARIA INES	CAFÉ SNACK	10238156705	CALLE PUMAPACCHA N° 134	25.1
173	MANCO HUANCA ROBERTO	RESTAURANT TURISTICO	10239747332	PORTAL DE PANES N° 147	118.16
174	PORTILLA SALAS DE MOREYRA ELSA NIDA	CAFÉ SNACK	10239092697	AV. PARDO N° 895-B	90
175	VALENCIA CCORI ALEJANDRA	BOTICA	10239511096	CALLE SANTA TERESA N° 375	26.32

FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL CENTRO HISTORICO DEL CUSCO

176	MENACHO MORALES MINA MARINA	CAFÉ PASTELERIA	10238163931	CALLE CHOQUECHACA N° 124-A	50
177	ABARCA ACUÑA BALVILU	CAFÉ LOUNGE	10700411708	CALLE SUYTUCCATO N° 715	108.57
178	ZUNIGA MANUTUPA SUSANA	CAFÉ RESTAURANTE	10238490842	CALLE SANTA TERESA N° 387	70
179	LLANOS YEPEZ MARGOT	CAFÉ RESTAURANTE	10413534319	CALLE SUECIA N° 320	214.95
180	FERRUA GARCIA ORLANDO SAMUEL	CAFETERIA	10205945402	AV. PARDO N° 928 INT.	30
181	SILVA WENINGER MARIELA	CAFÉ SNACK	10442536096	AV PARDO N°869	20
182	AIQUI MUÑOZ FELICIANA	RESTAURANTE POLLERIA	10408719815	CALLE RECOLETA N°111	70
183	BARBARAN CASTRO VERIDIANA	ESTABLECIMIENTO DE SALUD SIN INTERNAMIENTO	10238503014	CALLE TECTE N°245 OF 202	16
184	QUISPE TRONCOSO EDITH	CAFÉ -SNACK	10448921862	CALLE SAN BERNARDO N°188	44
185	YABAR GARCIA ELBA	CAFETERIA	10425767301	CALLE HATUNRUMIYOC N°480	15.5
186	VILLAFUERTE ESPINOZA MARCO ANTONIO	HOSPEDAJE	10447839721	CALLE CHAPARRO N°279	140
187	SANCHEZ YEPEZ ELSA	PICANTERIA	10089387898	CALLE QUESHUA N°271	90
188	FERNANDAZ CCORIMANYA GLORIA ASUNTA	VENTA DEACCESORIOS Y EQUIPOS ELECTRICOS	10246801903	CALLE BELEN N°346 STND A- 168	
189	CASTILLO VASQUEZ PIERRE PAUL	CAFÉ SNACK	10402864406	CALLE CHOQUECHACA 338-A	20
190	QQUESO GARCIA GIULIANA MARIA	SNACK JUGUERIA	10464184045	AV TULLUMAYO N°546	40.84
191	PALIZA ROZAS JUAN JULIO	CAFÉ JUGUERIA	10432084502	CALLE SAN JUAN DE DIOS N°170	60
192	CHAUCA CRUZ NATIVIDAD	RESTAURANTE	10414432501	CALLE CUICHIPUNCU N°314	39.56
193	CERVANTES CUSI RUTH	HOSPEDAJE	10477469057	CALLE PUMAPACCHA N° 235- A	486
194	MENDOZA GONZALES EDGAR WILBER	POLLERIA RESTAURANTE	10308213141	CALLE RECALETA N°25.URB TAHUANTINSUYO	35.2
195	QUISPE TENAZOA CARMEN	CENTRO DE MASAJES	10449107514	PORTAL ESPINAR N°190.INT.240 IINIVEL	24
196	VARGAS OROS MARUJA	AGENCIA DE VIAJES	10239271141	CALLE PLATEROS N°314	14
197	LLAVILLA ACROTA ELIZABETH	SALON DE BELLEZA	10434488074	CALLE PUMAQCHUPAN N°112	25
198	SULCA ACHA DE OQUENDO MARIA CARMEN	CASA FE CAMBIO	10239378230	CALLE AFLIGIDOS N°120	4
199	PACHECO CRUZ MARIA CRISTINA	BOTICA	10403497270	CALLE RECOLETA N° 210	35
200	JUSTINIANI ACCOSTUPA ALIPIO	HOSPEDAJE	10440260841	CALLE INTICAHUARINA N° 619	120.5
201	HUAMAN VILLALVA EDUARDO	RESTAURANTE	10239917262	CALLE BELEN N° 421-A	38.35
202	HUERTA GUEVARA JULIO CESAR	CAFÉ JUGUERIA	10296122381	PLAZA SAN FRANCISCO N° 355	70
203	QUISPE SENCIA NANCY	HOSPEDAJE	10435693763	CALLE PUMAPACCHA N° 257- D	101.24
204	SOSA DE MIRANDA MARCELINA	VENTA DE COMIDA AL PASO	10238727095	CALLE CCASCAPARO N° 148	15.18
205	QUISPE JAIMES LUZ MARINA	ESTABLECIMIENTO DE SALUD SIN INTERNAMIENTO	10462341127	CALLE BELEN N° 553 INT.	30

