



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**EMPRENDIMIENTO Y FINANCIAMIENTO EN LAS
MYPES COMERCIALES– RUBRO LIBRERÍAS DEL
CENTRO DE PIURA, AÑO 2021.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR(A)

VARONA SILVA, MIGUEL JOSUÉ

ORCID: 0000-0003-4560-4855

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Varona Silva, Miguel Josué

ORCID: 0000-0003-4560-4855

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Piura, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias

Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de

Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el motor de vida, por brindarnos la fuerza y paciencia para lograr nuestras metas propuestas. A mis padres por su apoyo incondicional y por sus consejos; a los dueños y administradores de las MYPE Librerías de Piura; y a mi Asesora Dra. Mercedes Palacios de Briceño, a la Universidad Privada Los Ángeles de Chimbote – Filial Piura, por ser un claustro de saber dónde se generan ideas de cambio para ser una sociedad mejor.

DEDICATORIA

A mis padres y familia,
por su apoyo incondicional en el logro de mis metas profesionales
y por sus consejos que me motivan a ser mejor persona y profesional.

RESUMEN

La investigación titulada “Emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.” tuvo como objetivo general, Caracterizar el emprendimiento y el financiamiento de las de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021. Se empleó una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, dirigida a una población de 20 MYPES del rubro librerías, se aplicó la técnica de la encuesta, dirigido a los 20 dueños a quienes se le aplicó dos cuestionarios: uno para la variable emprendimiento con 25 preguntas y un cuestionario para la variable financiamiento con de 14. Los resultados demostraron que las características del emprendimiento de las están dadas porque la mayoría son producto de una idea, un sueño hecho realidad (100%) y el emprendimiento ha sido causado por la ausencia de oportunidades de trabajo (60%). Las dimensiones del emprendimiento, a nivel individuo están dadas porque más de la mitad iniciaron el negocio antes de los 25 años (55%). A nivel entorno desde que inició su negocio, si han incrementado su capital (85%), a nivel de proceso la mayoría de los dueños de las librerías no tienen conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos (65%) y a nivel interno la gran mayoría de dueños de las librerías no iniciaron su negocio solo con sus ahorros (80%). Las fuentes de financiamiento a nivel interno, la mayoría no ha iniciado su negocio solo con sus ahorros (80%) y a nivel externo la gran mayoría a solicitado préstamos a entidades financieras (80%). El tipo de financiamiento es mixto porque la mayoría ha generado suficientes ahorros para sostenerla (70%).

Palabras clave: emprendimiento, financiamiento, MYPE

ABSTRACT

The research entitled "Entrepreneurship and financing of commercial MYPES - bookstores in the center of Piura, year 2021." Its general objective was to characterize the entrepreneurship and financing of commercial MYPES - bookstores in the center of Piura, year 2021. A descriptive level methodology, quantitative type, non-experimental design, cross-sectional, aimed at a population of 20 MYPES of the bookstores category, the survey technique was applied, directed to the 20 owners to whom two questionnaires were applied: one for the entrepreneurship variable with 25 questions and a questionnaire for the financing variable with 14. showed that the characteristics of entrepreneurship are given because most are the product of an idea, a dream come true (100%) and entrepreneurship has been caused by the absence of job opportunities (60%). The dimensions of entrepreneurship, at the individual level, are given because more than half started the business before the age of 25 (55%). At the environmental level since they started their business, if they have increased their capital (85%), at the process level most of the owners of the bookstores are not aware of the profile of the consumers of their products (65%) and internally the The vast majority of bookstore owners did not start their business with their savings alone (80%). The sources of financing internally, most have not started their business with their savings alone (80%) and externally, the vast majority have requested loans from financial institutions (80%). The type of financing is mixed because most have generated enough savings to sustain it (70%).

Keywords: entrepreneurship, financing, MYPE

CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
2.1. Antecedentes	8
2.2. Bases Teóricas.....	25
2.2.1.-El emprendimiento	25
2.2.2.- El financiamiento	31
III. HIPÓTESIS	38
IV. METODOLOGÍA	39
4.1. Diseño de investigación	39
4.2. Población y muestra	40
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.	42

