

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales**

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

**INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES  
EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MYPES DEL  
DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN  
LANCHIPA, TACNA 2024**

**TESIS**

Presentada por:  
Bach. Gonzalo Flores Bautista

Para optar al Título Profesional de:  
**INGENIERO COMERCIAL**

TACNA – PERÚ

2025

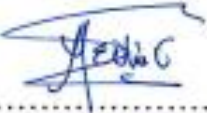
# UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

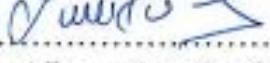
Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

## INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MYPES DEL DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, TACNA 2024

Tesis sustentada y aprobada el 23 de octubre del 2025; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :   
.....  
Dr. Jesús Amadeo Olivera Cáceres

SECRETARIO :   
.....  
Dr. Luis Alberto Rocchetti Herrera

VOCAL :   
.....  
Dr. Elard Thamar Salas Valdivia

ASESOR :   
.....  
Dr. Elard Thamar Salas Valdivia

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Dr. Elard Thamar Salas Valdivia, en mi condición de asesor por la resolución de facultad N° 13171-2024-FCJE/UNJBG de la tesis titulado: "INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MYPES DEL DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, TACNA 2024 ", presentado por el Bach. Gonzalo Flores Bautista para optar el título profesional de Ingeniero Comercial. Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y similitud de trabajos de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizada a través del software de similitud textual TURNITIN, cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 18%.

Por lo que CERTIFICO LA SIMILARIDAD de la tesis, de acuerdo al nivel PERMITIDO, para continuar con los tramites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los tramites respectivos para su obtención del título profesional.

FIRMA ASESOR

Nombres y Apellidos

Dr. Elard Thamar Salas Valdivia  
DNI: 00416678



FIRMA TESISTA

Nombres y Apellidos

Bach. Gonzalo flores Bautista  
DNI: 73233694



## **DEDICATORIA**

Un profundo agradecimiento a mi compañera de vida, Ing. Lourdes, por su amor constante y su respaldo emocional, por estar siempre a mi lado en los momentos más complicados, ha sido una motivación para alcanzar este logro. Además, quiero agradecer a mi familia por su cariño y sacrificios, han sido la luz que iluminó mi senda en este recorrido académico.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco ante todo a Dios por otorgarnos salud, fuerza y constancia, quien ha sido nuestro guía en esta trayectoria y en nuestras existencias. Quiero manifestar este gran agradecimiento al Dr. Elard Tamar Salas Valdivia, mi guía, por su incesante respaldo y colaboración en la creación de este trabajo. ¡Muchas gracias! a nuestra universidad por darnos la posibilidad de convertirnos en profesionales.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTOS .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	16
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	18
1.1 Formulación del problema .....	18
1.1.1 Problema general.....	18
1.1.2 Problemas específicos .....	18
1.2 Planteamiento de la problemática .....	18
1.3 Justificación e importancia de la investigación.....	21
1.3.1 Justificación teórica.....	21
1.3.2 Justificación metodológica.....	21
1.3.3 Justificación práctica .....	22
1.3.4 Importancia de la investigación.....	22
1.4 Objetivos .....	23
1.4.1 Objetivo general .....	23

1.4.2	Objetivos específicos.....	23
1.5	Hipótesis .....	24
1.5.1	Hipótesis general.....	24
1.5.2	Hipótesis específicas .....	24
1.6	Variables .....	24
1.7	Limitaciones de la investigación.....	25
1.8	Tipos y nivel de la investigación.....	25
1.8.1	Tipo de investigación .....	25
1.8.2	Nivel de investigación.....	25
1.8.3	Diseño de investigación .....	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....		26
2.1	Antecedentes del estudio.....	26
2.1.1	Antecedentes internacionales .....	26
2.1.2	Antecedentes nacionales .....	27
2.1.3	Antecedentes regionales.....	29
2.2	Bases teóricas.....	30
2.2.1	Factores socioculturales .....	30
2.2.2	Emprendimiento .....	34
2.3	Definición de términos.....	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....		43
3.1	Caracterización o tipo del diseño de investigación.....	43
3.2	Acciones y actividades para la ejecución del proyecto.....	43
3.3	Materiales y/o instrumentos .....	43

3.4 Población y/o muestra de estudio .....	44
3.4.1 Población.....	44
3.4.2 Muestra.....	44
3.5 Tratamiento de datos.....	45
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	46
4.1 Análisis descriptivo.....	46
4.1.1 Análisis general de variables y dimensiones.....	46
4.1.2 Análisis por ítems.....	53
4.2 Análisis inferencial .....	92
4.2.1 Prueba de normalidad.....	92
4.2.2 Comprobación de hipótesis .....	93
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	100
CONCLUSIONES .....	103
RECOMENDACIONES .....	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	107
ANEXOS.....	112
Anexo 01: Matriz de consistencia.....	112
Anexo 02: Instrumento de recolección de datos .....	113
Anexo 03: Base de datos.....	115
Anexo 04: Validación por juicio de expertos.....	119

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Operacionalización de variables .....	24
<b>Tabla 2</b>	Estadísticos descriptivos de la dimensión Factores internos.....	46
<b>Tabla 3</b>	Estadísticos descriptivos de la dimensión Factores externos .....	47
<b>Tabla 4</b>	Estadísticos descriptivos de la variable Factores socioculturales .....	48
<b>Tabla 5</b>	Estadísticos descriptivos de la dimensión Comportamiento emprendedor .....	49
<b>Tabla 6</b>	Estadísticos descriptivos de la dimensión Espíritu emprendedor .....	50
<b>Tabla 7</b>	Estadísticos descriptivos de la dimensión Pasión emprendedora .....	51
<b>Tabla 8</b>	Estadísticos descriptivos de la variable Emprendimiento.....	52
<b>Tabla 9</b>	He adquirido conocimientos y valores que influyen en mi forma de emprender.....	53
<b>Tabla 10</b>	La educación que recibí en mi entorno familiar impulsa mis decisiones empresariales.....	54
<b>Tabla 11</b>	La cultura de esfuerzo y trabajo en mi familia me motiva a seguir con mi negocio.....	56
<b>Tabla 12</b>	Las costumbres heredadas han influido en el tipo de negocio que manejo.....	57
<b>Tabla 13</b>	El idioma y tradiciones de mi comunidad fortalecen mi identidad como emprendedor.....	59
<b>Tabla 14</b>	Mi formación cultural ha sido clave para afrontar retos en mi negocio	60
<b>Tabla 15</b>	Las políticas públicas locales impactan directamente en mi actividad empresarial .....	62
<b>Tabla 16</b>	Las redes sociales y medios influyen en mis decisiones como emprendedor.....	63
<b>Tabla 17</b>	Las normas y tradiciones de la comunidad afectan cómo gestiono mi empresa .....	65

<b>Tabla 18</b>	El entorno cultural del distrito influye en el comportamiento de mis clientes.....	66
<b>Tabla 19</b>	La tecnología y su uso en la comunidad influye en mis decisiones empresariales.....	68
<b>Tabla 20</b>	Las expectativas sociales sobre el éxito afectan mis metas empresariales.....	69
<b>Tabla 21</b>	Estoy dispuesto a asumir riesgos para hacer crecer mi negocio .....	71
<b>Tabla 22</b>	Poseo conocimientos suficientes sobre el mercado donde opero.....	72
<b>Tabla 23</b>	Conozco bien a mis clientes y sus necesidades.....	74
<b>Tabla 24</b>	Tengo habilidades para liderar mi empresa con éxito.....	75
<b>Tabla 25</b>	Tiendo a innovar en los productos o servicios que ofrezco .....	77
<b>Tabla 26</b>	Planifico con anticipación las decisiones importantes de mi negocio .	78
<b>Tabla 27</b>	Identifico nuevas necesidades en el mercado local.....	80
<b>Tabla 28</b>	Soy capaz de detectar oportunidades de negocio en el entorno .....	81
<b>Tabla 29</b>	Tengo iniciativa para emprender incluso cuando hay incertidumbre ..	83
<b>Tabla 30</b>	El deseo de independencia económica me impulsa a seguir emprendiendo.....	84
<b>Tabla 31</b>	Me esfuerzo por superar a la competencia constantemente .....	86
<b>Tabla 32</b>	Busco mejorar constantemente la calidad de mis productos o servicios .....	87
<b>Tabla 33</b>	Siento entusiasmo y energía cada vez que trabajo en mi empresa.....	89
<b>Tabla 34</b>	Me motiva desarrollar ideas innovadoras en mi negocio.....	90
<b>Tabla 35</b>	Análisis de distribución de datos.....	92
<b>Tabla 36</b>	Prueba de correlación de la HE1 .....	93
<b>Tabla 37</b>	Prueba de correlación de la HE2.....	95
<b>Tabla 38</b>	Prueba de correlación de la HE3.....	96
<b>Tabla 39</b>	Prueba de correlación de la HG .....	98

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	He adquirido conocimientos y valores que influyen en mi forma de emprender.....	53
<b>Figura 2</b>	La educación que recibí en mi entorno familiar impulsa mis decisiones empresariales.....	55
<b>Figura 3</b>	La cultura de esfuerzo y trabajo en mi familia me motiva a seguir con mi negocio.....	56
<b>Figura 4</b>	Las costumbres heredadas han influido en el tipo de negocio que manejo.....	58
<b>Figura 5</b>	El idioma y tradiciones de mi comunidad fortalecen mi identidad como emprendedor.....	59
<b>Figura 6</b>	Mi formación cultural ha sido clave para afrontar retos en mi negocio	61
<b>Figura 7</b>	Las políticas públicas locales impactan directamente en mi actividad empresarial.....	62
<b>Figura 8</b>	Las redes sociales y medios influyen en mis decisiones como emprendedor.....	64
<b>Figura 9</b>	Las normas y tradiciones de la comunidad afectan cómo gestiono mi empresa.....	65
<b>Figura 10</b>	El entorno cultural del distrito influye en el comportamiento de mis clientes.....	67
<b>Figura 11</b>	La tecnología y su uso en la comunidad influye en mis decisiones empresariales.....	68
<b>Figura 12</b>	Las expectativas sociales sobre el éxito afectan mis metas empresariales.....	70
<b>Figura 13</b>	Estoy dispuesto a asumir riesgos para hacer crecer mi negocio.....	71
<b>Figura 14</b>	Poseo conocimientos suficientes sobre el mercado donde opero.....	73
<b>Figura 15</b>	Conozco bien a mis clientes y sus necesidades.....	74

<b>Figura 16</b>	Tengo habilidades para liderar mi empresa con éxito .....	76
<b>Figura 17</b>	Tiendo a innovar en los productos o servicios que ofrezco.....	77
<b>Figura 18</b>	Planifico con anticipación las decisiones importantes de mi negocio	79
<b>Figura 19</b>	Identifico nuevas necesidades en el mercado local .....	80
<b>Figura 20</b>	Soy capaz de detectar oportunidades de negocio en el entorno .....	82
<b>Figura 21</b>	Tengo iniciativa para emprender incluso cuando hay incertidumbre.	83
<b>Figura 22</b>	El deseo de independencia económica me impulsa a seguir emprendiendo.....	85
<b>Figura 23</b>	Me esfuerzo por superar a la competencia constantemente .....	86
<b>Figura 24</b>	Busco mejorar constantemente la calidad de mis productos o servicios .....	88
<b>Figura 25</b>	Siento entusiasmo y energía cada vez que trabajo en mi empresa .....	89
<b>Figura 26</b>	Me motiva desarrollar ideas innovadoras en mi negocio .....	91

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia .....	112
Anexo 02: Instrumento de recolección de datos .....	113
Anexo 03: Base de datos .....	115
Anexo 04: Validación por juicio de expertos.....	119

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la influencia de los factores socioculturales en el emprendimiento de las MYPES del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de tipo correlacional y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 169 representantes de MYPES, a quienes se aplicó un cuestionario con escala tipo Likert. Para el análisis de datos se empleó estadística descriptiva e inferencial, utilizando la prueba de correlación de Spearman. Los resultados muestran que el 92,31% de las MYPES evaluadas presentan un nivel regular en cuanto a factores socioculturales, mientras que el 69,82% registra un nivel regular de emprendimiento. A nivel inferencial, se evidenció una relación positiva alta entre ambas variables, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,806 y una significancia estadística de  $p = 0,000$ , lo que confirma la existencia de una asociación significativa. Se concluye que los factores socioculturales influyen de manera significativa en el nivel de emprendimiento de las MYPES del distrito, siendo determinantes aspectos como la cultura, los valores familiares, las normas sociales y el entorno comunitario.

**Palabras clave:** Dinámica empresarial, desarrollo territorial, competitividad empresarial.

## **ABSTRACT**

This study aimed to determine the influence of sociocultural factors on the entrepreneurship of MSEs in the district of Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. The research employed a quantitative approach, with a non-experimental, correlational, and cross-sectional design. The sample consisted of 169 MSE representatives, who responded to a Likert-scale questionnaire. Descriptive and inferential statistics were used for data analysis, applying Spearman's rank correlation test. The results show that 92.31% of the MSEs assessed exhibit a regular level of sociocultural factors, while 69.82% display a regular level of entrepreneurship. At the inferential level, a strong positive relationship between both variables was found, with a Spearman correlation coefficient of 0.806 and a statistical significance of  $p = 0.000$ , confirming the existence of a significant association. It is concluded that sociocultural factors significantly influence the level of entrepreneurship among MSEs in the district, with key elements including culture, family values, social norms, and the community environment.

**Keywords:** Business dynamics, territorial development, business competitiveness.

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el emprendimiento se ha consolidado como una estrategia clave para dinamizar las economías locales, generar empleo y fortalecer la autonomía económica de las comunidades. Particularmente en países como el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) constituyen el núcleo del tejido empresarial, siendo actores fundamentales en la generación de ingresos y oportunidades, especialmente en contextos de alta informalidad y limitada presencia estatal. Sin embargo, el desarrollo de estas unidades productivas no depende únicamente de factores económicos o técnicos, sino también de una serie de elementos socioculturales que moldean el accionar, motivaciones y capacidades de los emprendedores.

En este marco, la presente investigación tiene como propósito analizar la influencia de los factores socioculturales en el emprendimiento de las MYPES del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, ubicado en la región Tacna. Se parte del reconocimiento de que aspectos como los valores familiares, las normas sociales, la identidad comunitaria y las redes sociales ejercen un rol determinante en el comportamiento, espíritu y pasión emprendedora de quienes lideran estas unidades económicas.

El presente estudio se organiza en cinco capítulos. El Capítulo I expone el problema de investigación, así como los objetivos, hipótesis, variables, limitaciones y el nivel de la investigación. El Capítulo II desarrolla el marco teórico, incluyendo antecedentes relevantes y los fundamentos conceptuales que sustentan el estudio. El Capítulo III describe el marco metodológico, precisando el tipo y diseño de investigación, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos utilizados. El Capítulo IV presenta los resultados obtenidos, tanto a nivel descriptivo como inferencial. Finalmente, el Capítulo V contiene la discusión de

los hallazgos, seguida de las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas que respaldan el trabajo académico.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Formulación del problema**

#### **1.1.1 Problema general**

¿Cómo influyen los factores socioculturales en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?

#### **1.1.2 Problemas específicos**

1. ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?
2. ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?
3. ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?

### **1.2 Planteamiento de la problemática**

En la actualidad, las Mypes tienen un papel muy importante dentro de la economía peruana, porque aportan cerca del 40 % del Producto Bruto Interno (PBI) y generan alrededor del 80 % de los empleos en el país, además fomentan el autoempleo y brindan oportunidades de desarrollo para miles de personas, esta realidad no es exclusiva de Perú, pues en muchos otros países las microempresas también representan un pilar clave dentro del mercado laboral y del movimiento económico general. Las Mypes se desempeñan como fabricantes, proveedores y comerciantes, formando una parte esencial de la economía, tanto como

compradoras como vendedoras, lo que demuestra su papel protagónico en el dinamismo económico y social del país (Sánchez, 2019).

A pesar de las limitaciones estructurales que todavía presentan, las pequeñas y microempresas cumplen una función clave en el crecimiento económico de la ciudad de Tacna, convirtiéndose en una pieza importante para la generación de ingresos y la reactivación económica local; aunque muchas de ellas aún requieren fortalecer sus procesos productivos para responder mejor a las demandas del mercado, han sabido adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que ofrecen los tratados de libre comercio y la apertura de nuevos mercados; gracias a ese esfuerzo, las Mypes han logrado posicionarse dentro del sector productivo, demostrando su capacidad para innovar, resistir y contribuir activamente al desarrollo de la región (Gomero, 2015).

De acuerdo a Gomero (2015) los emprendimientos, sin importar su tamaño o categoría, son actividades que deben mantenerse económicamente sostenibles con el paso del tiempo, por eso es fundamental que los empresarios implementen acciones adecuadas que les permitan aumentar sus ganancias o, en los peores casos, reducir las pérdidas; en este sentido, contar con una gestión responsable y planificada resulta esencial para lograr resultados positivos, además de manejar correctamente los recursos, tener una visión clara del mercado y mejorar constantemente los procesos internos del negocio, porque estas prácticas contribuyen a alcanzar una posición más competitiva dentro del entorno empresarial; en resumen, una buena administración y una mentalidad estratégica son factores determinantes para que las Mypes puedan crecer y mantenerse vigentes.

En el Perú, cerca de nueve millones de personas participan en algún tipo de actividad emprendedora, aunque solo el 75 % logra mantenerse en el mercado entre dos y cuatro años, y apenas un 25 % alcanza una etapa de consolidación o

expansión; dentro de este grupo, solo un pequeño porcentaje corresponde a nuevos proyectos relacionados con innovación o sectores específicos, como el vitivinícola, lo cual pone en evidencia la necesidad de conocer mejor los factores que limitan el crecimiento y el desarrollo empresarial de las Mypes, con el propósito de fortalecer sus capacidades, generar sostenibilidad y aumentar el número de empresas que logren consolidarse de manera estable en el país (Quineche, 2018).

Desde esta perspectiva, los gobiernos locales, regionales y nacionales han asumido un papel muy importante en la promoción de programas y alianzas público-privadas orientadas a impulsar el crecimiento de las Mypes, desarrollando diversas estrategias que incluyen asesorías en gestión empresarial, capacitaciones técnicas, acompañamiento financiero y otras acciones destinadas a fortalecer su competitividad y sostenibilidad; sin embargo, aún no se ha logrado determinar con precisión el momento en que dicho crecimiento se mantiene estable ni las condiciones que permiten alcanzar el éxito empresarial, por lo que sigue siendo necesario analizar los factores que influyen en su desempeño (Sánchez, 2019).

El distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, ubicado en la región de Tacna, se considera una zona de gran relevancia para el desarrollo económico local, porque a lo largo del tiempo se ha caracterizado por la presencia de una amplia variedad de Mypes que operan en distintos sectores comerciales y productivos; la mayoría de estas empresas son gestionadas por emprendedores locales que aprovechan las oportunidades disponibles para mejorar su calidad de vida y contribuir al progreso de su comunidad, consolidando así un espacio empresarial diverso y en constante crecimiento.

A pesar del esfuerzo y la determinación de quienes emprenden, muchas Mypes aún enfrentan obstáculos que ponen en riesgo su sostenibilidad a largo plazo; entre ellos destacan la falta de financiamiento, la escasa capacitación gerencial, las limitaciones tecnológicas, los cambios del entorno económico y

aspectos sociales y culturales que influyen directamente en su desarrollo; todos estos factores pueden tener un impacto significativo en su estabilidad y en las posibilidades de crecimiento que logren alcanzar (Gomero, 2015).

Por tal motivo, el presente estudio busca analizar los factores socioculturales que intervienen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las Mypes del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa; comprender y evaluar dichos factores resulta esencial para proponer estrategias y políticas que fortalezcan el crecimiento empresarial y contribuyan a mejorar las condiciones de las micro y pequeñas empresas de la zona, garantizando su permanencia y evolución en un entorno económico cada vez más competitivo.

### **1.3 Justificación e importancia de la investigación**

#### **1.3.1 Justificación teórica**

Desde la perspectiva teórica, esta investigación se fundamenta en los campos de la sociología, la economía, la antropología y la administración, entre otros. La comprensión profunda de cómo la cultura, las normas sociales, la mentalidad emprendedora y los valores locales influyen en la creación y el funcionamiento de las MYPES, permitirá desarrollar estrategias y políticas más acertadas para impulsar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible en el distrito y la región en general.

#### **1.3.2 Justificación metodológica**

Para abordar el tema, se utilizará una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Se realizará una recopilación de datos cuantitativos mediante encuestas y estadísticas oficiales para identificar la tasa de emprendimiento en el distrito y evaluar su sostenibilidad en el tiempo. Por otro lado, se llevarán a cabo entrevistas en profundidad y grupos focales para comprender las percepciones, experiencias y opiniones de los emprendedores y

otros actores relevantes, lo que brindará una visión más detallada de los factores socioculturales que intervienen en sus actividades.

### **1.3.3 Justificación práctica**

La relevancia práctica de esta investigación radica en su capacidad para proporcionar información valiosa a los diferentes actores involucrados en el fomento del emprendimiento y el desarrollo económico local. Los resultados obtenidos servirán como base para formular políticas y programas más efectivos dirigidos a promover el espíritu emprendedor, eliminar barreras culturales y sociales, y facilitar el acceso a recursos y capacitación para los emprendedores locales.

Además, se espera que los hallazgos de esta investigación puedan ser utilizados por los propios emprendedores para mejorar sus prácticas comerciales, adaptándolas a la realidad sociocultural del distrito, lo que aumentará la probabilidad de éxito y sostenibilidad de sus negocios.

### **1.3.4 Importancia de la investigación**

La importancia de esta investigación radica en su contribución al conocimiento y al desarrollo socioeconómico del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa y la región de Tacna en su conjunto. Al comprender los factores socioculturales que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las MYPES, se podrá:

- Promover el emprendimiento: Al identificar las principales barreras culturales que desincentivan el emprendimiento, se podrán diseñar estrategias específicas para fomentar el espíritu emprendedor en la población.
- Facilitar el acceso a recursos: Conocer los factores culturales que afectan el acceso a financiamiento, capacitación y redes de apoyo permitirá desarrollar

programas que faciliten el acceso a estos recursos y mejoren las condiciones para la creación de nuevas empresas.