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

206	UMPIRE HUAMANI TEOFILA	ARTESANIAS TEXTILES Y EQUIPOS DE CAMPING	10239250446	CALLE RUINAS N° 419	18
207	GUTIERREZ MONGE JAKELINE	INTERNET	10466178107	COO. MIRAFLORES G-3 TICA TICA	50.75
208	CORNEJO CUEVA MAGALY	ESTABLECIMIENTO DE SALUD SIN INTERNAMIENTO	10445078790	CALLE MATARA N° 334	12
209	FLOREZ CRUZ YANET	CAFÉ SNACK	10476475045	CALLE PUPUTI N°563	50
210	CHANCO HUAYNA ROMULO	CAFÉ PIZZERIA	10434644955	CALLE RECOLETA N° 522	22.5
211	BARRA ARAUJO TEDDY ARMANDO	CAFÉ SNACK	10238600281	PLAZOLETA SAN BLAS N° 619	34
212	HERRERA ZEGARRA CLAUDIA MARIA	CAFETERIA	10296104073	CALLE ESPADEROS N° 120	40
213	SAICO CHAVEZ ANGELA DOMY	RESTAURANTE	10239663767	CALLE BELEN N° 437	39.96
214	PERCCA LAURA ROLANDO	CAFÉ SANACK	10461471027	CALLE TECSECOCHA N° 400	35
215	ALEGRIA SOSA SILVIA	RESTAURANTE	10239838826	CALLE RETIRO N° 6	70
216	BRAVO SOTA CARLOS BENICIO	HOSPEDAJE	10238430025	AV. BAJA N° 205	903.5
217	LOZANO HUARACHA SIRIAN	PICANTERIA RESTAURANTE	10446681091	CALLE PUMACURCO N° 443	114.25
218	MEDRANO RODRIGUEZ HILDA	CAFÉ SNACK	10239461901	CALLE SAPHI N°554	35
219	ORE ALARCON MILAGROS SOLEDAD	HOSPEDAJE	10456467402	CALLE MELOC N° 422	405
220	TAMAYO ORTEGA JOSE YURI	BAR RESTAURANTE	10078831788	CALLE TRIUNFO N° 350 II NIVEL	215
221	PHOCCOHUANCA CUYO YOEL DIESY	INTERNET	10475129062	URB. CRUZPATA I-6 AV. COLASUYO	36
222	OBANDO ARAGON LIZANDRO	CAFÉ SNACK	10076428129	CALLE AREQUIPA N° 242	44
223	CACERES MUÑOZ PABEL	LOUNGE BAR	10432368578	CALLE HELADEROS N° 135-B	104.6
224	QUISPE RAMOS JHON FREDY	CAFÉ SNACK	10427505079	PASJE INCA ROCA N° 171	40.8
225	FUENTES HUAMANI JONH ROSS	BOTICA	10419367929	CALLE CHOQUECHACA N° 408	16
226	GOMEZ ROMERO JORGE RAUL	HOSPEDAJE	10238781774	AV. GARCILAZO N° 110	287.67
227	CHERO DIAZ JULIO MERARDO	CENTRO DE MASAJES	10166806904	CALLE TRIUNFO N° 354 INT. 2	12
228	QUISPE VERIA ZAYHURY ZARATH	AGENCIA DE VIAJES	10458567455	CALLE HUAYNAPATA N°207	18
229	ALEJOS RAMOS EDITH MIRIAM	INTERNET MULTISERVICIOS	10410098780	AA.HH. PICCHU ALTO E-1-7	23.75
230	CHAUCA CRUZ RONAL	RESTAURANTE	10461549310	CALLE PAVITOS N° 580	161
231	ESPINOZA QUISPE AURORA	RESTAURANTE	10408464108	CALLE BELEN N° 540-A	26.13
232	VALLENAS SUTTA FABIAN	AGENCIA DE VIAJES	10238899295	CALLE PROCURADORES N° 341	6
233	PESCORAN PEREZ ENRIQUE	AGENCIA DE VIAJES	10239531429	CUESTA SAN BLAS N° 522	9
234	CENTENO MORALES ROY JESUS	CAFETERIA	10443371040	CALLE CHOQUECHACA N° 124-A	44.73
235	HUAYLLANI CHOQUEHUANCA IRAIDA	INTERNET	10455862421	CALLE CARMEN ALTO N° 210	18.08
236	CHULLA JIMENEZ LISBETH	PICANTERIA	10451180156	AV. ALTA N° 568-A	59.2
237	DE LATORRE BOLIVAR CONSUELO	RESTAURANT Y PARRILLAS	10427239191	CALLE RECOLETA N° 7 URB. TAHUANTINSUYO	175
238	RIVAS QUISPE VICTOR	RESTAURANTE	10415650065	CALLE SANTA CLARA N° 381	171.84