4.4. Técnicas e instrumentos.....	45
4.5. Plan de análisis	45
4.6.-Matriz de consistencia	46
4.7. Principios Éticos	49
V. RESULTADOS	51
5.1. Resultados de Características Demográficas.....	51
5.2. Análisis de resultados.....	91
VI. CONCLUSIONES.....	97
VII. RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
ANEXOS.....	107
ANEXO 1: CUESTIONARIO	107
ANEXO 2: VALIDACIONES.....	112
ANEXO 3: MATRIZ INDICADOR PREGUNTA	136
ANEXO 4: LIBRO DE CODIGOS	139
ANEXO 5: TURNITIN.....	142
ANEXO 6: CONSTANCIA DE NO ADEUDO	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: El inicio de la empresa hecho realidad.....	52
Tabla N° 02: La ausencia de oportunidades como causa de emprendimiento en el rubro de librería	53
Tabla N° 03: Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado....	54
Tabla N° 04. El negocio de librería y las capacidades emprendedoras	55
Tabla N° 05: Capacidad para manejar una empresa cualquiera fuera el rubro...	56
Tabla N° 06: El apoyo familiar el manejo de la empresa	57
Tabla N° 07: Asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa.....	58
Tabla N° 08. Estudio del mercado de librerías en Piura.....	59
Tabla N° 09: Análisis de la oferta y la demanda de la población.....	60
Tabla N° 10: Reconocimiento de una oportunidad de ganancia.....	61
Tabla N° 11: Capital para ampliar su negocio.....	62
Tabla N° 12: Ganancias en el periodo escolar.....	63
Tabla N° 13 Diversificación de productos para no perder el negocio	64
Tabla N° 14. Toma de decisiones sin consultarles a otras personas.....	65
Tabla N° 15: La toma de decisiones previo un análisis previo.....	66
Tabla N° 16: Existencia de ganancias para decidir Invertir.....	67
Tabla N° 17: Estudios sobre negocios o administración de empresas.....	68
Tabla N° 18 : Temor a emprender el negocio de librerías.....	69
Tabla N° 19 : Incremento de capital desde el inicio del negocio.....	70
Tabla N° 20 : Requerimiento de proveedores.....	71
Tabla N° 21: Problemas con la cartera de proveedores.....	72
Tabla N° 22: Considera que ha marcado diferencia con su negocio con respecto a los de la competencia.....	73
Tabla N° 23: Medio de Transporte para sus productos.....	74
Tabla N° 24: Conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos...	75
Tabla N° 25: Reconocimiento de oportunidad de negocio.....	76
Tabla N° 26: Conocimiento de las alzas bajas del Mercado.....	77
Tabla N° 27: Incorporación de nuevos Productos y servicios.....	78

Tabla N° 28: Promoción de producto mediante las redes sociales.....	79
Tabla N° 29: Existe diferenciación entre su negocio y los demás.....	80
Tabla N° 30: Creación de nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio.....	81
Tabla N° 31: Mejora de la calidad del servicio que ofrece.....	82
Tabla N° 32: Inicio emprendedor del negocio con ahorros propios.....	83
Tabla N° 33: Apoyo de familiares para formalizar el negocio de las librerías	84
Tabla N° 34 Reinversión de las ganancias en el negocio.....	85
Tabla N° 35: Sostenimiento del Negocio con los ingresos	86
Tabla N° 36: Endeudamiento para continuar con el negocio.....	87
Tabla N° 37: Prestamos a entidad bancaria para ampliar el negocio.....	88
Tabla N° 38: La rentabilidad de la empresa y el ahorro.....	89
Tabla N° 39: Generación de ahorros para sostener el negocio.....	90

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 : Fuente de información.....	40
Cuadro 2 : Operacionalización de las variables.....	42
Cuadro 3 : Matriz de consistencia	46
Cuadro 4 : Características demográficas	41

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) son actores importantes en el desarrollo productivo y económico del Perú por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Su producción está mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las MYPE en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas.

La economía en el mundo ha dado un vuelco de 360 grados en torno a las características de interrelación financiera y de contactos comerciales, ello gracias al fenómeno de la globalización y al surgimiento y desarrollo de las llamadas TICs.

La falta de acceso al financiamiento de las MYPES es el principal limitante para su desarrollo. Las MYPES tienen necesidad de crédito, pero esas necesidades no se podían estar traduciendo en demanda efectiva de crédito hacia las entidades financieras. Por consiguiente, es posible que lo anterior se deba a las condiciones para acceder a la oferta de crédito bancario. Las necesidades de financiamiento de las micro y pequeñas empresas no se traducen en una demanda efectiva de crédito.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (IEDEP- CCL, 2020) estima que el PBI caería 3,7% para este año por efecto del COVID-19 fundamentado en la contracción de la demanda interna privada. Las

micro y pequeñas empresas (MYPES) ante este nuevo escenario son las más afectadas. El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio han hecho que la demanda de sus productos caiga notoriamente. Las medidas de restricción les impiden contar con la mano de obra necesaria para trabajar con normalidad, lo cual ocasiona un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufacturero y de servicios.