- Potenciar la sostenibilidad de las MYPES: Comprender cómo la cultura y los valores locales influyen en la sostenibilidad de las MYPES permitirá desarrollar políticas que fortalezcan sus capacidades y resiliencia frente a los desafíos económicos y sociales.
- Generar desarrollo económico y empleo: Al promover un entorno favorable para el desarrollo de las MYPES, se contribuirá al crecimiento económico y la generación de empleo en el distrito, lo que tendrá un impacto positivo en la calidad de vida de sus habitantes.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de los factores socioculturales en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

1. Analizar la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.
2. Examinar la influencia de los factores socioculturales en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.
3. Evaluar la influencia de los factores socioculturales en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

## 1.5 Hipótesis

### 1.5.1 Hipótesis general

Los factores socioculturales influyen significativamente en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

### 1.5.2 Hipótesis específicas

H1: Los factores socioculturales influyen significativamente en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H2: Los factores socioculturales influyen significativamente en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H3: Los factores socioculturales influyen significativamente en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

## 1.6 Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala</b>
X= Factores socioculturales	X1 Factores internos	Adquiridos Heredados	Ordinal
	X2 Factores externos	Macro Micro	
Y= Emprendimiento	Y1 Comportamiento emprendedor	Riesgo Conocimiento Habilidad	Ordinal
	Y2 Espíritu emprendedor	Necesidad Oportunidad	
	Y3 Pasión emprendedora	Competitividad Innovación	

*Nota.* Descripción de las variables de la investigación

## **1.7 Limitaciones de la investigación**

La investigación será desarrollada en el Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa durante el año 2024 a través de la aplicación de cuestionarios digitales a las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) de la zona de intervención.

## **1.8 Tipos y nivel de la investigación**

### **1.8.1 Tipo de investigación**

Básica, porque mediante la investigación se busca la generación de nuevos conocimientos para su posterior aplicación práctica (Carrasco, 2018).

### **1.8.2 Nivel de investigación**

Correlacional, porque se busca establecer relaciones estadísticas existentes entre las variables de estudio (Carrasco, 2019).

El enfoque es cuantitativo, porque se centra en la recolección y análisis de datos numéricos, permitiendo establecer patrones y relaciones mediante técnicas estadísticas (Gómez, 2020).

### **1.8.3 Diseño de investigación**

El diseño de investigación es no experimental, porque no se manipulan las variables de estudio; en este tipo de investigación, el investigador observa y analiza las variables en su estado natural, sin alterarlas ni influir en su comportamiento (Carrasco S. , 2019).

Por otro lado, también es transversal, dado que se recolectarán los datos en un único momento en el tiempo, lo cual es adecuado para estudios que buscan describir y analizar relaciones entre variables en un momento específico (Gómez, 2020).

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes del estudio**

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales**

Navarrete (2019) estudió la propensión emprendedora de los empresarios mediante un estudio no experimental, bibliográfico, de campo, cuantitativo y descriptivo–correlacional, en el cual se determinó que variables como el género, el nivel de instrucción, la clase social, la capacidad emprendedora, la rentabilidad y el tiempo de funcionamiento del negocio influyen directamente en la decisión de emprender; en ese sentido, estos elementos fueron identificados como factores determinantes del emprendimiento, pues condicionan la intención y la sostenibilidad de las actividades empresariales, mostrando que el perfil personal y las condiciones sociales juegan un papel esencial en el desarrollo de la iniciativa emprendedora.

Rodríguez (2019) por su parte, analizó los factores socioculturales que influyen en los emprendimientos sostenibles a través de un estudio de revisión bibliográfica, determinando que los aspectos más relevantes son las habilidades, el perfil y las motivaciones del emprendedor, además del crecimiento del sector, la disponibilidad de financiamiento, la ubicación geográfica y la aglomeración empresarial; también identificó otros factores asociados al contexto cultural, como la orientación a largo plazo, el nivel de individualismo y la presencia de valores como la masculinidad, que en conjunto impactan significativamente en la sostenibilidad y permanencia de los emprendimientos en el tiempo.

Morán y Macías (2017) analizaron la incidencia del género en el emprendimiento de las Mypes a través de un estudio no experimental, exploratorio y descriptivo se determinó que el 53% son mujeres, 82% mayores de 30 años, 42% casados, 70% mestizos, 53% católicos, 28% secundaria completa, 62%

comerciantes, 57% con ingresos mensuales menores a \$436, 35% con tiempo de operación de 1 a 5 años, 89% independientes, 85% bienes propios, 46% con poco conocimiento sobre emprendimiento, 76% no diseñaron su plan de negocios, 34% motivados por independencia laboral y 63% financiado por ahorros propios. Concluyendo que los emprendedores gestionan el emprendimiento como un método de subsistencia continua para aspirar a crecimiento económico y rentabilidad.

Cordero et al. (2017) analizaron los factores que influyen en el emprendimiento y sostenibilidad de empresas de la ciudad de Cuenca en Ecuador a través de un estudio descriptivo y transversal se determinó que el 36% se dedican al comercio por mayor y menor, 33% buscaron oportunidades de negocio, 60% presentan conductas emprendedoras de persistencia, 62% consideran que la formación educativa influyó en su actividad emprendedora, 70% tuvieron experiencias previas, 25% refieren como obstáculo la falta de financiamiento y el 81% inicio con capital propio, además el 77% tuvieron rentabilidad, 55% priorizan planes a corto plazo, 97% usan internet, 85% considera importante la capacitación y la mayor dificultad que enfrentaron fueron las condiciones del mercado. Concluyendo que existen un conjunto de factores que influyen de manera positiva o negativa para la creación de empresas y en la sostenibilidad de las mismas.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

Huarca y Aro (2022) analizaron los factores que se relacionan con el espíritu emprendedor en el desarrollo de negocios, utilizando un estudio relacional y no experimental, en el cual se determinó que la capacidad de establecer relaciones sociales ( $p=0.000$ ), la capacidad de realización personal ( $p=0.007$ ), la capacidad de creatividad ( $p=0.000$ ) y la capacidad de planificación ( $p=0.000$ ) se encuentran directamente asociadas con el crecimiento de los negocios; de este modo, se concluyó que el espíritu emprendedor guarda una relación significativa con el desarrollo empresarial en el periodo posterior a la pandemia, demostrando que las

habilidades personales y sociales resultan claves para la consolidación y sostenibilidad de las iniciativas de negocio.

Aguilar (2021) examinó cómo el contexto sociocultural repercute en el espíritu emprendedor de los estudiantes, desarrollando un estudio de tipo básico, explicativo, no experimental, transeccional, descriptivo y correlacional–causal, donde se evidenció que existen niveles favorables tanto del contexto sociocultural como del espíritu emprendedor, alcanzando valores del 65.2 % y 60.4 % respectivamente; además, el autor obtuvo un coeficiente de correlación de 0.562 y un nivel de significancia de  $p=0.000$ , lo que indica una relación positiva moderada entre ambas variables; finalmente, se concluyó que el contexto sociocultural influye en un 42.7 % sobre el espíritu emprendedor, mientras que el 57.3 % restante se ve afectado por otros factores, destacando entre ellos la cultura y el contexto social, los cuales influyen en un 35.1 % y 33.8 % respectivamente, evidenciando que los aspectos socioculturales son determinantes en el desarrollo de la actitud emprendedora y en la formación de capacidades para emprender.

García (2020) determinó la relación existente entre los factores psicosociales y la capacidad emprendedora, mediante un estudio correlacional, cuantitativo, no experimental, transversal y de carácter tecnológico, encontrando que el factor psicosocial más predominante es el individual con un 94.4 %, seguido del medio ambiente de trabajo con 78 % y de los factores externos con 68.7 %; asimismo, el estudio evidenció que el 71 % de los participantes presenta una alta capacidad emprendedora y un 29 % una capacidad promedio, concluyendo que existe una relación altamente significativa entre los factores psicosociales y la capacidad emprendedora con un nivel de significancia de  $p=0.000$ , lo que demuestra que los aspectos personales y sociales son determinantes para fortalecer el desempeño y la disposición hacia la actividad empresarial.

Reyna (2019) buscó identificar los factores que impulsan el emprendimiento empresarial a través de un estudio descriptivo y transversal, donde se observó que los factores internos adquiridos alcanzan un nivel favorable del 83.44 %, mientras que los factores internos heredados llegan al 71.78 %; en cuanto a los factores externos, los de tipo macro se ubican en un 98.77 % y los micro en un 99.39 %, cifras que reflejan un entorno altamente favorable para emprender; de este modo, se concluyó que el factor que más favorece el emprendimiento es el denominado emprendimiento externo micro, debido al fácil acceso a proveedores y a la influencia que ejerce el acceso directo a los consumidores, elementos que fortalecen la dinámica comercial y la sostenibilidad de los negocios en desarrollo.

### **2.1.3 Antecedentes regionales**

Dapino (2021) buscó analizar la relación entre los factores psicológicos y la disposición emprendedora de los estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, aplicando un estudio básico con diseño no experimental; los resultados demostraron que existe una relación positiva y significativa entre las variables psicológicas y la intención emprendedora, señalando además que la factibilidad externa, la deseabilidad y la factibilidad personal presentan una mayor relación con la intención de emprender, mientras que las expectativas del entorno y el impacto ambiental mantienen una relación también significativa aunque de menor intensidad, lo que evidencia que las percepciones internas y las condiciones personales son determinantes en la formación del espíritu emprendedor dentro del ámbito académico.

Huancapaza (2021) centró su investigación en la identificación de los factores que se relacionan directamente con el fracaso temprano de los emprendimientos, desarrollando un estudio de enfoque cuantitativo y de tipo no experimental con estudiantes del sexto ciclo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna; los hallazgos permitieron

concluir que la falta de planificación financiera, la débil definición de la idea de negocio y la escasa gestión administrativa son los principales factores que conducen al fracaso de las iniciativas empresariales, destacándose la necesidad de una adecuada formación y acompañamiento para prevenir estas consecuencias negativas.

Chambe (2019) evaluó la relación entre la actitud hacia el emprendimiento y las competencias genéricas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la UNJBG, utilizando un diseño básico y relacional dentro de un enfoque no experimental; de los 292 estudiantes encuestados, el 68.8 % mostró competencias genéricas regulares y el 47.3 % manifestó una actitud positiva hacia el emprendimiento, identificándose una correlación directa y significativa entre ambas variables según los análisis de Chi-cuadrado y la prueba Rho de Spearman, lo que permitió concluir que el fortalecimiento de las competencias genéricas contribuye de manera decisiva en la formación de una actitud emprendedora más sólida dentro del entorno universitario.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Factores socioculturales**

Los factores socioculturales hacen referencia a los elementos e influencias que surgen de la interacción entre la sociedad y la cultura en una comunidad o grupo de personas, abarcando los patrones de comportamiento, los valores compartidos, las creencias y los modos de vida que orientan la convivencia humana; estos factores desempeñan un papel esencial en la formación de las actitudes, comportamientos, valores, creencias y normas de las personas dentro de la sociedad, porque moldean la identidad colectiva y guían las prácticas sociales, económicas y políticas que determinan el desarrollo de cada comunidad; por ello, comprender los factores socioculturales permite explicar cómo los individuos se integran, actúan y se relacionan en su entorno social y profesional (Topa, 2022).

Terol y Vázquez (2022) señalan que la dimensión “socio” de los factores socioculturales se refiere a la interacción social y a la manera en que las personas se relacionan entre sí, tanto en el ámbito familiar como en el comunitario, laboral o institucional; esta dimensión incluye las redes de apoyo, las estructuras sociales, las relaciones interpersonales y las dinámicas de poder que condicionan la vida cotidiana; las normas sociales y las expectativas colectivas también son parte fundamental de esta dimensión, pues establecen límites y comportamientos esperados dentro de un grupo, determinando la forma en que las personas participan en la comunidad, cooperan en el trabajo y mantienen vínculos basados en la confianza y la reciprocidad.

La dimensión “cultural” de los factores socioculturales, por su parte, se centra en los aspectos simbólicos y expresivos que dan identidad a una comunidad, incluyendo la lengua, la religión, las tradiciones, la historia, el arte y otras manifestaciones que reflejan su forma de ver el mundo; la cultura actúa como una guía para las conductas colectivas, porque transmite valores, significados y costumbres de generación en generación, influyendo en la manera en que las personas interpretan su realidad y toman decisiones; además, constituye un elemento de cohesión social que favorece la integración y la adaptación a los cambios del entorno, manteniendo viva la herencia cultural y el sentido de pertenencia de los individuos (Terol & Vázquez, 2022).

Los factores socioculturales interactúan entre sí y con otros componentes del entorno, como los factores económicos, políticos o tecnológicos, para influir en la conducta humana y en las dinámicas sociales, dando forma a la estructura de las comunidades; esta interacción es variable y depende de las condiciones históricas, del nivel de desarrollo y de los procesos de globalización que afectan a cada sociedad; por ello, estos factores pueden variar significativamente entre regiones y grupos culturales, afectando la manera en que las personas se organizan, comunican

y enfrentan los desafíos sociales; comprender estas interacciones resulta esencial para analizar la diversidad cultural y la adaptación de los grupos humanos a los cambios del entorno (Topa, 2022).

En el contexto empresarial y emprendedor, los factores socioculturales tienen una influencia directa en la forma en que se crean, desarrollan y sostienen las empresas, porque condicionan las motivaciones, las percepciones del éxito, la disposición al riesgo y las relaciones de confianza entre los emprendedores; las actitudes sociales hacia el emprendimiento, las prácticas comerciales locales, las redes de apoyo institucional y las expectativas sociales sobre el logro profesional inciden en la decisión de emprender; asimismo, los valores culturales pueden fomentar la innovación, la cooperación y la responsabilidad social, convirtiéndose en motores del desarrollo económico y de la sostenibilidad de los negocios en distintos contextos (Rentería, 2019).

#### **2.2.1.1 Factores internos**

Según Luna (2019) los factores socioculturales internos son aquellos elementos y características culturales y sociales que residen dentro de un individuo como resultado de su interacción y socialización con su entorno familiar y social. Estos factores son adquiridos y heredados a lo largo de la vida y tienen un impacto significativo en la formación de la personalidad, actitudes, valores, creencias y comportamientos de la persona.

Los factores socioculturales internos adquiridos se refieren a las influencias culturales y sociales que una persona asimila y adopta a través de sus experiencias de vida, interacciones con otros y educación. Por ejemplo, el idioma que una persona aprende a hablar, las normas sociales que internaliza en su entorno laboral, educativo o comunitario, y las tradiciones y prácticas culturales en las que participa, son ejemplos de factores socioculturales internos adquiridos (Topa, 2022).

Por otro lado, los factores socioculturales internos heredados son aquellos elementos culturales y sociales que una persona recibe de su familia y su linaje. Incluyen valores, creencias religiosas, tradiciones familiares y costumbres transmitidas de generación en generación. Estos factores se internalizan a través de la socialización en el hogar y la crianza (Mendez, 2019).

Estos factores socioculturales internos, tanto adquiridos como heredados, juegan un papel fundamental en la formación de la identidad y personalidad de un individuo. Determinan cómo una persona se percibe a sí misma en relación con los demás y su entorno. Además, estos factores también pueden influir en las decisiones que toma una persona, sus aspiraciones, su estilo de liderazgo y su visión de éxito y felicidad en la vida.

#### **2.2.1.2 Factores externos**

Hacen referencia a los elementos y fuerzas culturales y sociales que provienen del entorno más amplio de una persona, empresa o comunidad y que influyen en su comportamiento, decisiones y relaciones. Estos factores se originan fuera del individuo o grupo y ejercen una influencia significativa en su forma de pensar, actuar y adaptarse al contexto social en el que se encuentran inmersos (Mendez, 2019).

En el ámbito de las ciencias sociales, los factores socioculturales externos se refieren a las influencias culturales, sociales y ambientales que afectan a una sociedad en su conjunto. Estos factores pueden incluir aspectos como la religión, las tradiciones, las normas sociales, los cambios demográficos, las tendencias culturales, el desarrollo tecnológico y las políticas públicas, entre otros (Topa, 2022).

Topa (2022), en esta acepción, los factores socioculturales externos son considerados desde una perspectiva macro, es decir, se analizan a nivel de la sociedad en su conjunto. Se estudian cómo estos factores afectan la dinámica social,

los valores compartidos, la identidad cultural y las tendencias a gran escala. Esta perspectiva macro permite comprender la cultura y sociedad en su totalidad, y cómo influyen en la formación de actitudes y comportamientos colectivos.

En el contexto del emprendimiento y los negocios, los factores socioculturales externos se centran en las influencias culturales y sociales que afectan a una empresa o emprendimiento en particular. Aquí se consideran aspectos como las preferencias y necesidades del mercado objetivo, la cultura organizacional de la empresa, la reputación de marca, la responsabilidad social corporativa y la influencia de las redes de apoyo empresarial.

En esta acepción, los factores socioculturales externos se analizan desde una perspectiva micro, es decir, se enfocan en cómo afectan a una empresa o emprendimiento específico. Se consideran las interacciones con clientes, empleados, proveedores y otras partes interesadas, y cómo las características socioculturales externas pueden influir en la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias empresariales.

### **2.2.2 Emprendimiento**

El término emprendimiento proviene del francés *entrepreneur*, palabra que significa “pionero” y que hace referencia a la capacidad, habilidad y determinación que posee una persona para asumir riesgos y dedicar un esfuerzo adicional con el propósito de alcanzar una meta o concretar un objetivo específico; este concepto está estrechamente ligado a la iniciativa personal, la creatividad y la disposición para transformar ideas en acciones concretas que generen valor económico o social; asimismo, se utiliza para describir a quienes inician nuevos proyectos o empresas con la intención de innovar, ofrecer soluciones o mejorar procesos existentes, extendiéndose posteriormente su uso a los empresarios que se distinguen por su liderazgo, su visión estratégica y su capacidad para adaptarse a los cambios del entorno y aprovechar oportunidades en contextos competitivos (USIL, 2017).

Ortiz (2020) señala que el emprendimiento puede entenderse como un proceso dinámico mediante el cual una persona, denominada emprendedor o emprendedora, identifica una oportunidad o idea de negocio y la materializa con el objetivo de desarrollar un nuevo producto, servicio o empresa; en este sentido, el acto de emprender no se limita únicamente a la creación de un negocio, sino que implica también una actitud proactiva, visionaria y perseverante frente a los desafíos del mercado; el emprendimiento, por tanto, representa la capacidad de transformar una idea abstracta en una realidad concreta y sostenible, generando impacto económico y social al convertir la innovación en una oportunidad viable y competitiva dentro del entorno empresarial.

El emprendimiento constituye una actividad dinámica y proactiva que implica la identificación constante de oportunidades, la toma de decisiones estratégicas orientadas al logro de objetivos, la asunción responsable de riesgos y la movilización eficiente de recursos humanos, financieros y materiales para concretar un proyecto empresarial; en este proceso, el emprendedor actúa con una mentalidad innovadora, creativa y resiliente, capaz de anticiparse a los cambios del entorno y adaptarse a los desafíos del mercado, demostrando iniciativa y liderazgo en la búsqueda de soluciones que generen valor agregado y contribuyan al desarrollo económico y social (Schnarch, 2020).

El acto de emprender puede manifestarse en distintos ámbitos y contextos, ya sea mediante la creación de startups tecnológicas, negocios tradicionales, emprendimientos sociales o culturales, así como proyectos orientados al desarrollo sostenible o a la transformación digital; de esta forma, el emprendimiento puede darse tanto en el sector privado, donde predomina la competencia y la innovación empresarial, como en el sector público y el tercer sector, donde la finalidad suele centrarse en el impacto social y la mejora de servicios para la comunidad; en todos

los casos, el emprendimiento se caracteriza por su capacidad de generar cambio, fomentar el progreso y promover nuevas formas de crecimiento.

Los emprendedores, por su parte suelen ser personas que identifican problemas o necesidades en el entorno y se enfocan en crear soluciones innovadoras para satisfacerlas; en este contexto, la innovación cumple un papel fundamental dentro del emprendimiento, porque impulsa la creación de algo nuevo o la mejora de lo ya existente, permitiendo la evolución continua de los mercados y el surgimiento de propuestas competitivas que aportan valor económico y social al mismo tiempo (Ortiz, 2020).

#### **2.2.2.1 Comportamiento emprendedor**

El comportamiento emprendedor puede compararse con una sinfonía cuidadosamente orquestada dentro del ámbito empresarial, en la cual cada emprendedor asume el papel de director de su propia orquesta, guiando cada acción con la disposición de asumir riesgos como si fuesen las notas que marcan el compás de su iniciativa; esta actitud refleja la voluntad de enfrentarse a lo desconocido, de lanzarse hacia escenarios inciertos y de transformar la incertidumbre en oportunidad, lo que impulsa a los emprendedores a materializar sus ideas y dar vida a sus visiones, combinando pasión, perseverancia y una constante búsqueda de innovación (Borras & Fernández, 2017).

El comportamiento emprendedor comprende una serie de componentes esenciales entre los que destacan la disposición para asumir riesgos, el conocimiento del mercado y una amplia gama de habilidades empresariales, los cuales en conjunto forman la base sobre la que se construye una mentalidad emprendedora sólida y orientada al logro de objetivos (Gómez M. , 2019):

- Disposición para asumir riesgos impulsa a los emprendedores a tomar decisiones conscientes que implican tanto posibilidades de éxito como de fracaso, porque enfrentarse a la incertidumbre se convierte en una oportunidad

para descubrir nuevos caminos, explorar mercados emergentes, invertir recursos financieros o implementar estrategias innovadoras que fortalezcan la competitividad del negocio y la adaptabilidad ante los cambios del entorno.

- El conocimiento del mercado representa otra dimensión esencial del comportamiento emprendedor, pues los emprendedores necesitan comprender a profundidad su industria, su público objetivo y las tendencias que determinan el comportamiento del consumidor; este conocimiento, que se obtiene mediante la observación constante, la investigación y el análisis de datos, les permite identificar necesidades insatisfechas y anticipar oportunidades, logrando así tomar decisiones fundamentadas y estratégicas que incrementan la probabilidad de éxito y reducen los riesgos operativos y financieros asociados a sus actividades.
- Las habilidades empresariales engloban competencias diversas que permiten ejecutar acciones efectivas dentro del negocio, entre las cuales se incluyen la toma de decisiones oportunas, la innovación, la gestión eficiente de recursos, la comunicación asertiva y la planificación estratégica; los emprendedores deben ser capaces de coordinar cada una de estas áreas para asegurar el funcionamiento integral de su empresa, desde las operaciones diarias hasta la expansión y consolidación en el mercado.