**FACTORES DEL ECOSISTEMA EMPRESARIAL Y DESARROLLO DEL EMPRENDEDOR EN EL
CENTRO HISTORICO DEL CUSCO**

239	ALARCON ROMERO RUBEN	RESTAURANTE POLLERIA	10441044394	CALLE PUMACAHUA N° 193 URB. TAHUANTINSUYO	89
240	PARO FLORES DE LEON JULIANA	CAFETERIA	10238382080	CALLE AFLIGIDOS N° 124 INT.3	23
241	CHAHUAYO LETONA FELIPA	SALON DE BELLEZA	10401130905	CALLE AYACUCHO N° 198 TIENDA I-27	15
242	PEÑA DE DEL SOLAR MARIA EMERATRIZ	AGENCIA DE VIAJES	20434841501	CALLE COLLACALLE N°318	12
243	VALENCIA BELLOTA EDISON	CAFÉ SNACK	10408416847	CALLE CHOQUECHACA N° 229 INT. H	10.82
244	PERU VACATION REPS TOUR OPERATOR AND TRAVEL SERVICES S.R.L.	AGENCIA DE VIAJES	20564440338	CALLE SAPHY N° 592	16.76
245	SUAREZ ALVAREZ AIDE	HOSPEDAJE	10800722158	CALLE NUEVA N° 467 II NIVEL	161
246	ROJAS HUAMANI ALEXANDER	AGENCIA DE VIAJES	10441966682	PORTAL CONFITURIAS N° 285-A INT. 17	8
247	CANDIA MORENO MARLENY	IMPRESIONES Y FOTOCOPIAS	17443014152	CALLE SANTA TERESA N°389	40
248	VARGAS PORTILLA JENNIFER	ESTABLECIMIENTO DE SALUD SIN INTERNAMIENTO	10240062998	CALLE BELEN N°256 OFICINA 202	38
249	GONGORA LLAMOCCA ROSMERY	JUGUERIA Y PASTELERIA	10405674233	CALLE BELEN N° 685-B	32.28
250	FERNANDEZ CANAL ANA OFELIA	INTERNET	10239435136	CALLE RUINAS N° 200 INT.	53.61
251	ARIAS HUAMAN NATIVIDAD	CAFÉ SNACK	10310089376	URB. LOS ANDENES E-10	60
252	ALVAREZ HERMOZA ELIANA	VENTA Y ALQUILER DE EQUIPOS DE CAMPING	10800221531	CALLE PROCURADORES N° 50	6
253	ALVAREZ HERMOZA RICHARD SORGE	CENTRO DE MASAJES	10801878631	CALLE TRIUNFO N° 338 INT. 2DO NIVEL	72
254	SOTELO VDA. DE ORELLANA GRIMANESA	HOSPEDAJE	10238202979	CALLE TUPAC AMARU N° 185	107
255	ACHAHUANCO VEGA FRED WILLIANS	CAFÉ RESTAURANTE	10428428361	CALLE CHOQUECHACA N° 131	62.46
256	MENDIZABAL DIAZ MIGUEL MARIANO	ESTUDIO JURIDICO	10435187426	AV. TULLUMAYO N° 291	28
257	ROQUE HUAMAN FLAVIA MARCELINA	AGROVETERINARIA	10459571413	CALLE TRES CRUCES DE ORO N° 470	21.53
258	MIRANDA GARCIA ANGHELA MARIA	CAFÉ SNACK	10708163614	CALLE SIETE ANGELITOS N° 619 SAN BLAS	9
259	VILCA BRAVO HECTOR VICENTE	RESTAURANTE	10239955776	CALLE GENERAL BUEN DIA N° 638	120
260	PEZO VEGA ANA YSABEL	CAFÉ RESTAURANTE	10404748331	PORTAL COMERCIO N° 121	134.25
261	FRANCO MASCO ALEXANDER	BAR KARAOKE	10415085121	CALLE TECSECOCHA N° 415-A	101.19