Las MYPES desempeñan un papel central en el desarrollo de la economía nacional. Constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno. Consciente de este desafío, el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las MYPES, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-Mype). La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) flexibilizó el tratamiento de las provisiones que se aplican a los créditos que se otorguen en esos programas. (Diario El Peruano,2020)

Según Bustamante (2017) las MYPE, en su gran mayoría tienen impedimentos al solicitar un crédito en el sistema bancario. Este obstáculo, frena su desarrollo y expansión en el mercado nacional, ya que, al no obtener el dinero necesario para llevar a cabo las operaciones de su empresa, afrontan graves problema de liquidez; y si acceden al crédito, el costo de este es muy alto (debido a que se cobran altas tasas de interés). Ello se explica a qué les aquejan diversos problemas como la falta de títulos de propiedad registrados, la ausencia de información sistemática sobre sus negocios, los altos riesgos de operar con información parcial y la carencia de bienes para el otorgamiento de garantías reales.

Aparte de los obstáculos descritos, se atribuyen otras características a las MYPE que las hacen menos atractivas como sujetos de crédito, ya que obtienen sus recursos principalmente de la reinversión de sus utilidades, no realizan grandes inversiones en activo fijo ni en tecnología, en su mayoría son informales, no poseen experiencia de gestión administrativa, se les considera el sector de mayor riesgo y muchas de ellas no sobrepasan los dos años de operación (Bustamante, 2017)

La baja participación de las empresas de menor tamaño en el crédito al sector privado es un problema que aqueja a todas las economías modernas desde hace muchos años. Las argumentaciones que suelen esgrimirse para explicar esta baja participación son de diversa índole.

Una de las principales se basa en la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de créditos, esencialmente por la insuficiente información con que cuentan los bancos para realizar las evaluaciones de riesgo. La cantidad de recursos canalizados, también se ve influida por el método de selección de beneficiarios predominante; este depende por un lado de la información que se encuentra disponible, y, por el otro, de las características de las entidades que operan en el mercado. La experiencia indica que las empresas pequeñas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento cuando: predominan los bancos públicos, la banca privada es de capital nacional, existen instituciones más chicas y con mayor flexibilidad y se dispone de un banco nacional de desarrollo. (Bustamante, 2017)

La falta de información sobre los proyectos de las empresas, sus ventas, potencialidad de crecimiento y la inexistencia o escasa transparencia de los balances contables, hacen difícil la medición del riesgo de incobrabilidad por parte de las entidades financieras.

En el caso de la ciudad de Piura (Alburqueque, 2019) manifiesta que el rubro de las librerías se ha visto afectado por varios motivos, en primer lugar, las librerías poco a pocos se han ido convirtiendo en centros de abasto de material de escritorio. Los libros ya no son una fuente de inversión ni de financiamiento. El surgimiento del internet con el consiguiente acceso a información y textos en línea ha postrado a las librerías a un reducido campo de acción empresarial, donde esta ha tenido que empezar a vender no solo útiles de escritorio, sino también juguetes, perfumería, etc. Con el tiempo las librerías han dejado la esencia del porque surgieron.

Obviamente esta situación ha implicado también una reducción de sus ingresos, los cuales merman durante la mayor parte del año, solo en los meses de enero a marzo, cuando aumentan sus ventas debido a la afluencia de público que asiste a comprar los útiles de escolares. Es este periodo temporal donde el financiamiento de las librerías se ve incrementado, y de alguna manera compensa los costos y el financiamiento de sus productos que a lo largo del resto del año se ven reducidos.

Ante lo señalado, las librerías optan por emprendimientos novedosos adecuando sus productos de venta a aquello que la población necesita, pero obviamente estos emprendimientos requieren financiamiento, el cual muchas veces no está en sus manos y tienen que recurrir a otras fuentes de financiamiento como los Bancos, las Cajas municipales, etc.

Agregó que en la región Piura existen aproximadamente 45,458 MYPES formales. Piura ocupa el puesto número cuatro, en cuanto a la participación empresarial a nivel nacional y respecto a la participación de las Mypes formales esta es del 3,8% (Alburqueque, 2019)

Estamos ante una crisis sin precedentes, aún con incertidumbre sobre los impactos reales sobre nuestra economía. Sin embargo, estamos ante una gran oportunidad para mejorar el sistema político de nuestro país. Donde es pertinente impulsar la formalización de las MYPES, mejorar la infraestructura, servicios sanitarios, la desigualdad y entre otros. No perdamos la oportunidad a pesar de la adversidad que nos ha tocado vivir y esperemos que, una vez superada de la pandemia las MYPES retomen su dinamismo y el lugar preponderante que ocupan en nuestro desarrollo económico.