El equilibrio entre estas dimensiones resulta fundamental para alcanzar el éxito empresarial, porque la capacidad de asumir riesgos, acompañada de un conocimiento profundo del entorno y un conjunto de habilidades bien desarrolladas, permite transformar oportunidades en logros tangibles, mientras que la ausencia o debilidad de alguna de estas dimensiones puede limitar el progreso, dificultar la sostenibilidad y comprometer la permanencia de la empresa en el tiempo.

#### **2.2.2.2 Espíritu emprendedor**

El espíritu emprendedor, en su esencia, representa una cualidad o mentalidad dinámica que impulsa a las personas a identificar y aprovechar oportunidades para generar valor y dar respuesta a las necesidades del entorno, siendo una fuerza interior que combina creatividad, innovación y determinación para alcanzar objetivos que transforman realidades; esta característica está estrechamente relacionada con la capacidad de asumir riesgos de manera consciente y con la disposición constante para convertir las ideas en acciones concretas que contribuyan al desarrollo individual y colectivo (Ortiz, 2020); comprender el espíritu emprendedor en profundidad requiere analizar ciertos indicadores fundamentales que explican su naturaleza y sus manifestaciones más relevantes (Gómez M., 2019):

- Necesidades: Las personas emprendedoras poseen una sensibilidad especial para detectar carencias o problemas presentes tanto en la sociedad como en los mercados, logrando reconocer con rapidez aquellas áreas donde se requieren soluciones o mejoras significativas; este sentido agudo de la necesidad funciona como un motor que impulsa al emprendedor a actuar, motivándolo a enfrentar desafíos y a generar respuestas innovadoras que aporten valor real; la capacidad para transformar una necesidad en una oportunidad de negocio constituye uno de los rasgos más distintivos del espíritu emprendedor, porque demuestra su habilidad para convertir la adversidad en posibilidad, adaptarse al cambio y contribuir activamente a la satisfacción de demandas sociales y económicas que fomentan el progreso colectivo.
- Oportunidades: Los emprendedores no solo identifican problemas o necesidades, sino que también se caracterizan por su visión estratégica para detectar oportunidades emergentes en su entorno; su capacidad para observar más allá de lo evidente les permite reconocer brechas en el mercado, anticiparse

a tendencias y transformar ideas en proyectos sostenibles; este enfoque visionario, unido a la disposición para asumir riesgos calculados, se complementa con la habilidad de planificar y ejecutar acciones concretas que convierten las oportunidades en resultados tangibles; de esta manera, el espíritu emprendedor se nutre de la curiosidad, la observación constante y la búsqueda de innovación, elementos que permiten dar forma a iniciativas que impulsan el desarrollo económico, generan empleo y contribuyen a la competitividad de los sectores productivos.

El espíritu emprendedor, en última instancia, constituye una fuerza impulsora del cambio, la creatividad y el progreso, orientando a las personas hacia la superación personal y colectiva; quienes poseen este espíritu no se conforman con observar la realidad tal como es, sino que buscan transformarla mediante la acción, la innovación y la perseverancia; ya sea a través de la creación de nuevos productos, servicios o modelos de negocio, o mediante el liderazgo en movimientos sociales y empresariales, los emprendedores se convierten en agentes de transformación que impulsan la economía y promueven el bienestar; su capacidad para detectar necesidades, convertirlas en oportunidades y materializar soluciones sostenibles refleja la esencia de un pensamiento visionario que contribuye directamente al crecimiento económico, la mejora de la calidad de vida y el fortalecimiento del tejido social.

### **2.2.2.3 Pasión emprendedora**

La pasión emprendedora puede entenderse como un compromiso profundo y constante que impulsa a los individuos a buscar la excelencia en todo lo que hacen, desafiando los límites personales y profesionales, y persiguiendo con determinación la innovación, la competitividad y el logro de sus metas empresariales; esta pasión nace de la convicción por una visión clara y del deseo de superar obstáculos para generar un impacto positivo tanto en el mercado como en la sociedad,

convirtiéndose en el motor interno que da sentido a la acción emprendedora y que diferencia a quienes lideran el cambio en sus respectivos entornos (Sainz, 2020); para comprender este concepto de manera integral, es necesario analizar sus principales indicadores (Gómez M., 2019):

- **Competitividad:** Los emprendedores que se sienten impulsados por la pasión buscan destacar en su campo y sobresalir en sus mercados, esforzándose por alcanzar niveles de excelencia que los diferencien de los demás; esta búsqueda constante de ventajas competitivas se manifiesta a través de la eficiencia en los procesos, la calidad superior de los productos o servicios, la personalización de las experiencias del cliente y la creación de propuestas de valor auténticas; la competitividad, vista desde la perspectiva de la pasión emprendedora, no se percibe como una lucha contra otros, sino como una oportunidad de crecimiento y mejora continua que impulsa la superación personal y profesional; esta energía orientada al logro lleva a los emprendedores a perfeccionar sus estrategias, asumir riesgos calculados y posicionarse como referentes dentro de su sector, convirtiendo la pasión en el eje que sostiene su compromiso con la excelencia y la innovación.
- **Innovación:** Los emprendedores apasionados poseen una inclinación natural hacia la creatividad y la búsqueda de nuevas soluciones, no se conforman con mantener el statu quo, sino que constantemente buscan maneras más eficientes, sostenibles y originales de transformar su entorno; los desafíos se convierten para ellos en estímulos que despiertan su ingenio y los motivan a explorar caminos alternativos en la resolución de problemas; la pasión actúa como una fuerza que los impulsa a actuar de manera disruptiva, introduciendo cambios relevantes dentro de sus industrias y generando rupturas positivas con los modelos tradicionales; esta energía innovadora no solo promueve la competitividad, sino que también favorece la adaptación al cambio y la

resiliencia frente a la incertidumbre, consolidando así su papel como agentes de transformación en contextos empresariales cada vez más dinámicos.

La pasión emprendedora representa mucho más que una simple motivación, es una fuerza interior que impulsa el progreso y da sentido a la acción creadora; las personas apasionadas por emprender no buscan únicamente beneficios económicos, sino que persiguen un propósito más amplio que combine la realización personal con la contribución social, transformando los retos en aprendizajes y las metas en logros significativos; esta pasión, además, tiene un carácter contagioso que inspira a otros a involucrarse en la causa del emprendimiento, fomentando la colaboración, la innovación y la competencia saludable, y promoviendo un entorno donde la creatividad y la superación se convierten en los pilares del desarrollo económico y humano.

### **2.3 Definición de términos**

- A. Comportamiento emprendedor: Se refiere a las acciones y actitudes que caracterizan a los emprendedores, como la búsqueda de oportunidades, la toma de decisiones y la creatividad (Ortiz, 2020).
- B. Emprendimiento: Hace referencia a la capacidad de una persona para iniciar y desarrollar un nuevo negocio o proyecto, asumiendo riesgos y buscando oportunidades para crear valor (Sánchez, 2019).
- C. Espíritu emprendedor: Es la disposición y actitud de una persona para asumir riesgos, buscar oportunidades y enfrentar desafíos con iniciativa y creatividad (Ortiz, 2020).
- D. Factores adquiridos: Son influencias culturales y sociales que una persona incorpora a lo largo de su vida a través de experiencias, educación e interacciones sociales (Rodríguez, 2019).

- E. Factores externos: Son elementos y fuerzas que provienen del entorno fuera de una persona o empresa y que ejercen influencia en su comportamiento y decisiones (Mendez, 2019).
- F. Factores heredados: Son elementos culturales y sociales que una persona recibe de su familia y linaje, incluyendo valores, tradiciones y creencias transmitidas de generación en generación (Rodríguez, 2019).
- G. Factores internos: Son elementos y características que residen dentro de una persona o empresa y que influyen en su comportamiento y desarrollo, como valores, habilidades y cultura organizacional (Mendez, 2019).
- H. Factores macro: Engloban influencias culturales y sociales a gran escala que afectan a toda una sociedad o comunidad (Mendez, 2019).
- I. Factores micro: Se refieren a las influencias culturales y sociales de menor escala que afectan a individuos o grupos específicos dentro de una comunidad (Mendez, 2019).
- J. Factores socioculturales: Se refieren a los elementos culturales y sociales que influyen en el comportamiento y decisiones de individuos y empresas, y que provienen del entorno más amplio fuera de ellos (Rodríguez, 2019).
- K. Mypes: Son las Micro y Pequeñas Empresas, que se caracterizan por su tamaño reducido y su importancia en la generación de empleo y desarrollo local (Sánchez, 2019).
- L. Pasión emprendedora: Es la motivación y entusiasmo que impulsa a los emprendedores a perseguir sus metas y enfrentar obstáculos con determinación (Ortiz, 2020).

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Caracterización o tipo del diseño de investigación**

Tipo básica de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental y transversal. Debido a que busca la generación de conocimiento sin ninguna aplicación directa, se centra en la recolección y análisis de datos numéricos, busca relaciones entre variables, no realiza la manipulación de variables y se basa en la observación de situaciones naturales (Gómez, 2020).

### **3.2 Acciones y actividades para la ejecución del proyecto**

Entre las acciones y actividades que se desarrollarán para la correcta ejecución del presente proyecto de investigación se encuentran:

- Se realizará la confirmación del número de Mypes del sector comercio con operaciones en el Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, a través de la revisión documental y consulta a bases de datos institucionales.
- Se representará el instrumento de investigación en formularios web con el apoyo tecnológico de aplicación Google Forms, cuyo enlace será compartido con los representantes de las Mypes para su posterior llenado.
- Recabada la información, esta será descargada para su procesamiento y análisis estadístico con el software SPSS v25, acción que permitirá generar los cuadros descriptivos y las pruebas estadísticas inferenciales.

### **3.3 Materiales y/o instrumentos**

De acuerdo a Hernández et al. (2018) las técnicas de recolección de datos se entienden como las distintas maneras o procedimientos que permiten obtener información, siendo fundamentales para el desarrollo de una investigación; el instrumento, por su parte, se define como la síntesis de los indicadores

seleccionados que se integran con la técnica de recolección de datos, conformando un conjunto coherente que posibilita obtener resultados precisos y confiables.

Por tanto se utilizará la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección de datos, herramientas que fueron tomadas como referencia de investigaciones anteriores que ya contaban con validación previa, entre las cuales destacan los estudios realizados por Saona (2021) y Reyna (2019), garantizando así la pertinencia y aplicabilidad del método dentro del presente trabajo.

### **3.4 Población y/o muestra de estudio**

#### **3.4.1 Población**

La población se entiende como el conjunto de elementos que comparten características similares en cuanto al tiempo, lugar y contenido, lo que permite identificarlos dentro de un mismo grupo de estudio (López & Fachelli, 2016). En este sentido, para la presente investigación, la población estará constituida por las 300 micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector comercio del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa.

#### **3.4.2 Muestra**

La muestra corresponde a una parte representativa de dicha población, seleccionada con el propósito de obtener los datos necesarios para medir las variables de investigación (Ñaupas et al., 2018); considerando el tamaño de la población, se aplicará un muestreo probabilístico aleatorio simple, bajo un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, porque permitirá trabajar con una muestra conformada por 169 Mypes del sector comercio.

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

$$n = \frac{300 \times (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.05)^2 \times (300 - 1) + (1.96)^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{288.12}{1.71}$$

$$n = 169$$

### **3.5 Tratamiento de datos**

En el análisis descriptivo, los resultados se presentarán mediante cuadros de frecuencia y gráficos estadísticos de tipo columna, mostrando el comportamiento de cada una de las variables junto con sus respectivas dimensiones, previa baremación de los datos, con el fin de facilitar la interpretación visual y cuantitativa de la información recopilada.

En el análisis inferencial, se procederá primero a determinar el tipo de distribución normal de los datos utilizando las pruebas estadísticas de Kolmogorov-Smirnov, y posteriormente se aplicará el estadístico Rho de Spearman o el coeficiente de Pearson, según corresponda al tipo de relación existente entre las variables, garantizando así un tratamiento riguroso y adecuado de la información obtenida.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1 Análisis descriptivo

#### 4.1.1 Análisis general de variables y dimensiones

##### 4.1.1.1 Factores socioculturales

**Tabla 2**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión Factores internos*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,5049	0,03174
Varianza	0,170	
Desviación estándar	0,41265	
Mínimo	2,50	
Máximo	4,50	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 2, la dimensión Factores internos presenta una media de 3,50 en una escala de 1 a 5, lo cual indica que, en promedio, los encuestados perciben un nivel moderadamente favorable respecto a estos factores dentro de sus MYPES. La desviación estándar de 0,41 refleja una baja dispersión de las respuestas, lo que sugiere una consistencia en la percepción de los participantes. El valor mínimo registrado fue de 2,50 y el máximo de 4,50, lo que evidencia que no se presentaron puntuaciones extremas y que la mayoría de las respuestas se ubicaron dentro del rango medio-superior. Además, el error estándar de 0,03174 indica un margen reducido de variabilidad muestral, por lo que la estimación de la media es confiable. En conjunto, estos resultados reflejan que los factores internos —como la motivación, la autonomía o el sentido de logro— son valorados positivamente por los representantes de las MYPES, aunque con espacio para mejorar hacia niveles más altos de percepción.

**Tabla 3***Estadísticos descriptivos de la dimensión Factores externos*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	2,9536	0,03420
Varianza	0,198	
Desviación estándar	0,44463	
Mínimo	1,50	
Máximo	4,17	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 3, la dimensión Factores externos presenta una media de 2,9536, lo que indica un nivel ligeramente inferior al promedio en la percepción de los encuestados respecto a los elementos del entorno que influyen en sus actividades emprendedoras, tales como el apoyo institucional, normativo y comunitario. La desviación estándar de 0,44463 evidencia una moderada dispersión en las respuestas, lo cual sugiere diferencias apreciables en las experiencias de los representantes de las MYPES frente a estos factores. El rango de variación va de 1,50 a 4,17, reflejando que algunos perciben condiciones bastante desfavorables mientras que otros las consideran más propicias. El error estándar de 0,03420, relativamente bajo, indica una buena precisión en la estimación de la media. En conjunto, los resultados evidencian una percepción limitada sobre el respaldo externo al emprendimiento, lo que podría requerir acciones de fortalecimiento institucional y comunitario.

**Tabla 4***Estadísticos descriptivos de la variable Factores socioculturales*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,2295	0,02412
Varianza	0,098	
Desviación estándar	0,31360	
Mínimo	2,33	
Máximo	3,92	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 4, la variable Factores socioculturales, que integra tanto los factores internos como los externos, reporta una media de 3,2295, ubicándose en un nivel regular, es decir, ni altamente favorable ni desfavorable. Este valor refleja una percepción moderadamente positiva de los aspectos culturales, sociales y familiares que influyen en el emprendimiento. La desviación estándar de 0,31360 indica baja dispersión, lo cual sugiere homogeneidad en las opiniones de los participantes. Asimismo, el error estándar de 0,02412 evidencia una estimación precisa de la media poblacional. El rango observado (mínimo de 2,33 y máximo de 3,92) muestra que las respuestas se concentraron en la parte media-alta de la escala. Por lo tanto, se concluye que, aunque existen aspectos positivos en los factores socioculturales que rodean a las MYPES, todavía hay espacio para promover una cultura más favorable al emprendimiento.

#### 4.1.1.2 Emprendimiento

**Tabla 5**

*Estadísticos descriptivos de la dimensión Comportamiento emprendedor*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,2883	0,03164
Varianza	0,169	
Desviación estándar	0,41129	
Mínimo	2,17	
Máximo	4,67	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 5, la dimensión Comportamiento emprendedor presentó una media de 3,2883, lo cual refleja un nivel regular a ligeramente favorable en cuanto a la iniciativa, toma de decisiones, y acciones que realizan los emprendedores para desarrollar sus negocios. La desviación estándar de 0,41129 indica una baja variabilidad, es decir, la mayoría de los encuestados comparten percepciones similares. El rango observado va de 2,17 a 4,67, lo que sugiere que si bien existen percepciones moderadas y altas, no se evidencian extremos bajos. El error estándar de 0,03164 respalda la confiabilidad de la media estimada. Estos resultados denotan una presencia moderada de actitudes y comportamientos emprendedores en las MYPES evaluadas, aunque con margen para fortalecer el accionar estratégico y operativo de sus gestores.

**Tabla 6***Estadísticos descriptivos de la dimensión Espíritu emprendedor*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,5503	0,04792
Varianza	0,388	
Desviación estándar	0,62296	
Mínimo	1,50	
Máximo	4,75	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 6, la dimensión Espíritu emprendedor obtuvo una media de 3,5503, ubicándose en un nivel moderadamente alto, lo que evidencia una percepción favorable en aspectos como la innovación, el deseo de logro, y la perseverancia. La desviación estándar de 0,62296 es la más alta entre las dimensiones evaluadas, indicando una mayor dispersión en las opiniones de los encuestados. El mínimo de 1,50 y el máximo de 4,75 reflejan la existencia tanto de casos con baja identificación emprendedora como de casos muy destacados. El error estándar de 0,04792 es aceptable para una muestra de este tamaño. En conjunto, los resultados sugieren que, si bien muchos emprendedores poseen un fuerte espíritu emprendedor, aún existe un grupo que necesita fortalecer esta dimensión para lograr un crecimiento sostenido.

**Tabla 7***Estadísticos descriptivos de la dimensión Pasión emprendedora*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,8018	0,03517
Varianza	0,209	
Desviación estándar	0,45715	
Mínimo	2,50	
Máximo	5,00	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 7, la dimensión Pasión emprendedora alcanzó una media de 3,8018, lo que indica un nivel alto en la motivación, dedicación y entusiasmo de los emprendedores hacia sus negocios. La desviación estándar de 0,45715 revela una moderada variabilidad, con respuestas que se distribuyen de forma más amplia entre los participantes. El rango de puntuación oscila entre 2,50 y 5,00, reflejando una fuerte identificación con el emprendimiento en una parte significativa de la muestra. Además, el bajo error estándar (0,03517) confirma la confiabilidad de los datos. Este resultado sugiere que la mayoría de los emprendedores muestran un alto grado de compromiso emocional con sus proyectos, lo cual es un aspecto clave para la sostenibilidad y desarrollo de las MYPES.

**Tabla 8***Estadísticos descriptivos de la variable Emprendimiento*

	<b>Estadístico</b>	<b>Error estándar</b>
Media	3,5099	0,02931
Varianza	0,145	
Desviación estándar	0,38099	
Mínimo	2,29	
Máximo	4,36	

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 8, la variable Emprendimiento presentó una media de 3,5099, lo que refleja un nivel moderadamente alto entre los representantes de las MYPES evaluadas, indicando que en promedio los emprendedores manifiestan una adecuada combinación de comportamiento, espíritu y pasión emprendedora. La desviación estándar de 0,38099 revela una baja dispersión en las respuestas, lo cual sugiere una consistencia apreciable en las percepciones de los encuestados respecto a su capacidad emprendedora. El rango obtenido (2,29 a 4,36) muestra que, aunque algunos presentan niveles menores de emprendimiento, en general no se evidencian casos extremos negativos, y varios alcanzan niveles cercanos al máximo. El error estándar de 0,02931 respalda la precisión de la media estimada. En conjunto, estos indicadores reflejan un panorama positivo, aunque aún perfectible, del emprendimiento en las MYPES del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa.

#### 4.1.2 Análisis por ítems

##### 4.1.2.1 Factores socioculturales

**Tabla 9**

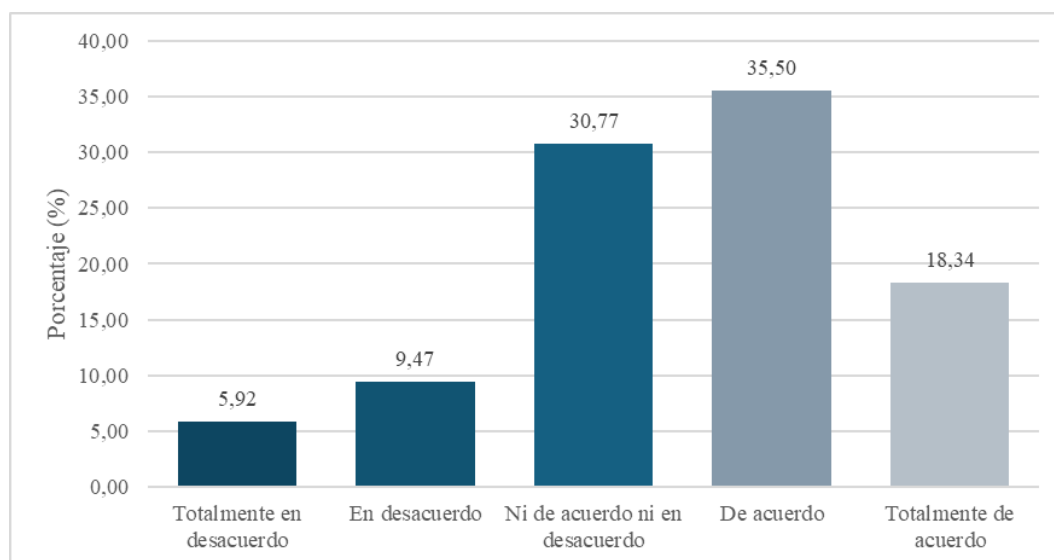
*He adquirido conocimientos y valores que influyen en mi forma de emprender*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	10	5,92
En desacuerdo	16	9,47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	30,77
De acuerdo	60	35,50
Totalmente de acuerdo	31	18,34
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 1**

*He adquirido conocimientos y valores que influyen en mi forma de emprender*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 9 y Figura N° 1, la mayoría de los encuestados (35,50%) se mostraron de acuerdo en que los conocimientos y valores adquiridos influyen en su forma de emprender, seguidos por un 30,77% que se mantuvo neutral. Esta tendencia indica una percepción moderadamente favorable hacia la influencia de los factores adquiridos, aunque todavía existe un porcentaje significativo (15,39%) que los desconoce o rechaza. Este resultado evidencia que, si bien los emprendedores reconocen el valor de su aprendizaje previo, aún es necesario reforzar la conciencia sobre cómo los factores formativos contribuyen a una gestión más estratégica y sólida de sus negocios.

**Tabla 10**

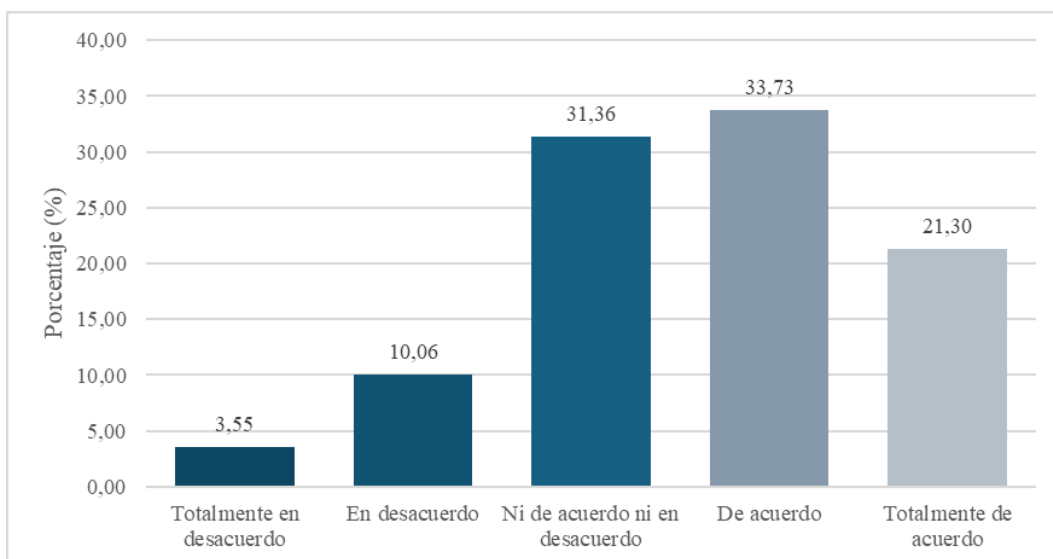
*La educación que recibí en mi entorno familiar impulsa mis decisiones empresariales*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	6	3,55
En desacuerdo	17	10,06
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	31,36
De acuerdo	57	33,73
Totalmente de acuerdo	36	21,30
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 2**

*La educación que recibí en mi entorno familiar impulsa mis decisiones empresariales*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 10 y Figura N° 2, un 33,73% de los emprendedores manifestaron estar de acuerdo con la afirmación, mientras que un 31,36% permaneció neutral. Solo un 13,61% expresó desacuerdo total o parcial. Esta distribución sugiere que la educación familiar juega un papel relativamente importante en la toma de decisiones empresariales. En el contexto local, donde muchas MYPES son negocios familiares, este resultado refuerza la importancia de la formación informal como base para la orientación emprendedora, aunque también pone de manifiesto que más de un tercio aún no asocia directamente su entorno familiar con decisiones estratégicas.

**Tabla 11**

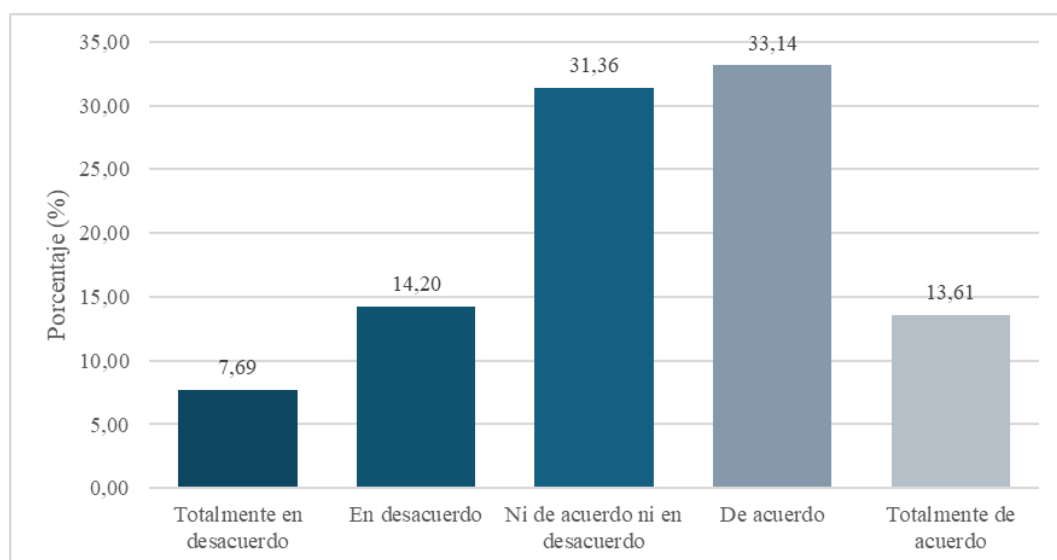
*La cultura de esfuerzo y trabajo en mi familia me motiva a seguir con mi negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	13	7,69
En desacuerdo	24	14,20
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	31,36
De acuerdo	56	33,14
Totalmente de acuerdo	23	13,61
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 3**

*La cultura de esfuerzo y trabajo en mi familia me motiva a seguir con mi negocio*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 11 y Figura N° 3, un 33,73% de los encuestados se mostró de acuerdo, mientras que un 31,36% se mantuvo neutral y un 21,30% manifestó desacuerdo total o parcial. Este resultado refleja una valoración positiva

moderada del legado familiar como fuente de motivación emprendedora, aunque la motivación por tradición no es uniforme. La cultura de esfuerzo, característica en familias emprendedoras, se mantiene como un pilar fundamental, pero el hecho de que un 23,08% no la reconozca como motivador clave puede indicar una disociación entre la tradición y la gestión moderna del negocio, lo que exige acciones de fortalecimiento del vínculo generacional en las MYPES.

**Tabla 12**

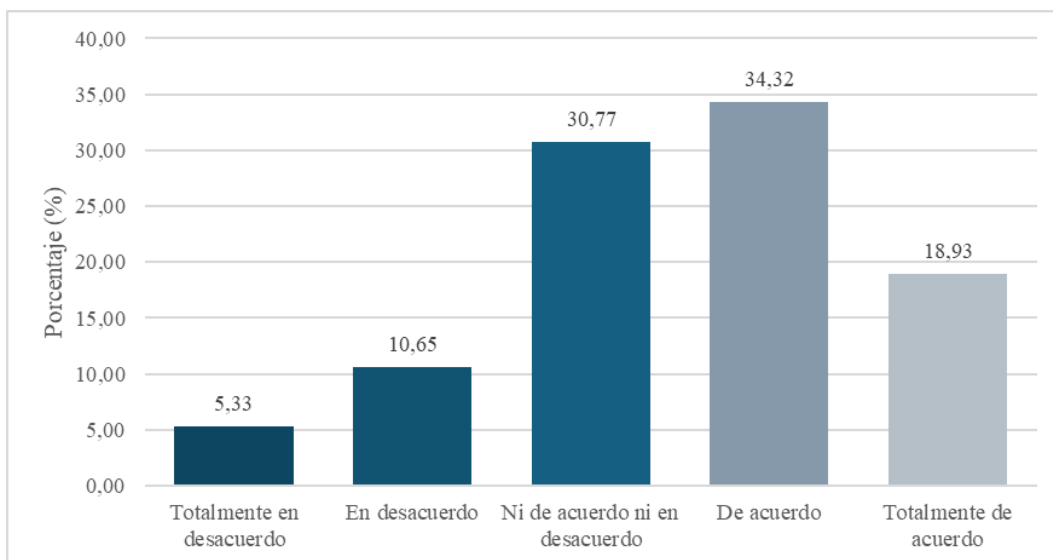
*Las costumbres heredadas han influido en el tipo de negocio que manejo*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	9	5,33
En desacuerdo	18	10,65
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	30,77
De acuerdo	58	34,32
Totalmente de acuerdo	32	18,93
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 4**

*Las costumbres heredadas han influido en el tipo de negocio que manejo*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 12 y Figura N° 4, el 34,32% de los encuestados afirmaron estar de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 30,77% se posicionó en un nivel neutral. En conjunto, un 18,93% reconoció fuerte influencia. Este resultado sugiere que las costumbres heredadas tienen una incidencia moderada en el tipo de emprendimiento que se establece. Dado el contexto sociocultural del distrito Gregorio Albarracín, es probable que muchas MYPES se formen por continuidad de actividades tradicionales, aunque una porción considerable de emprendedores no las identifica como un factor predominante. Esto permite inferir una coexistencia entre tradición e innovación en el perfil del empresario local.

**Tabla 13**

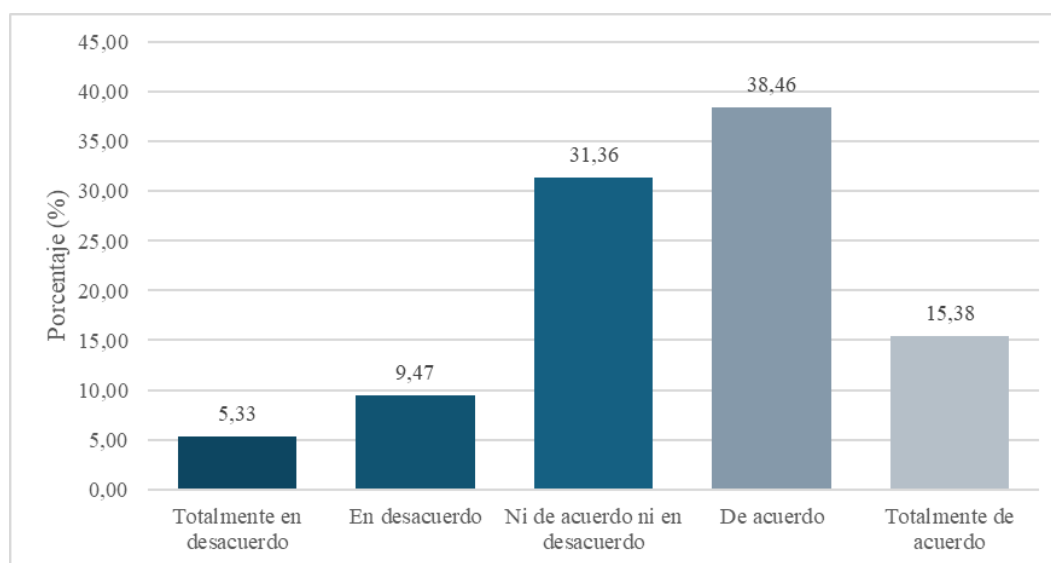
*El idioma y tradiciones de mi comunidad fortalecen mi identidad como emprendedor*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	9	5,33
En desacuerdo	16	9,47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	31,36
De acuerdo	65	38,46
Totalmente de acuerdo	26	15,38
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 5**

*El idioma y tradiciones de mi comunidad fortalecen mi identidad como emprendedor*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 13 y Figura N° 5, un 38,46% de los emprendedores estuvo de acuerdo con esta afirmación, mientras que un 31,36% se mantuvo en posición neutral. Este dato sugiere una fuerte percepción de pertenencia cultural e identidad comunitaria que se refleja en la actividad empresarial. La identidad cultural como ventaja competitiva es un activo intangible valioso en mercados locales. Sin embargo, la neutralidad significativa indica que aún falta incorporar con mayor claridad la visión cultural en el modelo de negocio de muchas MYPES, situación que podría mejorarse con estrategias de marketing cultural o diferenciación basada en identidad local.

**Tabla 14**

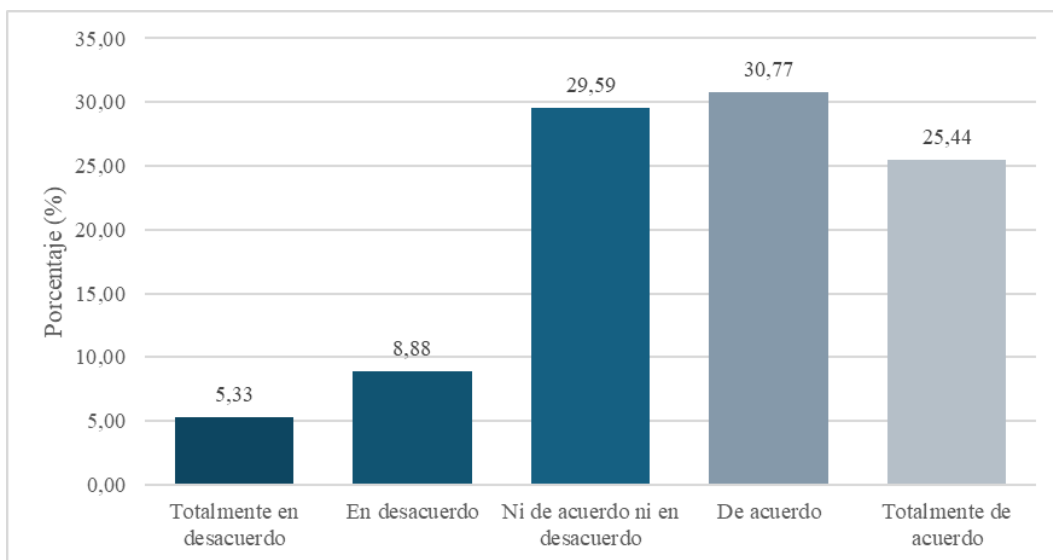
*Mi formación cultural ha sido clave para afrontar retos en mi negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	9	5,33
En desacuerdo	15	8,88
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	29,59
De acuerdo	52	30,77
Totalmente de acuerdo	43	25,44
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 6**

*Mi formación cultural ha sido clave para afrontar retos en mi negocio*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 14 y Figura N° 6, los resultados reflejan una percepción dividida: 30,77% de los encuestados adoptaron una postura neutral, mientras que un 30,77% también estuvo de acuerdo. Solo un 14,21% expresó desacuerdo total o parcial. Estos datos indican que la formación cultural tiene una incidencia percibida media en la capacidad de los emprendedores para afrontar los retos del entorno empresarial. Esto puede estar relacionado con la falta de programas de formación empresarial con enfoque cultural o con una escasa reflexión sobre la utilidad práctica de sus referentes culturales. Se recomienda fomentar programas de capacitación que integren la cultura local como recurso estratégico.

**Tabla 15**

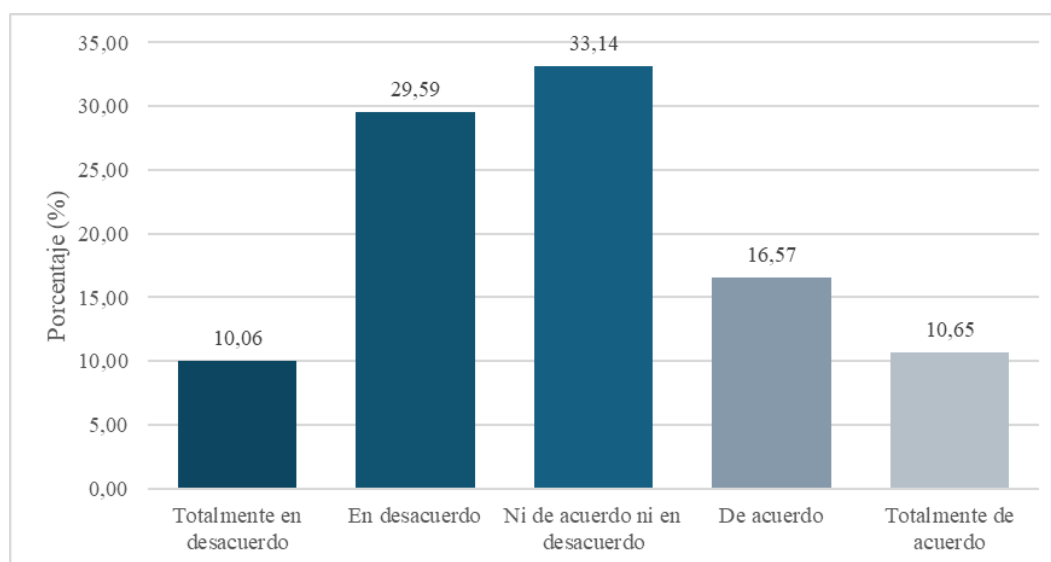
*Las políticas públicas locales impactan directamente en mi actividad empresarial*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	17	10,06
En desacuerdo	50	29,59
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	33,14
De acuerdo	28	16,57
Totalmente de acuerdo	18	10,65
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 7**

*Las políticas públicas locales impactan directamente en mi actividad empresarial*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 15 y Figura N° 7, un 33,14% de los encuestados se mantuvo en posición neutral, mientras que el 29,59% expresó desacuerdo y solo un 16,57% estuvo de acuerdo. Este resultado refleja una percepción limitada del

impacto de las políticas públicas en la actividad de las MYPES, lo que sugiere una brecha entre las iniciativas gubernamentales y su aplicación o comunicación efectiva. Esta desconexión puede generar desconfianza o desinterés por parte del emprendedor frente a programas de apoyo empresarial. Para revertir este escenario, es fundamental que los gobiernos locales mejoren la visibilidad y pertinencia de sus políticas hacia los pequeños empresarios.

**Tabla 16**

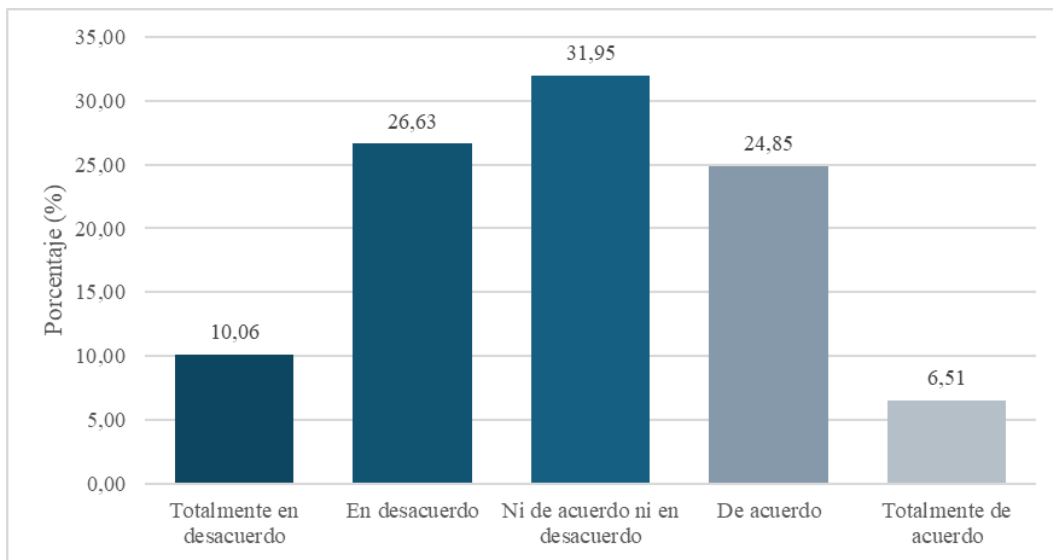
*Las redes sociales y medios influyen en mis decisiones como emprendedor*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	17	10,06
En desacuerdo	45	26,63
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	31,95
De acuerdo	42	24,85
Totalmente de acuerdo	11	6,51
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 8**

*Las redes sociales y medios influyen en mis decisiones como emprendedor*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 16 y Figura N° 8, el 31,95% de los emprendedores se mantuvo en posición neutral, mientras que el 26,63% expresó desacuerdo y solo el 24,85% estuvo de acuerdo. Este panorama revela que, aunque las redes sociales están ampliamente difundidas, su influencia en las decisiones empresariales aún es moderada o poco reconocida por los emprendedores del distrito. Este hallazgo puede estar relacionado con un bajo nivel de alfabetización digital o con el uso instrumental de las redes más que estratégico. Se recomienda implementar capacitaciones específicas sobre marketing digital y gestión de redes para mejorar la toma de decisiones en base a estos canales.

**Tabla 17**

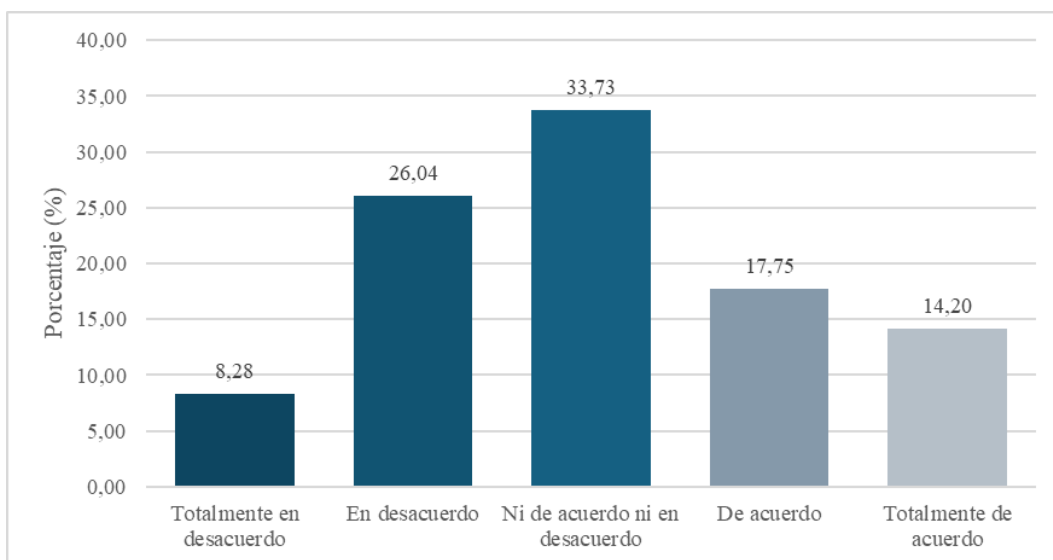
*Las normas y tradiciones de la comunidad afectan cómo gestiono mi empresa*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	14	8,28
En desacuerdo	44	26,04
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	33,73
De acuerdo	30	17,75
Totalmente de acuerdo	24	14,20
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 9**

*Las normas y tradiciones de la comunidad afectan cómo gestiono mi empresa*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 17 y Figura N° 9, el 33,73% se mantuvo neutral, seguido por un 26,04% en desacuerdo y solo un 17,75% de acuerdo. Esta distribución indica una percepción limitada sobre la influencia de las normas

tradicionales en la gestión empresarial. La neutralidad predominante sugiere que muchos empresarios no reflexionan conscientemente sobre cómo las costumbres comunitarias moldean su liderazgo, procesos o relaciones comerciales. No obstante, es probable que tales influencias existan de forma implícita. Este resultado alerta sobre la necesidad de reconocer y valorar las normas culturales como factores que pueden tanto fortalecer como obstaculizar la gestión empresarial en entornos locales.

**Tabla 18**

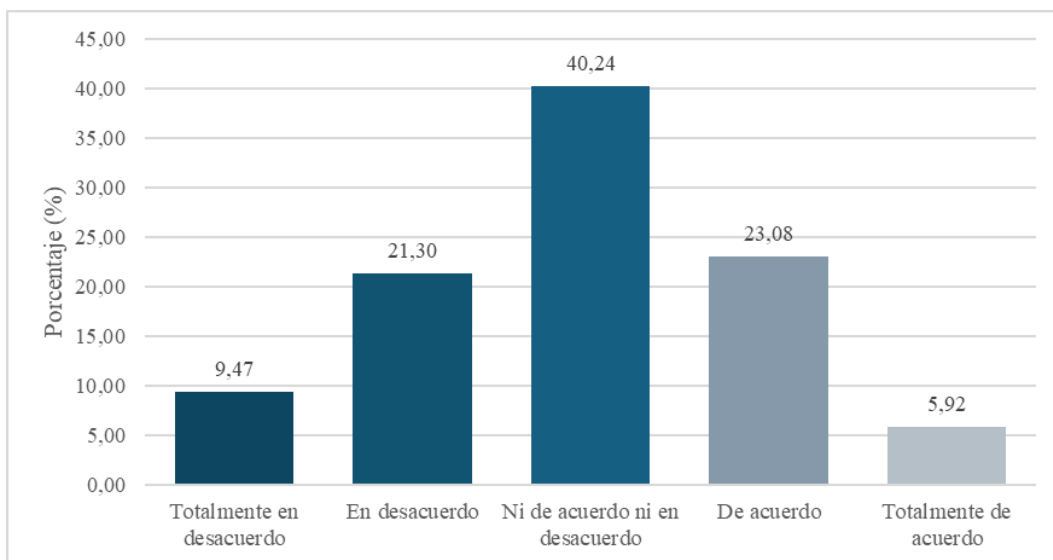
*El entorno cultural del distrito influye en el comportamiento de mis clientes*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	16	9,47
En desacuerdo	36	21,30
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	40,24
De acuerdo	39	23,08
Totalmente de acuerdo	10	5,92
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 10**

*El entorno cultural del distrito influye en el comportamiento de mis clientes*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 18 y Figura N° 10, un 40,24% de los encuestados manifestó posición neutral, y el 30,18% expresó desacuerdo. Solo un 23,08% indicó estar de acuerdo. Este panorama refleja que muchos empresarios no asocian directamente el entorno cultural con las decisiones de consumo de sus clientes. Esta desconexión puede limitar la capacidad de las MYPES para adaptar su oferta a los patrones culturales y preferencias locales. Una estrategia de segmentación basada en valores culturales podría mejorar la conexión empresa-cliente. Asimismo, se necesita fortalecer las competencias de análisis de mercado con enfoque sociocultural para alinear productos y servicios con las expectativas del consumidor local.

**Tabla 19**

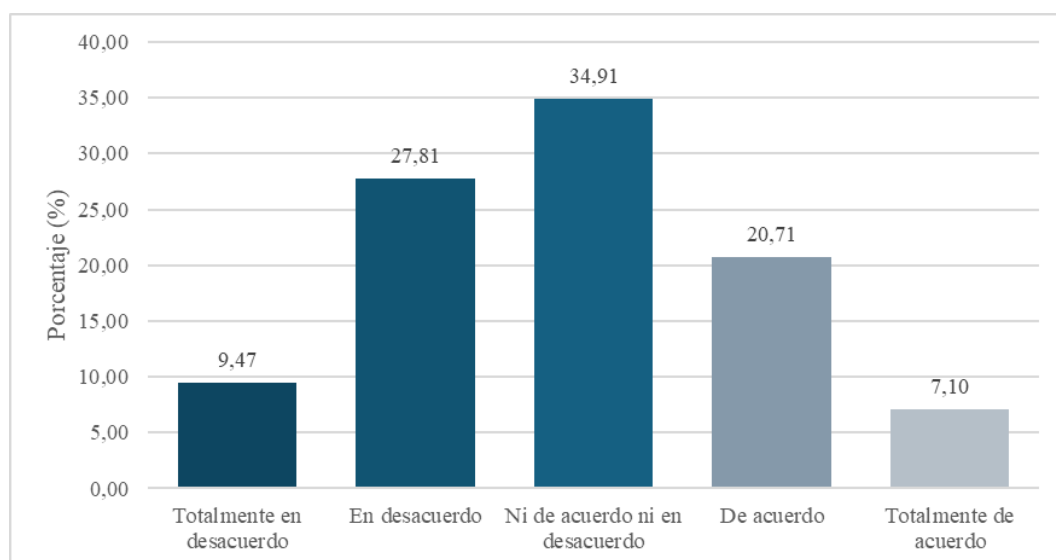
*La tecnología y su uso en la comunidad influye en mis decisiones empresariales*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	16	9,47
En desacuerdo	47	27,81
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	34,91
De acuerdo	35	20,71
Totalmente de acuerdo	12	7,10
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 11**

*La tecnología y su uso en la comunidad influye en mis decisiones empresariales*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 19 y Figura N° 11, un 34,91% se mantuvo neutral, seguido de un 27,81% que estuvo en desacuerdo, mientras que solo un 20,71% estuvo de acuerdo. Esta distribución refleja un nivel bajo de integración

entre el entorno tecnológico y la toma de decisiones de los emprendedores. Puede deberse a una brecha digital, escasa apropiación de herramientas tecnológicas o falta de formación. Dado que la transformación digital es clave para la competitividad, se requiere incentivar el uso estratégico de tecnologías en las MYPES, así como promover la alfabetización digital como pilar de las políticas de fortalecimiento empresarial local.

**Tabla 20**

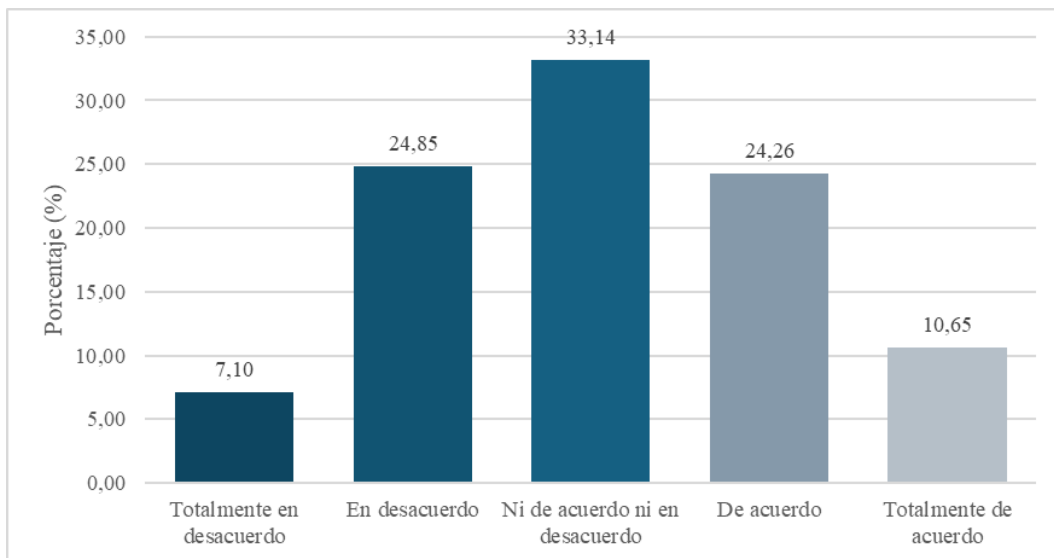
*Las expectativas sociales sobre el éxito afectan mis metas empresariales*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	12	7,10
En desacuerdo	42	24,85
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	33,14
De acuerdo	41	24,26
Totalmente de acuerdo	18	10,65
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 12**

*Las expectativas sociales sobre el éxito afectan mis metas empresariales*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 20 y Figura N° 12, un 33,14% de los encuestados permaneció neutral, mientras que el 24,85% manifestó desacuerdo y un 24,26% estuvo de acuerdo. Esta tendencia sugiere una percepción dividida respecto a la presión o influencia social sobre las metas empresariales. Si bien algunos emprendedores consideran que las expectativas del entorno influyen en sus objetivos, otros las ignoran o no las perciben como relevantes. Este resultado plantea la necesidad de trabajar el desarrollo del propósito empresarial desde lo interno, reconociendo cómo las percepciones sociales pueden condicionar las aspiraciones, la motivación o incluso la permanencia en el mercado.

#### 4.1.2.2 Emprendimiento

**Tabla 21**

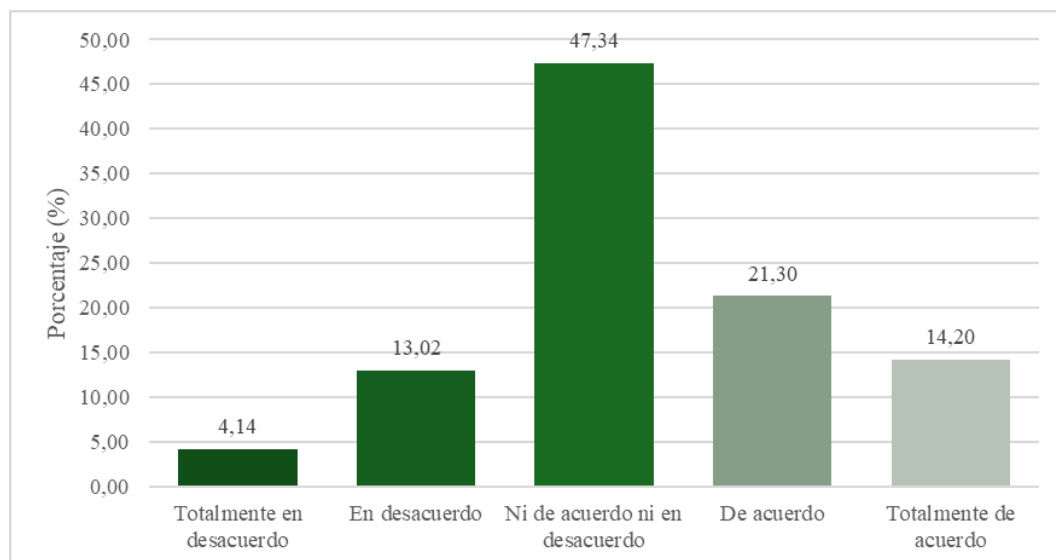
*Estoy dispuesto a asumir riesgos para hacer crecer mi negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	7	4,14
En desacuerdo	22	13,02
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	80	47,34
De acuerdo	36	21,30
Totalmente de acuerdo	24	14,20
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 13**

*Estoy dispuesto a asumir riesgos para hacer crecer mi negocio*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 21 y Figura N° 13, el 47,34% de los encuestados manifestó una postura neutral, mientras que el 35,50% expresó acuerdo o fuerte

acuerdo. Este resultado refleja que, aunque una parte significativa de los emprendedores presenta disposición al riesgo, existe una gran proporción que no tiene una posición clara. En contextos de alta competencia, la disposición a asumir riesgos calculados es vital para el crecimiento. Esta ambigüedad puede responder a temores asociados al fracaso o la falta de preparación para evaluar escenarios de incertidumbre. Se recomienda trabajar el desarrollo de competencias para la toma de decisiones estratégicas en ambientes volátiles.

**Tabla 22**

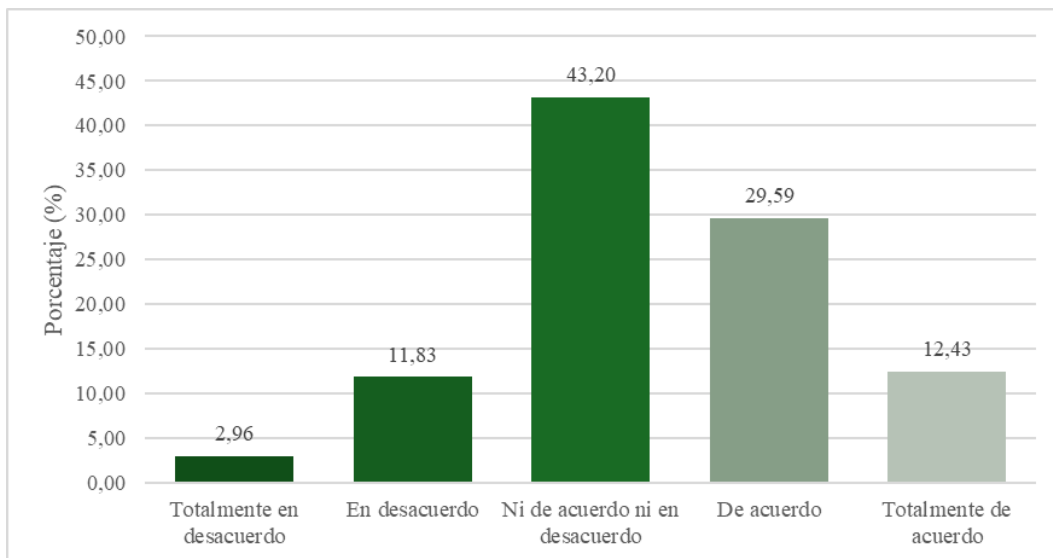
*Poseo conocimientos suficientes sobre el mercado donde opero*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	5	2,96
En desacuerdo	20	11,83
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	43,20
De acuerdo	50	29,59
Totalmente de acuerdo	21	12,43
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 14**

*Poseo conocimientos suficientes sobre el mercado donde opero*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 22 y Figura N° 14, un 43,20% de los empresarios se mantuvo neutral y un 41,42% manifestó acuerdo o fuerte acuerdo. Este resultado revela que si bien existe una autopercepción positiva sobre el conocimiento del mercado, una gran parte aún no se posiciona con claridad. Esto sugiere una oportunidad de mejora en la investigación de mercado como herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas. Es necesario fortalecer las capacidades de análisis competitivo, identificación de tendencias y comprensión del cliente para lograr mayor posicionamiento y adaptación al entorno comercial.

**Tabla 23**

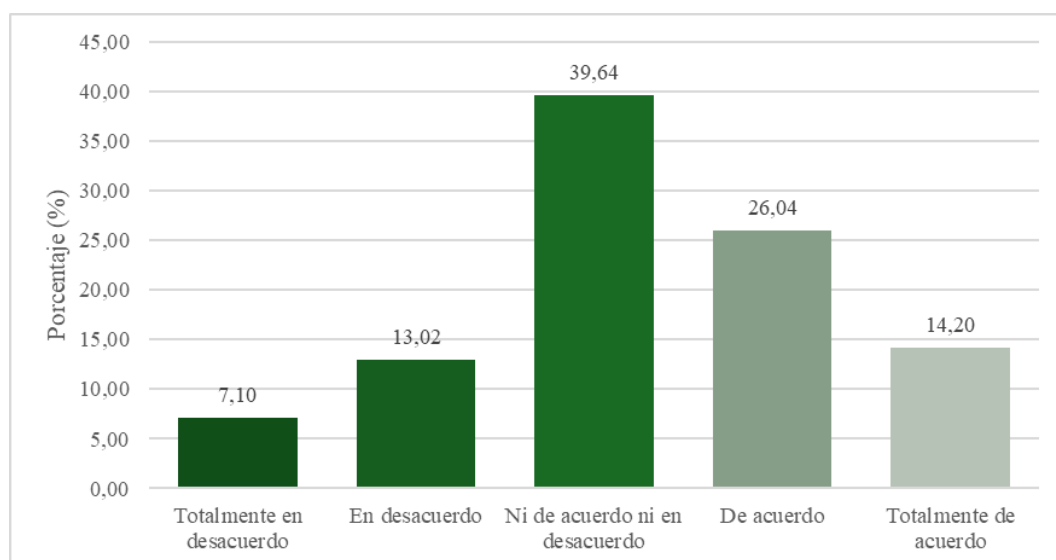
*Conozco bien a mis clientes y sus necesidades*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	12	7,10
En desacuerdo	22	13,02
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	67	39,64
De acuerdo	44	26,04
Totalmente de acuerdo	24	14,20
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 15**

*Conozco bien a mis clientes y sus necesidades*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 23 y Figura N° 15, el 39,64% de los encuestados manifestó una posición neutral, mientras que el 40,24% se mostró de acuerdo o muy de acuerdo. Esta distribución indica un reconocimiento parcial de la importancia

del conocimiento del cliente. En mercados altamente personalizados como el de las MYPES, comprender profundamente las necesidades del consumidor es crucial para lograr diferenciación. Aun así, el alto nivel de neutralidad muestra que muchos empresarios no aplican herramientas de segmentación o feedback sistemático. Se requiere fomentar el uso de encuestas, CRM y observación directa para fortalecer esta dimensión del emprendimiento.

**Tabla 24**

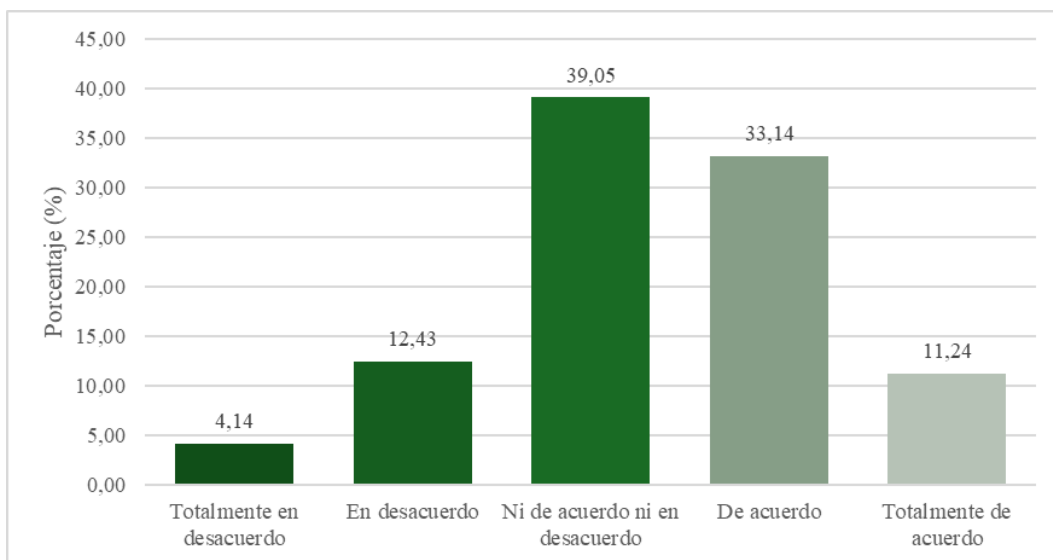
*Tengo habilidades para liderar mi empresa con éxito*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	7	4,14
En desacuerdo	21	12,43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	39,05
De acuerdo	56	33,14
Totalmente de acuerdo	19	11,24
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 16**

*Tengo habilidades para liderar mi empresa con éxito*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 24 y Figura N° 16, el 33,14% de los encuestados indicó estar de acuerdo y un 11,24% totalmente de acuerdo, sumando un 44,38% con percepción positiva. Sin embargo, un 39,05% permaneció neutral. Este resultado muestra que una parte importante de los emprendedores reconoce sus competencias de liderazgo, pero también destaca la necesidad de reforzar dichas habilidades. El liderazgo es un factor crítico en el éxito empresarial, especialmente en entornos cambiantes como los que enfrentan las MYPES. Se recomienda capacitar en habilidades blandas, comunicación, gestión de equipos y resolución de conflictos para elevar la eficacia directiva.

**Tabla 25**

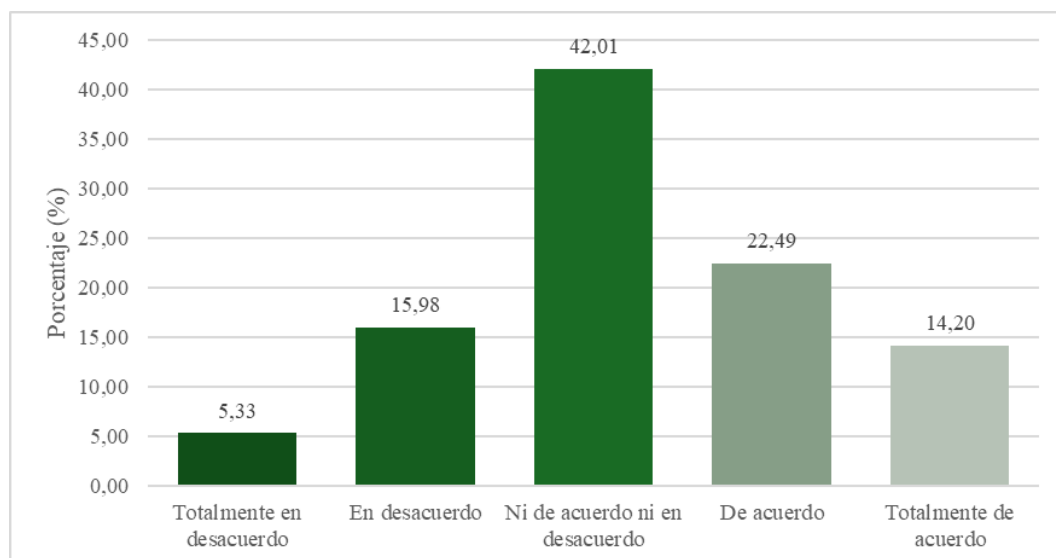
*Tiendo a innovar en los productos o servicios que ofrezco*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	9	5,33
En desacuerdo	27	15,98
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	42,01
De acuerdo	38	22,49
Totalmente de acuerdo	24	14,20
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 17**

*Tiendo a innovar en los productos o servicios que ofrezco*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 25 y Figura N° 17, el 42,01% de los encuestados adoptó una posición neutral, y solo un 36,89% expresó acuerdo o fuerte acuerdo. Esta tendencia evidencia que la innovación no está del todo consolidada como

práctica sistemática en las MYPES locales. Si bien existe intención de mejora, aún hay resistencia o desconocimiento sobre cómo implementar procesos de innovación de manera estructurada. Se requiere promover una cultura de innovación accesible, basada en la mejora continua, acompañada de talleres de creatividad aplicada, prototipado y validación de ideas.

**Tabla 26**

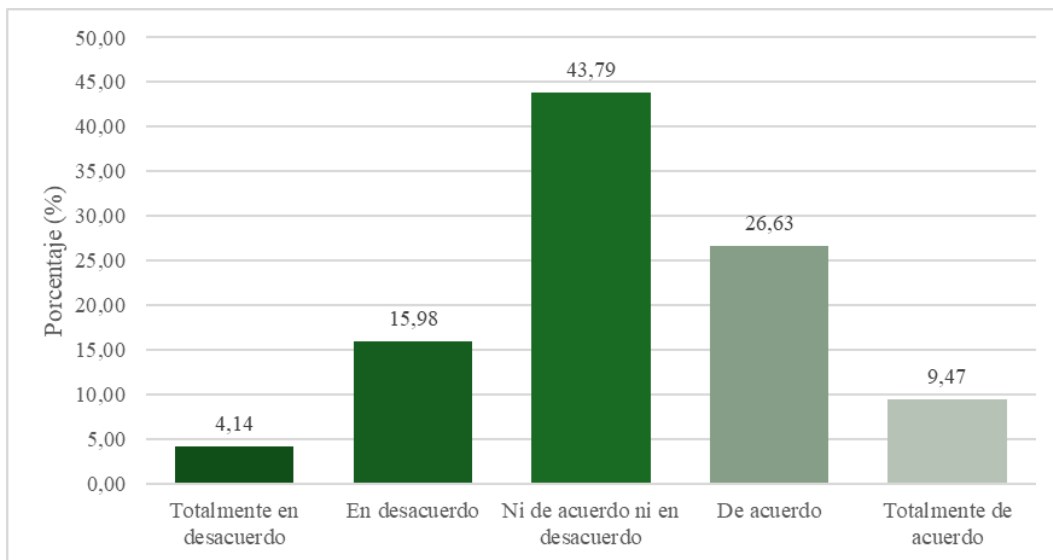
*Planifico con anticipación las decisiones importantes de mi negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	7	4,14
En desacuerdo	27	15,98
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	43,79
De acuerdo	45	26,63
Totalmente de acuerdo	16	9,47
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 18**

*Planifico con anticipación las decisiones importantes de mi negocio*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 26 y Figura N° 18, un 35,50% de los encuestados se mostró de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 39,05% permaneció neutral. Esto indica que muchos emprendedores no planifican con la debida anticipación, lo cual puede afectar la sostenibilidad del negocio. La falta de planificación estratégica es uno de los principales factores que limita el crecimiento de las MYPES. Es fundamental fomentar la adopción de herramientas como el análisis FODA, presupuestos, cronogramas operativos y planes de contingencia para fortalecer la capacidad de anticipación.

**Tabla 27**

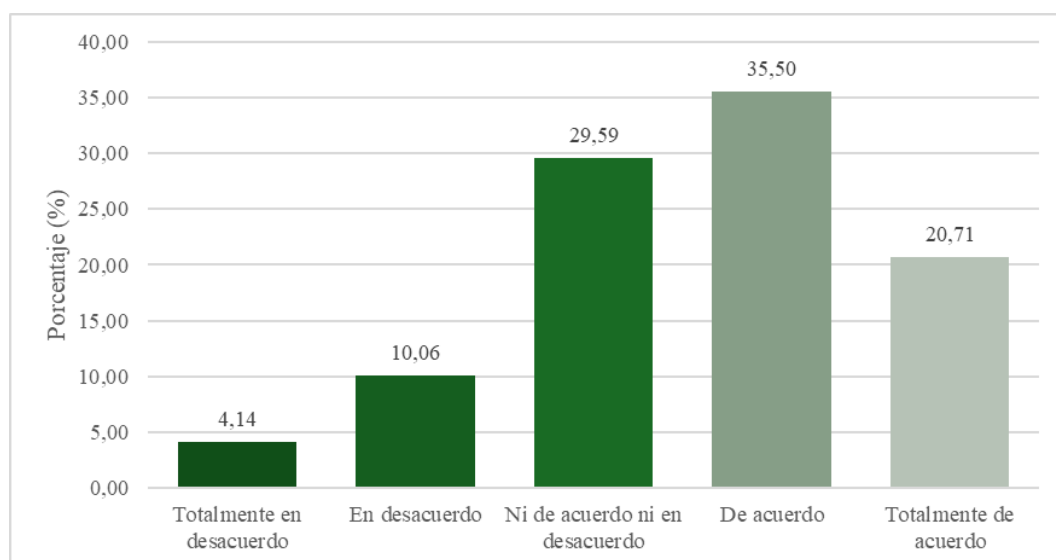
*Identifico nuevas necesidades en el mercado local*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	7	4,14
En desacuerdo	17	10,06
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	29,59
De acuerdo	60	35,50
Totalmente de acuerdo	35	20,71
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 19**

*Identifico nuevas necesidades en el mercado local*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 27 y Figura N° 19, el 35,50% de los encuestados manifestó estar de acuerdo y el 20,71% totalmente de acuerdo. Esto refleja una actitud proactiva hacia el análisis del entorno y la identificación de oportunidades.

No obstante, un 29,59% adoptó una posición neutral, lo que evidencia que no todos los empresarios tienen desarrollada esta competencia. La capacidad para reconocer nuevas demandas del mercado es fundamental para mantener la competitividad. Se recomienda promover capacitaciones en análisis del consumidor, vigilancia comercial y uso de herramientas digitales de inteligencia de mercado.

**Tabla 28**

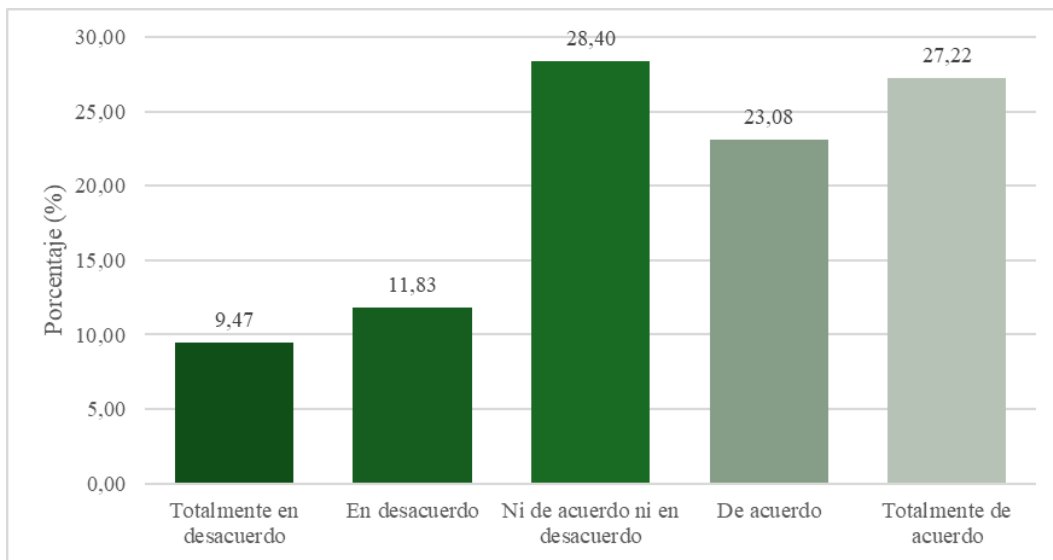
*Soy capaz de detectar oportunidades de negocio en el entorno*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	16	9,47
En desacuerdo	20	11,83
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	28,40
De acuerdo	39	23,08
Totalmente de acuerdo	46	27,22
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 20**

*Soy capaz de detectar oportunidades de negocio en el entorno*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 28 y Figura N° 20, el 50,30% de los emprendedores se mostró de acuerdo o muy de acuerdo, lo que denota una capacidad destacada para identificar nuevas oportunidades en el entorno. Sin embargo, el 28,40% manifestó neutralidad, lo cual representa una porción que no capitaliza todo su potencial emprendedor. Esta habilidad es vital para diferenciarse y adaptarse a contextos de cambio. Se recomienda fortalecer las capacidades de análisis de entorno y promover ejercicios prácticos de mapeo de oportunidades, observación del mercado y benchmarking local.

**Tabla 29**

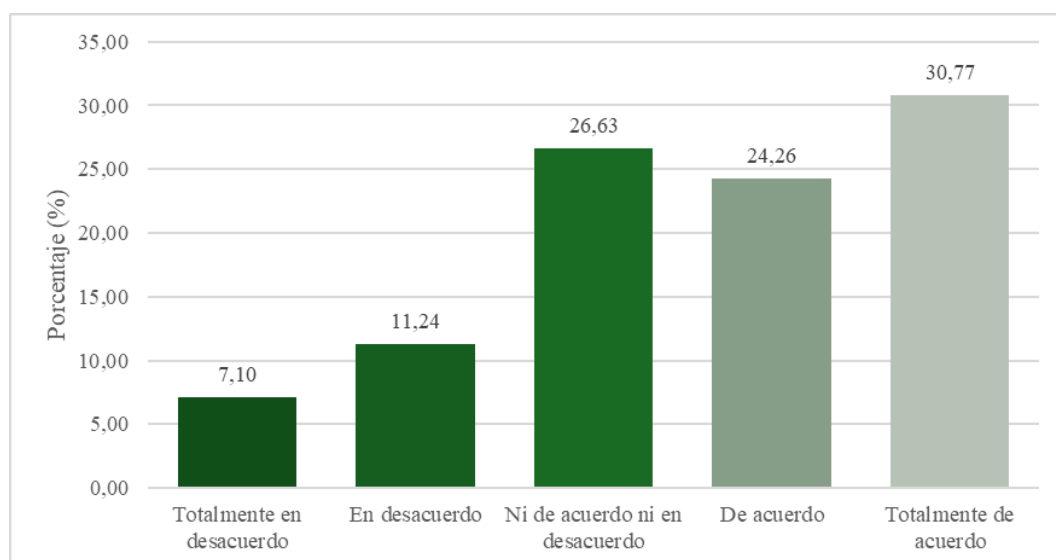
*Tengo iniciativa para emprender incluso cuando hay incertidumbre*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	12	7,10
En desacuerdo	19	11,24
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	26,63
De acuerdo	41	24,26
Totalmente de acuerdo	52	30,77
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 21**

*Tengo iniciativa para emprender incluso cuando hay incertidumbre*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 29 y Figura N° 21, el 54,44% de los encuestados expresó estar de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación, lo que revela un perfil emprendedor resiliente y proactivo. Este indicador es positivo y muestra que

gran parte de las MYPES enfrentan escenarios inciertos con determinación. No obstante, un 26,63% aún se mantiene en posición neutral. La incertidumbre es una constante en el entorno económico actual, por lo tanto, reforzar la toma de decisiones basada en datos y la preparación para escenarios de riesgo contribuirá a sostener esta actitud emprendedora.

**Tabla 30**

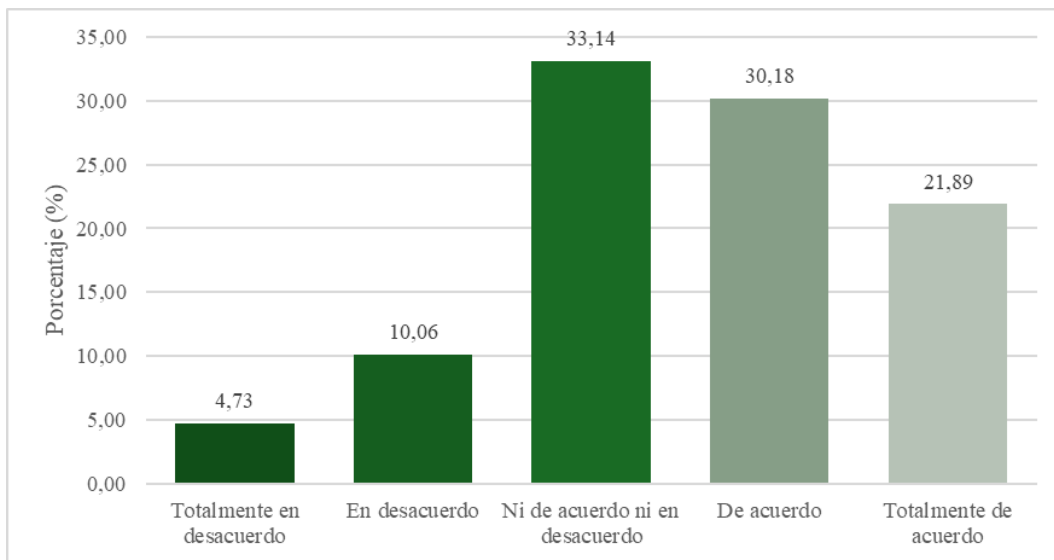
*El deseo de independencia económica me impulsa a seguir emprendiendo*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	8	4,73
En desacuerdo	17	10,06
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	33,14
De acuerdo	51	30,18
Totalmente de acuerdo	37	21,89
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 22**

*El deseo de independencia económica me impulsa a seguir emprendiendo*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 30 y Figura N° 22, el 53,84% de los encuestados expresó acuerdo o fuerte acuerdo, confirmando que la motivación principal de muchos emprendedores es la autonomía económica. Esta motivación intrínseca es clave en la persistencia y compromiso con el negocio. El 33,14% se mantuvo neutral, lo que sugiere que otros factores también influyen, como la necesidad, el legado familiar o la oportunidad. Para fortalecer este impulso, es importante vincular el deseo de independencia con objetivos de crecimiento sostenido, educación financiera y desarrollo personal.

**Tabla 31**

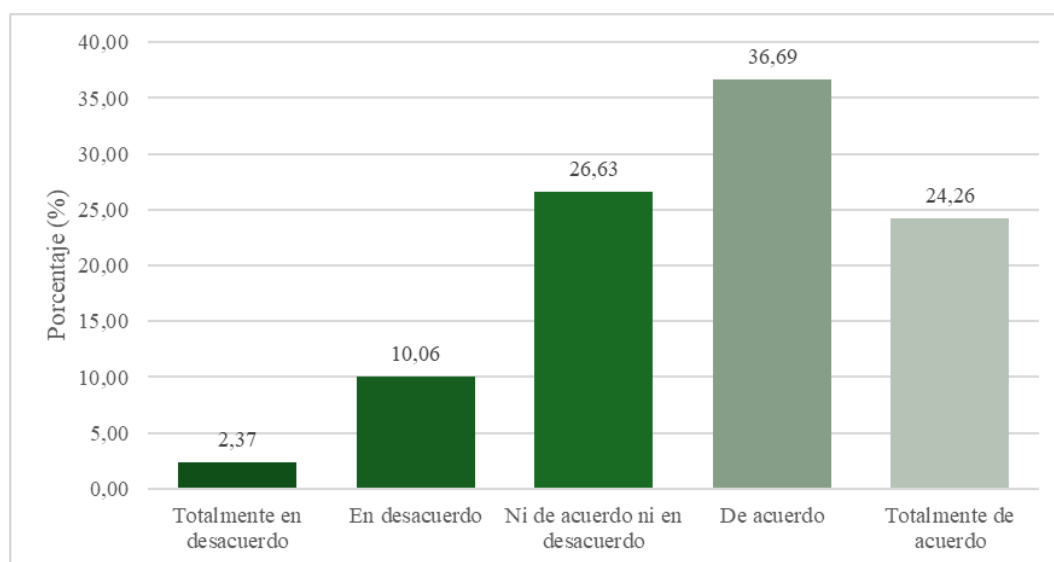
*Me esfuerzo por superar a la competencia constantemente*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	4	2,37
En desacuerdo	17	10,06
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	26,63
De acuerdo	62	36,69
Totalmente de acuerdo	41	24,26
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 23**

*Me esfuerzo por superar a la competencia constantemente*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 31 y Figura N° 23, un 60,95% de los encuestados expresó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo cual evidencia una actitud competitiva sólida en la mayoría de los emprendedores. Este resultado

es altamente favorable, porque indica un enfoque activo en la mejora continua frente al mercado. Sin embargo, un 26,63% se mostró neutral, lo que podría representar una oportunidad para reforzar el uso de herramientas de benchmarking, análisis competitivo y diferenciación estratégica como parte de la rutina empresarial.

**Tabla 32**

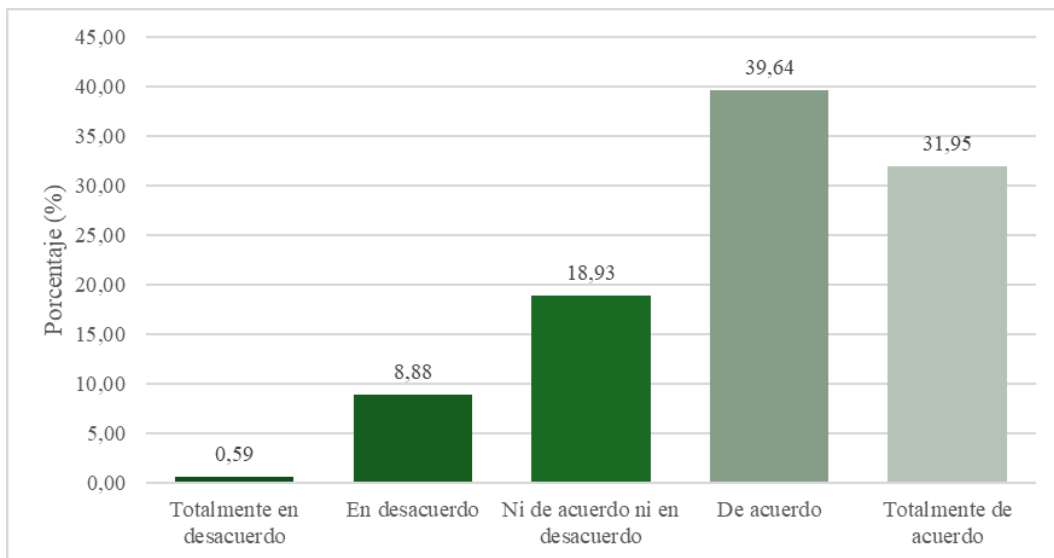
*Busco mejorar constantemente la calidad de mis productos o servicios*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	1	0,59
En desacuerdo	15	8,88
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	18,93
De acuerdo	67	39,64
Totalmente de acuerdo	54	31,95
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 24**

*Busco mejorar constantemente la calidad de mis productos o servicios*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 32 y Figura N° 24, el 64,50% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo y el 39,64% de acuerdo, alcanzando un 94,14% de percepción positiva. Este es uno de los resultados más sólidos, indicando que la mayoría de los empresarios reconocen el valor de la calidad como factor clave para la satisfacción del cliente y la permanencia en el mercado. La cultura de mejora continua está bien posicionada en este grupo, aunque se debe seguir fortaleciendo a través de programas de capacitación técnica, control de calidad y estandarización de procesos.

**Tabla 33**

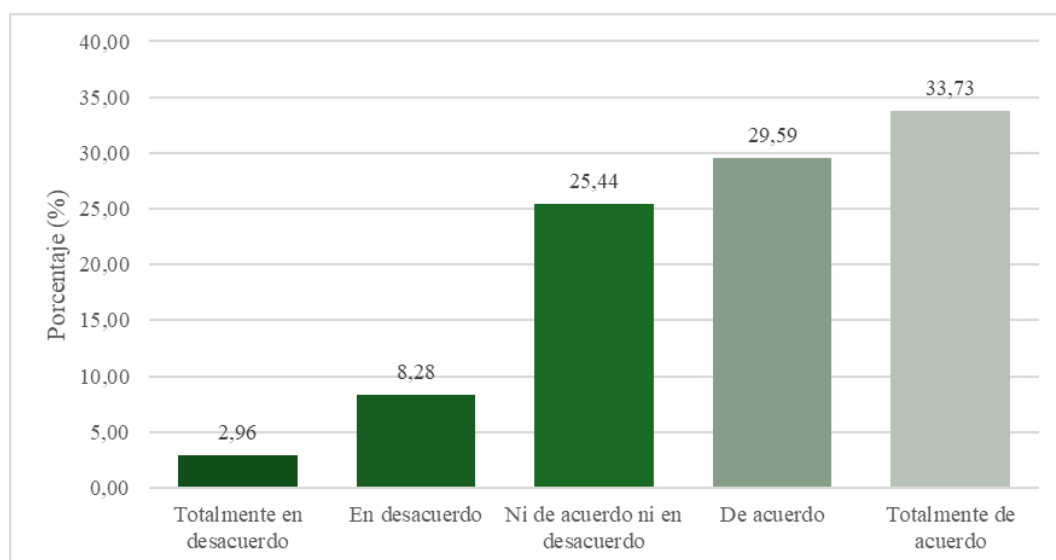
*Siento entusiasmo y energía cada vez que trabajo en mi empresa*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	5	2,96
En desacuerdo	14	8,28
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	25,44
De acuerdo	50	29,59
Totalmente de acuerdo	57	33,73
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 25**

*Siento entusiasmo y energía cada vez que trabajo en mi empresa*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 33 y Figura N° 25, el 59,76% de los emprendedores indicó estar de acuerdo o muy de acuerdo con esta afirmación. Este resultado revela un alto nivel de compromiso emocional con la actividad

empresarial. La motivación es un recurso intangible fundamental para enfrentar los retos del día a día. No obstante, un 25,44% aún se mantiene neutral. Es importante cultivar esta dimensión mediante el desarrollo de propósitos empresariales claros, reconocimiento de logros y un entorno favorable al bienestar emprendedor.

**Tabla 34**

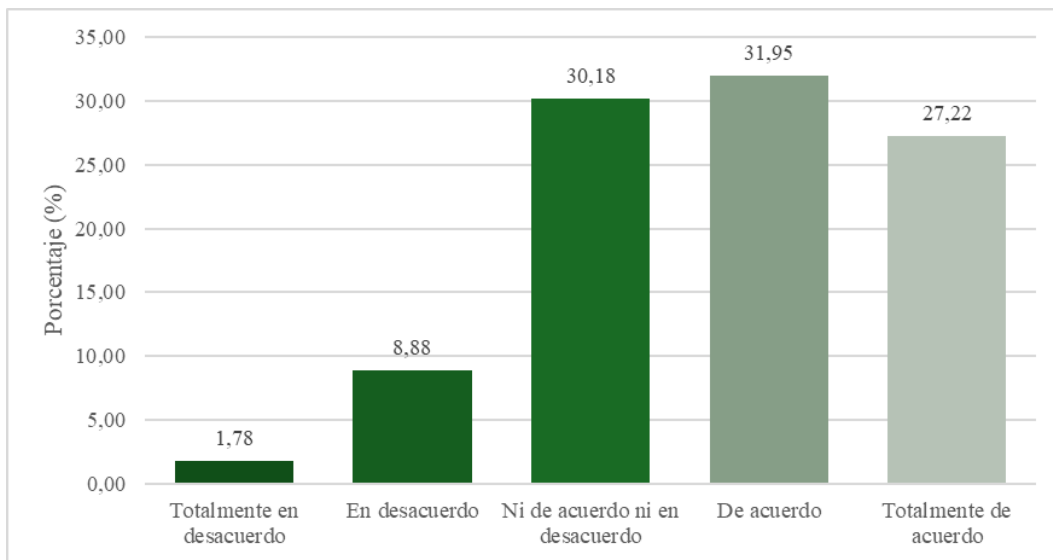
*Me motiva desarrollar ideas innovadoras en mi negocio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente en desacuerdo	3	1,78
En desacuerdo	15	8,88
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	30,18
De acuerdo	54	31,95
Totalmente de acuerdo	46	27,22
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,00</b>

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

**Figura 26**

*Me motiva desarrollar ideas innovadoras en mi negocio*



*Nota.* Datos representados mediante software MS-Excel.

De acuerdo con la Tabla N° 34 y Figura N° 26, el 58,58% de los encuestados manifestó una motivación clara hacia la innovación, lo que refleja una predisposición positiva hacia la mejora de productos, procesos o servicios. Este indicador es alentador y debe ser aprovechado a través de entornos de colaboración, ferias de innovación, incubadoras y redes empresariales. Sin embargo, un 30,18% permanece neutral, lo que sugiere que el interés por innovar no siempre se traduce en acción. Se requiere impulsar metodologías ágiles y herramientas de creatividad para traducir esta motivación en propuestas concretas.

## 4.2 Análisis inferencial

### 4.2.1 Prueba de normalidad

**Tabla 35**

*Análisis de distribución de datos*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Factores internos	0,081	169	0,009
Factores externos	0,103	169	0,000
Factores socioculturales	0,062	169	,200*
Comportamiento emprendedor	0,125	169	0,000
Espíritu emprendedor	0,114	169	0,000
Pasión emprendedora	0,118	169	0,000
Emprendimiento	0,084	169	0,005

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 35, se reveló que la mayoría de las variables del estudio no presentan una distribución normal, dado que sus valores de significancia (p) son menores a 0.05, específicamente en los factores internos (p = 0.009), factores externos (p = 0.000), comportamiento emprendedor (p = 0.000), espíritu emprendedor (p = 0.000), pasión emprendedora (p = 0.000) y emprendimiento (p = 0.005), lo que indica que se rechaza la hipótesis nula de normalidad para dichas variables. Solo la variable "factores socioculturales" mostró una distribución compatible con la normalidad (p = 0.200), siendo esta la única que no contraviene los supuestos del modelo. En consecuencia, se justifica el uso de pruebas estadísticas no paramétricas, como la correlación de Spearman, para el análisis inferencial.

## 4.2.2 Comprobación de hipótesis

### 4.2.2.1 Comprobación de hipótesis específica 1

H1: Los factores socioculturales influyen significativamente en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H0: Los factores socioculturales no influyen significativamente en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

**Tabla 36**

*Prueba de correlación de la HE1*

			<b>Factores socioculturales</b>	<b>Comportamiento emprendedor</b>
Rho de Spearman	Factores socioculturales	Coefficiente de correlación	1,000	,630**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	169	169
	Comportamiento emprendedor	Coefficiente de correlación	,630**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	169	169

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 36, el coeficiente de correlación de Spearman entre los factores socioculturales y el comportamiento emprendedor es  $\rho = 0,630$ , lo que representa una correlación positiva moderada-alta. Esto significa que, a mayor presencia o desarrollo de factores socioculturales en las MYPES, mayor es el nivel de comportamiento emprendedor observado en los gestores de estas

unidades económicas. La significancia bilateral es 0,000, lo que indica que la relación es estadísticamente significativa al nivel de confianza del 95% ( $p < 0,05$ ). En otras palabras, la probabilidad de que esta correlación haya ocurrido por azar es prácticamente nula.

Dado que el valor  $p$  es menor a 0,05 ( $p = 0,000$ ) y el coeficiente de Spearman indica una correlación positiva significativa ( $\rho = 0,630$ ), se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación ( $H_1$ ).

Esto confirma que los factores socioculturales influyen de manera significativa en el comportamiento emprendedor de las MYPES del distrito, y que estos elementos deben ser considerados en el diseño de políticas, capacitaciones y programas de apoyo empresarial.

#### **4.2.2.2 Comprobación de hipótesis específica 2**

H1: Los factores socioculturales influyen significativamente en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H0: Los factores socioculturales no influyen significativamente en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

**Tabla 37***Prueba de correlación de la HE2*

			<b>Factores socioculturales</b>	<b>Espíritu emprendedor</b>
Rho de Spearman	Factores socioculturales	Coefficiente de correlación	1,000	,624**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	169	169
	Espíritu emprendedor	Coefficiente de correlación	,624**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	169	169

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 37, el coeficiente de Spearman obtenido es  $\rho = 0,624$ , lo que indica una correlación positiva moderada-alta entre los factores socioculturales y el espíritu emprendedor en las MYPES del distrito Gregorio Albarracín. Esta relación significa que, a medida que los factores socioculturales se fortalecen —como los valores comunitarios, normas sociales y cultura local— también se incrementa la actitud proactiva, la búsqueda de oportunidades y la creatividad de los emprendedores. La significancia bilateral es  $p = 0,000$ , lo que confirma que la correlación observada es estadísticamente significativa al 95% de confianza ( $p < 0,05$ ).

Dado que el valor  $p$  es menor a 0,05 ( $p = 0,000$ ) y el coeficiente de correlación de Spearman es 0,624, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación ( $H_1$ ).

Esto evidencia que los factores socioculturales influyen de forma significativa en el desarrollo del espíritu emprendedor. Los valores sociales, la cultura local y el entorno comunitario son determinantes en la disposición del emprendedor para asumir retos, generar ideas y detectar oportunidades. Se recomienda integrar estos hallazgos en políticas públicas de fomento al emprendimiento con enfoque territorial y cultural.

#### 4.2.2.3 Comprobación de hipótesis específica 3

H1: Los factores socioculturales influyen significativamente en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H0: Los factores socioculturales no influyen significativamente en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

**Tabla 38**

*Prueba de correlación de la HE3*

			<b>Factores socioculturales</b>	<b>Pasión emprendedora</b>
Rho de Spearman	Factores socioculturales	Coefficiente de correlación	1,000	,615**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	169	169
	Pasión emprendedora	Coefficiente de correlación	,615**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	169	169

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 38, se observa un coeficiente de correlación de  $\rho = 0,615$ , lo que indica una correlación positiva moderada-alta entre los factores socioculturales y la pasión emprendedora. Esto implica que a medida que aumentan los elementos culturales y sociales que rodean al emprendedor —como tradiciones familiares, entorno comunitario o valores heredados— también se incrementa su motivación, compromiso y deseo de superación. La significancia estadística ( $p = 0,000$ ) confirma que esta relación es estadísticamente significativa, descartando la posibilidad de que el resultado sea producto del azar.

El coeficiente de Spearman ( $\rho = 0,615$ ) y el valor de significancia ( $p = 0,000$ ) permiten rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptar la hipótesis de investigación ( $H_1$ ). Esto evidencia que existe una influencia significativa de los factores socioculturales sobre la pasión emprendedora en las MYPES del distrito.

Este hallazgo destaca la importancia del entorno cultural como fuente de motivación, entusiasmo y compromiso del emprendedor. Por tanto, es recomendable que las políticas públicas y los programas de fortalecimiento empresarial incorporen enfoques culturales y comunitarios para fomentar la sostenibilidad emocional y competitiva de los emprendedores.

#### **4.2.2.4 Comprobación de hipótesis general**

H1: Los factores socioculturales influyen significativamente en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

H0: Los factores socioculturales influyen significativamente en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.

**Tabla 39***Prueba de correlación de la HG*

		<b>Factores</b>		
		<b>socioculturales</b>	<b>Emprendimiento</b>	
Rho de Spearman	Factores socioculturales	Coefficiente de correlación	1,000	,806**
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	169	169
	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,806**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	169	169

*Nota.* Datos procesados mediante software estadístico SPSS.

De acuerdo con la Tabla N° 39, el coeficiente de Spearman obtenido es  $\rho = 0,806$ , lo que indica una correlación positiva alta entre los factores socioculturales y el emprendimiento en las MYPES del distrito Gregorio Albarracín. Esta relación sugiere que a mayor presencia de elementos culturales y sociales favorables (como valores familiares, normas comunitarias, entorno social activo), mayor será la manifestación de competencias, actitudes y comportamientos emprendedores en los empresarios locales. Además, el valor de significancia ( $p = 0,000$ ) demuestra que la relación es estadísticamente significativa, por lo tanto, confiable desde el punto de vista estadístico y aplicable para la toma de decisiones en políticas de desarrollo económico local.

Dado que el coeficiente de Spearman es 0,806, lo cual representa una fuerte correlación positiva, y el valor de significancia es  $p = 0,000$  (menor a 0,05), se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación general ( $H_1$ ).

Esto confirma que los factores socioculturales influyen de manera significativa y sólida en el emprendimiento de las MYPES del distrito. Esta evidencia empírica resalta la importancia del entorno cultural como motor del desarrollo empresarial. Se recomienda a las autoridades y organizaciones locales fomentar una cultura emprendedora fortalecida por valores sociales, identidad comunitaria y apoyo interinstitucional, para promover un ecosistema de negocios sostenible y con arraigo territorial.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Los resultados obtenidos en la investigación demuestran que los factores socioculturales influyen significativamente en el nivel de emprendimiento de las MYPES del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, tal como lo evidencia un coeficiente de correlación de Spearman de 0,806 con un valor p de 0,000. Esta correlación alta y estadísticamente significativa revela que el entorno cultural, social y familiar en el que se desenvuelven los emprendedores impacta directamente en su capacidad para iniciar y sostener negocios. Los factores adquiridos, heredados y del entorno influyen no solo en el inicio del negocio, sino también en su orientación, estilo de gestión y proyección futura.

Este hallazgo coincide con estudios como el de Cordero et al. (2017), quienes señalaron que múltiples factores socioculturales, como la formación educativa, la experiencia previa y las condiciones del mercado, influyen en la sostenibilidad empresarial. También guarda relación con lo señalado por Aguilar (2021), quien encontró una relación positiva moderada entre el contexto sociocultural y el emprendimiento, aunque en este caso el nivel de correlación hallado fue aún mayor, lo cual refuerza la importancia del entorno en el emprendimiento local. En el ámbito regional, Dapino (2021) también destacó la relevancia del entorno psicológico y social en la disposición emprendedora, confirmando que la influencia sociocultural trasciende lo económico para configurar actitudes y comportamientos emprendedores sólidos.

Respecto al primer objetivo específico, los resultados evidenciaron una correlación positiva moderada-alta de 0,630 ( $p = 0,000$ ) entre los factores socioculturales y el comportamiento emprendedor. Esto significa que a mayor presencia de valores culturales positivos, normas sociales integradoras y experiencias adquiridas, mayor es la propensión del emprendedor a asumir riesgos,

tomar decisiones estratégicas, liderar y generar acciones orientadas al logro dentro de su negocio. Esta dimensión representa la manifestación más visible de la acción emprendedora y está influenciada por el entorno inmediato del empresario.

Estos resultados encuentran sustento en estudios como el de Navarrete (2019), quien identificó que factores como el nivel educativo, la clase social y el tiempo del negocio influyen en la propensión a emprender. Del mismo modo, García (2020) demostró que los factores psicosociales, particularmente los individuales y del entorno, tienen una relación significativa con la capacidad emprendedora, lo que refuerza la evidencia obtenida. A nivel local, también se relaciona con el trabajo de Chambe (2019), quien halló una relación, aunque débil, entre actitudes emprendedoras y competencias, lo que confirma que el comportamiento no es espontáneo, sino influido por el entorno cultural y social.

En relación con el segundo objetivo específico, los resultados mostraron una correlación significativa de 0,624 ( $p = 0,000$ ) entre los factores socioculturales y el espíritu emprendedor, lo cual indica que el entorno cultural en el que se forma y actúa el emprendedor tiene una relación directa con su capacidad de visualizar oportunidades, su disposición a crear valor y su motivación para iniciar negocios. El espíritu emprendedor, como dimensión interna y actitudinal, es impulsado por la interacción con una cultura que promueve la autonomía, la creatividad, el esfuerzo y la realización personal.

Estos hallazgos coinciden con los resultados obtenidos por Huarca y Aro (2022), quienes señalaron que habilidades como la creatividad, la realización personal y la capacidad de planificación están asociadas al desarrollo de negocios. Igualmente, se relacionan con el estudio de Aguilar (2021), quien halló una relación positiva entre el contexto sociocultural y el espíritu emprendedor, atribuyendo más del 40% de su variación a dicho contexto. Asimismo, a nivel regional, Dapino (2021) destacó la deseabilidad y factibilidad personal como componentes del

espíritu emprendedor influenciados por el entorno, lo cual es congruente con los resultados obtenidos en la presente investigación.

Finalmente, respecto al tercer objetivo específico, se halló una correlación positiva significativa de 0,615 ( $p = 0,000$ ) entre los factores socioculturales y la pasión emprendedora. Esta dimensión refleja el compromiso emocional, la energía y el entusiasmo con que los empresarios conducen sus actividades. Los resultados indican que el contexto familiar, social y cultural influye en la motivación interna del emprendedor, reforzando la constancia, la competitividad y el deseo de superación frente a las dificultades del entorno.

Este resultado guarda coherencia con lo reportado por Rodríguez (2019), quien identificó que las motivaciones, el perfil del emprendedor y el entorno social impactan en la sostenibilidad de los emprendimientos. Asimismo, los hallazgos se relacionan con lo señalado por Cordero et al. (2017), quienes destacaron la persistencia y el entusiasmo como características comunes en emprendedores con fuerte arraigo sociocultural. A nivel local, este resultado se ve reforzado por los planteamientos de Huancapaza (2021), quien advirtió que la ausencia de planificación y la falta de formación impactan negativamente en la continuidad de los negocios, lo cual confirma la importancia de una pasión emprendedora sostenida por un entorno cultural que la alimente y fortalezca.

## CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Los factores socioculturales ejercen una influencia estadísticamente significativa sobre el emprendimiento de las MYPES del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna, evidenciado por un coeficiente de correlación de Spearman de  $\rho = 0,806$  y un nivel de significancia de  $p = 0,000$ . Esta relación positiva alta confirma que el entorno cultural, social y familiar constituye un determinante clave en la consolidación del emprendimiento. Sin embargo, se identificó que una proporción importante de MYPES opera en un contexto sociocultural con desarrollo intermedio, lo que evidencia la necesidad de fortalecer redes de apoyo comunitario, promover valores emprendedores desde el entorno familiar y mejorar las condiciones sociales que favorezcan una cultura empresarial sólida.

**SEGUNDO:** Existe una correlación positiva significativa entre los factores socioculturales y el comportamiento emprendedor ( $\rho = 0,630$ ;  $p = 0,000$ ), lo que indica que una mayor presencia de elementos socioculturales favorables se asocia con una mejor disposición para liderar, asumir riesgos y ejecutar acciones orientadas al logro de objetivos. No obstante, se identificó que muchas MYPES aún presentan niveles medios en esta dimensión, por lo que se requiere implementar programas de capacitación en liderazgo, toma de decisiones y gestión de riesgos, así como fomentar una actitud proactiva y resiliente frente a los desafíos del entorno.

**TERCERO:** Se evidenció una relación positiva moderada-alta y estadísticamente significativa entre los factores socioculturales y el espíritu emprendedor ( $\rho = 0,624$ ;  $p = 0,000$ ). Esta relación resalta la influencia del entorno cultural en la creatividad, la iniciativa y la orientación hacia oportunidades. Sin embargo, se observa que no todos los emprendedores desarrollan plenamente estas

cualidades, lo que sugiere la necesidad de intervenciones educativas, mentorías y espacios de innovación colaborativa que estimulen una mentalidad emprendedora más sólida y sostenida en el tiempo.

**CUARTO:** Los factores socioculturales también inciden significativamente en la pasión emprendedora ( $\rho = 0,615$ ;  $p = 0,000$ ), lo que demuestra que el contexto social y cultural potencia el compromiso, la constancia y el entusiasmo de los emprendedores frente a sus proyectos. A pesar de esta influencia, los resultados muestran que aún existe un porcentaje considerable de emprendedores que no logra mantener niveles altos de motivación o perseverancia. Por tanto, es necesario fomentar estrategias de acompañamiento emocional, reconocimiento social al esfuerzo emprendedor y fortalecimiento de redes motivacionales en el entorno local.

## **RECOMENDACIONES**

1. En coherencia con el objetivo general, se recomienda que el gobierno local, en coordinación con instituciones vinculadas al desarrollo económico y empresarial, diseñe e implemente un programa integral orientado a la promoción del emprendimiento, que incorpore los factores socioculturales presentes en el distrito Gregorio Albarracín Lanchipa; este programa deberá aprovechar los recursos y capacidades del talento local, el trabajo colaborativo, la cultura familiar de esfuerzo y la transmisión de saberes intergeneracionales, generando así un entorno favorable y sostenible que impulse el crecimiento y consolidación de las micro y pequeñas empresas del distrito.
2. Para el fortalecimiento del comportamiento emprendedor, se sugiere que las entidades públicas y privadas desarrollen procesos de capacitación permanente enfocados en la adquisición de habilidades gerenciales, liderazgo, gestión de riesgos y toma de decisiones, considerando las particularidades culturales y sociales de los emprendedores locales; estas acciones formativas deben adaptarse a las necesidades del contexto mediante metodologías participativas, casos prácticos y asesorías personalizadas que promuevan la planificación estratégica y la mejora continua dentro de sus unidades de negocio, favoreciendo la competitividad y sostenibilidad empresarial.
3. Con respecto al espíritu emprendedor, se propone implementar estrategias de formación continua que potencien la creatividad, la innovación y la capacidad de identificar oportunidades de desarrollo; para ello, pueden promoverse concursos de ideas de negocio, ferias de emprendimiento, incubadoras temáticas y alianzas con universidades o centros de innovación que contribuyan a transformar las ideas en proyectos viables y sostenibles, en coherencia con el potencial productivo y cultural del distrito; estas acciones permitirán que los

emprendedores fortalezcan su visión, desarrollen nuevas competencias y generen un impacto positivo en el entorno económico y social.

4. En relación con la pasión emprendedora, se recomienda establecer mecanismos de soporte emocional y motivacional a través de redes de mentoría, acompañamiento psicoempresarial y reconocimiento público al esfuerzo emprendedor; dichas acciones deben orientarse a fortalecer la perseverancia, el compromiso y la autoestima de los emprendedores frente a los retos del entorno, promoviendo la confianza en sus capacidades y la resiliencia ante la adversidad; asimismo, se sugiere fomentar espacios de encuentro y colaboración entre emprendedores experimentados y nuevos, creando redes de aprendizaje mutuo que contribuyan a consolidar una cultura empresarial innovadora, solidaria y competitiva, en la que el trabajo conjunto se convierta en motor de desarrollo y sostenibilidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, L. (2021). Contexto sociocultural en el espíritu emprendedor de estudiantes de Quinto año de Instituciones Educativas Secundarias, Trujillo, 2020. *Tesis doctoral*. Universidad César Vallejo, Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/69451>
- Borras, F., & Fernández, A. (2017). *El emprendimiento: una aproximación internacional al desarrollo económico*. España: Ediciones Universidad Cantabria.
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica* (Decimo novena ed.). Lima: San Marcos E I R.
- Chambe, I. (2019). Actitud hacia el emprendimiento y su relación con las competencias genéricas de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la UNJBG, Tacna, 2017. *Tesis de titulación*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/3781>
- Conexión ESAN. (31 de Octubre de 2016). *El macroentorno y su influencia en las empresas*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-macroentorno-y-su-influencia-en-las-empresas>
- Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón, O. (2017). Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *MASKANA*, 2(2), 17-37.

- Dapino, F. (2021). Factores psicológicos y la intención emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Privada de Tacna, 2020. *Tesis de titulación*. Universidad Privada de Tacna, Tacna. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12969/1896>
- García, J. (2020). Factores psicosociales y capacidad emprendedora en empresarios de la ciudad de Piura, 2019. *Tesis de maestría*. Universidad César Vallejo, Piura. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46522>
- Gomero, N. (2015). Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico. *Quipukamayoc*, 23(43), 29-39. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v23i43.11597>
- Gómez, M. (2019). *La mentalidad emprendedora: El emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Gómez, M. (2020). *Metodología y técnica de la investigación*. México D.F.: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Qumis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. Alicante: Editorial Área de Innovaciones y Desarrollo, S.L. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=y3NKDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Huancapaza, R. (2021). Factores asociados al temprano fracaso de los emprendimientos. *Revista Científica de la Facultad de Ciencias Empresariales*, 8(1), 43-52. Obtenido de <https://revistas.upt.edu.pe/ojs/index.php/ce/article/view/646/645>
- Huarca, K., & Aro, S. (2022). Factores que se relacionan en el espíritu emprendedor para desarrollar negocios en los estudiantes de la Universidad José Carlos

- Mariátegui, Escuela Profesional de Comercial, Post Pandemia año 2021. *Tesis de titulación*. Universidad José Carlos Mariátegui, Moquegua. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12819/1640>
- López, P., & Fachelli, S. (2016). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Luna, A. (2019). *Administración estratégica*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Mendez, J. (2019). *Factores socioculturales que influyen en emprendimientos sostenibles*. Artículo de investigación, Universidad Militar Nueva Granada, Colombia.
- Morán, I., & Macías, K. (2017). Incidencia del género en el emprendimiento de microempresas en Petrillo del Cantón Nobol, año 2016. *Tesis de titulación*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16423>
- Navarrete, A. (2019). Un modelo logit para determinar la propensión emprendora de los empresarios en la provincia de Tungurahua. *Tesis de titulación*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29424>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ortiz, S. (2020). *Formación emprendedora universitaria: más allá de los mitos. Emprendimiento con sentido de propósito*. México: Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey.
- Quineche, Y. (2018). *La gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector producción - rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018*.

Tesis de grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Lima.

Rentería, E. (2019). *Psicología organizacional y del trabajo: Coexistencia de realidades e implicaciones disciplinares y para las personas*. Cali: Universidad del Valle.

Reyna, S. (2019). Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en los jóvenes del Centro de innovación tecnológico del cuero y calzado de Trujillo, 2018. *Tesis de titulación*. Universidad César Vallejo, Trujillo. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/91197>

Rodríguez, Y. (2019). Factores socioculturales que influyen en emprendimientos sostenibles. *Artículo de investigación*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/286064654.pdf>

Sainz, J. (2020). *Emprendimiento en la práctica: cómo las amenazas permiten reinventarse*. Madrid: ESIC.

Sánchez, B. (2019). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. *Quipukamayo*, 13(25), 127-131. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>

Saona, M. (2021). *Emprendimiento e informalidad en los comerciantes del Emporio Comercial Albarracín de la ciudad de Trujillo, 2021*. Tesis de grado, Universidad César Vallejo, Trujillo.

Schnarch, A. (2020). *Marketing para emprender*. Bogotá: Ediciones de la U.

Terol, C., & Vázquez, C. (2022). *Introducción a la psicología social y los procesos psicosociales*. Madrid: Universitat Miguel Hernández.

Topa, G. (2022). *Psicología de las organizaciones*. Madrid: Manuales Psicología.

USIL. (2017). *Manual de emprendedores : emprendedores formando emprendedores*. Lima: Centro de Emprendimiento.

## ANEXOS

### Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: “INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MYPES DEL DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, TACNA – 2024”			
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<b>GENERAL:</b> ¿Cómo influyen los factores socioculturales en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?	<b>GENERAL:</b> Determinar la influencia de los factores socioculturales en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.	<b>GENERAL:</b> Los factores socioculturales influyen significativamente en el emprendimiento de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.	<b>X:</b> Factores socioculturales  Dimensiones: X1: Factores internos. X2: Factores externos.
<b>ESPECÍFICOS:</b> A) ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?  B) ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?  C) ¿Cuál es la influencia de los factores socioculturales en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024?	<b>ESPECÍFICOS:</b> A) Analizar la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. B) Examinar la influencia de los factores socioculturales en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. C) Evaluar la influencia de los factores socioculturales en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.	<b>ESPECÍFICOS:</b> A) Los factores socioculturales influyen significativamente en el comportamiento emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. B) Los factores socioculturales influyen significativamente en el espíritu emprendedor de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024. C) Los factores socioculturales influyen significativamente en la pasión emprendedora de las Mypes del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2024.	<b>Y:</b> Emprendimiento  Dimensiones: Y1: Comportamiento emprendedor Y2: Espíritu emprendedor Y3: Pasión emprendedora
TIPO / NIVEL / DISEÑO	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental – transversal.	Población: 300 Mypes Muestra: 169 Mypes	Técnicas: Encuesta	Instrumentos: Cuestionario
<b>Objetivo ODS: Trabajo decente y crecimiento económico</b>			

## Anexo 02: Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO

Instrucciones: Marque con una “X” la alternativa que más represente su nivel de acuerdo con cada afirmación.

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

Ítems		1	2	3	4	5
<b>VARIABLE FACTORES SOCIOCULTURALES</b>						
<b>Dimensión: Factores internos</b>						
1	He adquirido conocimientos y valores que influyen en mi forma de emprender.					
2	La educación que recibí en mi entorno familiar impulsa mis decisiones empresariales.					
3	La cultura de esfuerzo y trabajo en mi familia me motiva a seguir con mi negocio.					
4	Las costumbres heredadas han influido en el tipo de negocio que manejo.					
5	El idioma y tradiciones de mi comunidad fortalecen mi identidad como emprendedor.					
6	Mi formación cultural ha sido clave para afrontar retos en mi negocio.					
<b>Dimensión: Factores externos</b>						
7	Las políticas públicas locales impactan directamente en mi actividad empresarial.					
8	Las redes sociales y medios influyen en mis decisiones como emprendedor.					
9	Las normas y tradiciones de la comunidad afectan cómo gestiono mi empresa.					
10	El entorno cultural del distrito influye en el comportamiento de mis clientes.					
11	La tecnología y su uso en la comunidad influye en mis decisiones empresariales.					
12	Las expectativas sociales sobre el éxito afectan mis metas empresariales.					
<b>VARIABLE EMPRENDIMIENTO</b>						
<b>Dimensión: Comportamiento emprendedor</b>						
13	Estoy dispuesto a asumir riesgos para hacer crecer mi negocio.					
14	Poseo conocimientos suficientes sobre el mercado donde opero.					
15	Conozco bien a mis clientes y sus necesidades.					
16	Tengo habilidades para liderar mi empresa con éxito.					
17	Tiendo a innovar en los productos o servicios que ofrezco.					

18	Planifico con anticipación las decisiones importantes de mi negocio.					
<b>Dimensión: Espíritu emprendedor</b>						
19	Identifico nuevas necesidades en el mercado local.					
20	Soy capaz de detectar oportunidades de negocio en el entorno.					
21	Tengo iniciativa para emprender incluso cuando hay incertidumbre.					
22	El deseo de independencia económica me impulsa a seguir emprendiendo.					
<b>Dimensión: Pasión emprendedora</b>						
23	Me esfuerzo por superar a la competencia constantemente.					
24	Busco mejorar constantemente la calidad de mis productos o servicios.					
25	Siento entusiasmo y energía cada vez que trabajo en mi empresa.					
26	Me motiva desarrollar ideas innovadoras en mi negocio.					

Gracias por su colaboración.

### Anexo 03: Base de datos

N°	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
1	5	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4
2	3	5	5	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	5	3	4	3	5	4	3
3	4	3	4	2	5	3	2	3	4	3	5	3	2	3	3	3	5	3	4	5	3	4	3	4	4	5
4	4	3	2	5	5	4	5	3	3	3	2	2	3	4	2	4	3	3	4	5	3	4	4	5	3	3
5	5	3	4	2	3	5	3	2	3	1	3	5	4	3	4	2	1	3	5	3	4	3	5	4	5	3
6	3	5	4	3	3	3	2	5	5	3	3	1	5	4	1	3	2	4	5	2	3	5	5	4	4	3
7	1	4	4	4	5	3	3	4	5	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	5	5	2	4	4
8	4	5	3	1	5	5	4	2	1	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	1	5	4	5	4	5	3
9	3	3	3	3	3	5	2	3	5	2	3	3	3	2	5	3	4	2	3	5	5	3	5	2	4	3
10	4	3	4	4	2	3	3	2	4	2	2	2	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	2	4	3	4
11	4	4	5	5	5	4	2	3	3	5	2	2	3	5	3	5	3	4	5	3	4	5	3	3	5	5
12	4	3	5	5	3	3	3	3	4	1	4	2	3	4	3	2	3	3	2	5	1	5	5	3	5	3
13	1	2	3	2	4	5	4	4	3	3	3	5	1	4	2	1	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4
14	4	4	5	5	4	3	5	4	5	2	1	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3
15	4	3	3	3	2	5	3	2	3	4	2	4	2	2	1	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	2
16	5	3	3	4	2	4	4	5	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	5	3	4	4	5	5	5
17	4	3	4	2	3	5	4	3	4	2	3	4	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	4	2	5	3
18	3	3	4	5	4	4	4	4	2	2	4	3	5	3	5	5	3	3	5	3	5	4	5	3	3	5
19	3	3	4	4	1	4	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	5	5
20	4	5	3	3	4	1	4	4	3	4	4	2	4	4	5	4	3	5	5	3	5	3	3	5	5	5
21	5	5	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	3	3	3	5	4
22	2	5	4	4	3	4	2	4	2	3	4	4	2	5	5	3	5	3	5	4	5	2	5	5	2	2
23	4	5	2	5	4	4	3	3	4	3	3	2	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5
24	5	1	3	4	4	2	4	5	3	4	3	3	5	3	4	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5
25	5	4	1	4	5	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	3
26	4	4	4	4	1	3	1	3	4	3	2	4	2	2	1	2	5	3	4	3	4	4	4	3	5	4
27	4	5	3	3	4	3	2	4	3	5	5	2	3	4	4	2	3	2	5	2	5	5	5	3	5	4
28	5	3	3	3	5	4	3	1	5	1	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	4
29	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	2	3	4	2	4	3	5	3	2	5	4	4	1
30	4	2	4	3	3	2	1	4	3	3	4	2	2	3	3	5	2	4	4	4	3	3	4	3	5	2
31	2	5	3	5	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	3	4	3	3	4	1	5	2	3	5	5
32	5	5	2	5	4	5	5	2	1	4	3	3	5	5	3	4	3	3	4	4	3	5	3	5	5	3
33	4	3	3	3	4	2	3	3	5	4	4	2	1	3	3	4	3	4	5	2	5	4	4	5	4	5
34	4	2	4	5	3	3	2	3	2	4	1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	5
35	2	4	3	2	5	3	2	1	1	1	1	3	2	4	1	3	2	1	2	3	2	1	4	2	1	4
36	3	2	3	2	4	4	1	1	3	2	4	4	5	2	3	3	2	3	2	5	4	2	2	4	3	5
37	4	5	1	4	4	4	2	2	3	4	2	1	2	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	3
38	4	3	3	4	4	1	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4	5	3	5	4
39	1	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	1	3	2	1	1	2	3	2	3	4
40	3	3	4	5	4	3	4	4	5	5	2	3	4	3	5	4	4	3	3	5	3	4	4	4	5	5
41	1	3	2	3	3	5	3	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3
42	3	4	3	4	3	3	3	4	5	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	1	1	4	5	5
43	2	2	1	3	4	5	4	5	2	3	1	4	2	4	2	3	3	4	5	2	1	4	5	4	5	2
44	4	5	4	4	3	4	3	2	2	2	2	5	3	3	3	3	2	3	5	4	5	5	4	2	3	5
45	5	3	4	3	5	4	2	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	2	4
46	3	4	4	3	3	5	1	4	5	4	2	2	3	4	5	3	5	4	4	4	5	4	2	5	4	5
47	3	2	1	4	4	4	3	3	5	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4	5	5	2	5	4	2	3
48	5	5	1	1	4	3	2	2	3	3	2	1	4	1	3	3	4	3	1	1	2	3	1	3	5	4
49	3	3	2	5	2	3	5	2	3	1	4	3	4	3	4	3	3	1	4	4	4	2	3	4	4	4
50	4	4	3	3	5	1	1	2	2	3	1	3	1	3	4	4	5	4	3	3	3	4	2	5	1	3

Nº	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
51	5	5	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	4
52	3	4	4	3	3	5	2	2	4	3	2	3	4	5	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3
53	5	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	5
54	4	2	2	4	4	4	3	1	3	3	2	3	4	2	3	4	2	3	5	2	4	3	3	5	5	2
55	5	4	4	3	4	5	4	4	4	2	1	4	4	3	5	3	5	2	3	5	5	3	3	5	5	5
56	5	4	3	4	4	3	2	2	3	4	2	5	3	3	3	4	3	4	4	2	5	5	5	5	4	4
57	3	4	4	4	2	3	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	2	2	5	4	5	5	4	5	5	5
58	2	4	1	2	3	4	5	2	5	3	2	3	2	2	5	4	3	2	4	4	5	3	3	4	3	5
59	4	3	4	4	4	3	3	3	2	5	3	1	2	1	2	3	2	4	5	5	2	5	4	4	4	4
60	5	4	2	1	3	2	1	3	2	4	3	2	3	2	5	3	5	3	3	1	3	3	2	5	1	4
61	3	3	4	5	3	3	2	2	1	3	4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3
62	4	5	4	3	3	5	1	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	5	3	2	3
63	3	4	3	1	3	3	3	2	5	4	2	2	5	3	3	3	1	3	3	4	3	2	4	2	5	3
64	3	3	1	4	5	3	3	1	4	3	4	3	5	2	3	3	4	2	3	3	3	4	3	5	5	4
65	3	2	4	3	4	4	3	1	3	4	3	4	3	4	4	5	4	2	3	5	5	4	2	4	4	4
66	3	1	3	1	3	4	1	3	4	4	2	4	3	3	2	1	5	2	3	1	4	5	3	5	4	1
67	3	5	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	3	4	4	2	3	5	2	4	4	3	5	4	5	5
68	3	5	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	2	5	4	5	5	5	5	4	2	5
69	4	4	2	2	4	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	2	5	3	4
70	3	1	4	4	5	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	5	4	3	5	3	4	2	5	3
71	3	4	5	5	4	4	2	1	3	3	1	2	4	4	1	5	1	4	3	2	3	3	3	5	3	4
72	3	4	3	3	4	4	1	2	3	5	3	4	5	3	4	4	2	3	5	1	5	5	4	5	3	4
73	3	4	5	4	1	3	1	2	2	4	4	2	4	5	2	4	1	2	2	3	3	5	5	3	4	2
74	4	3	2	5	4	1	3	4	3	2	1	3	3	3	1	5	2	3	4	3	4	3	3	4	2	4
75	4	5	5	3	4	5	2	4	5	4	1	3	4	3	4	4	3	3	3	5	5	4	3	5	4	4
76	5	3	1	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	5	2	3	4	3	3	1	5	3	2	4	5	4
77	3	5	5	4	3	5	3	4	3	3	3	1	3	3	5	3	3	4	4	3	5	2	4	3	5	3
78	4	4	4	3	5	2	3	3	2	3	1	2	3	4	3	5	4	4	5	4	2	2	4	4	5	3
79	4	4	3	2	2	5	2	4	2	1	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	3	5	3	4
80	2	4	4	1	4	4	3	2	2	4	4	2	3	3	3	5	5	2	3	3	4	3	5	4	2	4
81	5	4	3	3	4	5	2	3	3	2	4	2	2	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3
82	5	4	3	4	3	4	3	4	3	1	4	3	1	4	4	4	2	4	2	2	4	5	5	5	3	4
83	4	2	3	2	4	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	1	5	4	2	5	4	1	4	4	3	4
84	4	3	2	5	5	4	1	3	3	5	4	4	3	5	3	5	3	4	5	2	3	4	2	4	5	4
85	4	3	5	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	2	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	4
86	2	4	4	2	4	5	4	2	4	2	3	1	5	3	3	4	2	2	3	2	3	4	4	3	4	3
87	2	5	4	3	2	4	2	5	2	2	4	4	5	3	3	4	3	3	4	1	5	3	5	4	3	4
88	5	3	2	4	3	5	3	2	2	3	4	1	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	5	3	2	3
89	3	2	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3
90	4	5	2	4	2	3	2	4	3	3	2	4	4	1	4	5	4	3	1	3	1	5	5	4	4	4
91	1	4	4	5	4	3	4	4	2	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	2	2
92	3	5	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	4	5	2	3	1	4	5	5	4	4	4	2
93	4	4	5	3	4	4	4	3	2	3	2	5	2	4	5	3	5	3	4	2	5	5	4	3	5	4
94	4	4	5	5	3	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3	4	5	3	3	3	2	4	3	4	5
95	4	4	4	3	4	3	5	3	5	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	2	4	5	3	3
96	2	3	4	3	2	5	3	5	2	4	3	3	3	4	4	2	3	4	2	3	2	3	3	5	1	3
97	3	5	3	5	4	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	1	5	2	5	3	3	3	4	3	5
98	1	5	2	4	2	1	2	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	4	1	3	3	2	4	3	3
99	4	3	3	3	2	4	4	2	1	5	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	5	3	5	4
100	5	4	5	3	3	5	3	2	3	1	1	2	3	3	3	3	5	2	5	4	1	5	3	3	1	3

N°	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
101	1	4	2	1	4	3	2	5	2	2	2	4	2	4	3	2	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3
102	3	4	3	3	3	5	2	3	1	2	3	3	3	2	4	2	2	3	4	2	2	4	4	5	4	2
103	5	4	3	3	4	3	5	3	2	2	2	4	5	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4
104	1	5	3	4	4	5	3	1	2	3	3	3	2	5	3	4	2	3	4	4	4	2	5	4	5	3
105	4	1	4	4	3	5	5	3	5	4	3	2	4	2	4	2	4	5	3	5	4	5	4	4	5	3
106	3	3	4	5	3	3	2	2	1	5	1	4	4	3	3	5	2	3	4	5	2	3	3	4	5	4
107	3	5	2	2	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	3	2	3	4	2	5	3
108	3	3	2	4	4	5	1	2	5	1	3	2	3	1	2	1	4	5	4	3	2	3	1	4	4	4
109	4	3	2	3	5	4	2	4	3	4	3	3	3	5	5	4	2	3	3	2	2	5	5	2	3	5
110	4	2	5	3	5	3	3	3	3	1	2	1	3	3	4	1	1	3	5	3	1	3	3	4	5	2
111	3	5	3	5	5	4	3	5	5	2	4	3	3	3	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5
112	2	3	3	2	4	4	1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	2
113	4	1	5	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	3	5	3	4	1	4	5	2	4	5	4	4	4
114	4	1	4	3	4	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	5	3	2	4	3	5	3	4	4	3	3
115	4	4	3	5	5	4	3	2	1	3	3	5	4	3	5	2	3	4	3	5	4	2	3	2	5	4
116	3	4	3	3	1	4	3	2	3	4	2	2	1	4	3	3	4	3	4	2	4	2	4	5	5	2
117	3	3	4	5	4	1	3	3	2	3	1	4	4	3	5	3	2	2	5	1	4	4	4	3	4	4
118	2	4	3	4	4	5	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	5
119	2	4	4	4	3	1	5	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	1	4	4	3	3
120	3	4	3	4	2	3	3	4	1	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3
121	1	5	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	4	4	5	2	5
122	4	3	4	4	2	4	3	2	4	3	1	4	3	3	2	3	5	3	4	2	3	3	4	4	4	3
123	3	5	4	4	2	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	4	5	1	2	3	5	4	4	4	4	4
124	4	4	4	3	4	1	5	3	2	1	5	3	5	4	2	3	3	2	1	3	4	1	4	3	3	5
125	5	4	3	5	3	3	3	3	2	4	4	2	3	5	3	5	1	2	4	4	3	3	5	4	3	4
126	3	2	3	3	5	2	3	1	3	1	4	5	4	5	2	2	3	5	3	5	2	1	5	5	3	2
127	5	3	3	4	3	5	1	4	3	2	5	5	3	3	3	4	3	5	3	5	5	2	4	5	4	2
128	5	4	4	3	4	2	1	4	2	3	3	5	4	5	2	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3
129	4	2	4	2	4	4	1	1	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	1	3	4	4	3	4	4
130	3	3	5	3	2	5	2	2	3	3	4	3	5	4	3	3	3	1	4	3	2	5	3	2	4	5
131	5	3	1	5	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	1	5	3	1	5	4	5	2	3	5	4
132	3	4	2	5	3	4	3	4	2	3	2	5	5	4	1	3	5	3	3	4	3	3	2	5	2	4
133	4	5	2	4	4	5	3	2	2	2	4	5	2	5	5	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	5
134	5	3	3	3	5	4	2	1	3	3	5	2	3	2	4	3	3	4	5	3	3	3	4	2	4	5
135	4	3	4	2	1	5	4	1	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	4	2	5	5	4	5	4	1
136	4	3	5	5	1	5	4	2	5	2	3	1	3	5	3	2	5	3	4	3	5	1	4	5	3	3
137	3	4	4	3	4	5	3	3	2	2	2	5	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	5
138	5	4	3	3	3	5	2	3	4	2	3	3	3	2	4	4	3	3	5	4	5	3	4	4	5	5
139	3	4	5	4	4	3	4	3	1	4	2	5	5	3	4	2	3	3	5	4	1	4	2	5	5	5
140	2	4	1	3	3	5	3	5	3	3	2	4	3	4	3	4	1	3	3	4	4	5	3	5	3	5
141	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4	4
142	5	3	3	4	3	3	5	5	2	2	2	1	3	1	3	4	3	1	3	4	5	3	4	5	4	3
143	1	4	3	3	4	3	2	1	4	3	1	3	3	4	1	3	2	1	3	1	1	3	3	3	3	3
144	5	2	4	4	5	3	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4
145	2	2	4	3	4	3	4	2	2	2	4	2	4	2	3	2	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3
146	4	4	1	4	4	4	1	3	3	5	4	4	1	3	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	4	2
147	3	4	5	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	4
148	4	3	5	4	5	5	3	4	5	2	2	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	2	5	4	5
149	3	3	4	5	3	3	3	2	5	3	5	5	3	4	5	4	3	3	4	4	5	3	3	4	5	3
150	4	5	5	4	3	5	2	2	3	4	2	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5

N°	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14
151	5	4	3	4	4	2	2	4	2	4	3	3	4	4	4	3	2	2	1	4	4	4	5	5	3	4
152	4	5	2	1	5	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	1	5	3	3	4	5	4	5
153	4	5	3	4	4	2	2	3	1	4	2	2	1	5	3	3	4	3	5	4	2	3	4	4	3	3
154	3	5	2	3	3	4	4	1	3	1	2	2	3	2	2	3	4	2	3	3	2	2	3	1	5	3
155	4	5	4	4	4	4	5	1	3	1	5	4	3	3	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5	3	5
156	3	3	2	2	5	5	2	3	5	3	2	4	3	4	3	4	3	2	3	4	1	4	3	4	4	3
157	4	3	1	1	1	5	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	1	4	1	3	5	3	4	2	4
158	3	3	4	4	2	1	4	5	3	3	2	4	2	3	1	2	4	4	4	2	5	3	4	5	3	5
159	3	2	3	5	5	4	2	2	4	3	2	4	4	3	1	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5
160	3	5	3	5	5	4	2	2	3	4	4	3	3	4	2	4	5	2	5	3	5	2	5	3	4	4
161	3	3	4	5	1	3	2	1	5	3	3	2	5	3	3	4	3	2	3	3	2	4	5	2	3	4
162	4	3	4	3	3	5	3	2	2	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	4	5	3	3	4	5	5
163	3	4	5	2	4	4	3	2	1	3	5	3	3	5	3	3	2	3	4	1	5	4	4	4	3	3
164	5	4	5	4	3	3	5	4	5	3	2	3	3	5	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5
165	2	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	2	3	3	1	4	3	3	3	5	3	4	2	3	4	5
166	4	4	4	5	3	3	5	1	2	3	4	4	5	4	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
167	4	4	3	4	4	5	2	4	3	4	2	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5
168	2	3	1	4	4	5	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3
169	3	2	4	3	1	5	4	4	1	2	1	2	5	3	1	1	3	2	3	2	1	4	1	5	3	3

## Anexo 04: Validación por juicio de expertos

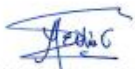
### UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

#### INFLUENCIA DE LOS FACTORES SOCIOCULTURALES EN EL EMPRENDIMIENTO DE LAS MYPES DEL DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, TACNA 2024

Tesis sustentada y aprobada el 23 de octubre del 2025; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :   
Dr. Jesús Amadeo Olivera Cáceres

SECRETARIO :   
Dr. Luis Alberto Rocchetti Herrera

VOCAL :   
Dr. Elard Thamar Salas Valdivia

ASESOR :   
Dr. Elard Thamar Salas Valdivia