La presente investigación proviene de la línea de investigación denominada: Emprendimiento y financiamiento de la MYPE, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración y comprende el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

El problema identificado es: ¿Cuáles son las principales características del emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, año 2021? Así, este problema permite señalar como objetivo: Caracterizar el emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, año 2021.

Los objetivos específicos son (a) Identificar las características del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021, (b) Explicar las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021, (c) Determinar las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021 y (d) Identificar el tipo de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.

Se empleará la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recojo de datos: encuesta, instrumento: cuestionario estructurado que contiene preguntas de escala nominal y ordinal para la variable emprendimiento y financiamiento.

En este contexto surge el interés por el desarrollo de la presente investigación que tiene como eje dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las principales características del emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, año 2021? Para dar respuesta a esta interrogante se formuló como objetivo general: caracterizar el emprendimiento y el financiamiento de las de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021. Como objetivos específicos se desarrolló los siguientes: (a) Identificar las características del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021. (b) Explicar las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021, (c) Determinar las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021 y (d) Identificar el tipo de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.

La presente investigación se justifica en la necesidad que se tiene por conocer la realidad las MYPES, particularmente las referidas a las librerías en la ciudad de Piura. A nivel teórico el estudio servirá para contrastar la teoría que sobre el emprendimiento y el financiamiento existen y de qué manera coincide o se desliga de la realidad piurana; y con ello la investigación aportara información que podrá ser utilizada en estudios futuros.

A nivel práctico, los resultados ayudaran a los investigadores a tener un derrotero para iniciar investigaciones sobre los hallazgos realizados, particularmente sobre cómo se da el financiamiento de las MYPES Librerías, cuales son los obstáculos que tienen para iniciar emprendimientos como una forma de diversificar su línea comercial.

En el ámbito metodológico, el estudio aportara el instrumento de recolección de datos innovadores, pues serán elaborados para esta investigación y contribuirá a que otros investigadores puedan empearlos, ya que este será validado por juicio de expertos y con ello se incrementara los recursos de investigación, siempre y cuando sean aplicados en realidades similares al contexto que hoy se estudia.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Solano (2016) en su tesis “Caracterización del emprendimiento y el financiamiento de las Mypes del sector comercio - rubro compra/venta de ropa para damas - Trujillo, 2014” Plantea la siguiente problemática: ¿Cuáles son las características del emprendimiento y la financiación de las Mypes del Sector Comercio- Rubro Compra y Venta de Ropa para Damas Trujillo, 2014?. Tiene como objetivo general: Determinar las características del emprendimiento y el financiamiento de las Mypes empresas del Sector Comercio-Rubro Compra/Venta De Ropa Para Damas-Trujillo, 2014. Planteo los siguientes objetivos específicos: Describir las características del Emprendimiento y Financiamiento de las Mypes las del Sector Comercio- Rubro Compra y Venta de Ropa para Damas Trujillo 2014. Identificar las características del financiamiento de las Mypes Sector Comercio Rubro Compra/Venta De Ropa Para Damas-Trujillo, 2014. El diseño de la investigación fue no experimental – descriptivo; la población estuvo conformada por 122 MYPE con muestra de 14 MYPE; se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario fue el instrumento.

Los resultados llevaron a las siguientes conclusiones: Tiempo que dedica al rubro, el 71% de la MYPE posee más de tres años, el 21% posee tres años y el 7% posee un año. N° de trabajadores permanentes, el 43% de las MYPES, tienen 3 trabajadores permanentes, y el 36% tienen 2 trabajadores y el 7% solo un trabajador. N° de trabajadores eventuales el 43% de las MYPE tiene 2 trabajadores eventuales el 29% tres trabajadores, el 14% solo un trabajador y el 14% no tiene Trabajadores. Motivo de formación de las MYPE, el 85% de las MYPES se formó para obtener

ganancias y solo el 14% se formó para subsistencia. Tener empresa considera que es una salida laboral, el 60% de las MYPE consideran que sí. Llego a las siguientes conclusiones: Poco más de 2/3 de las MYPE estudiadas se dedican al negocio, por más de tres años. Poco más de 2/3 de las MYPE estudiadas son formales. Poco más de 1/3 de las MYPE estudiadas tienen más de tres trabajadores permanentes y apenas (36%). Tienen dos trabajadores. La mayoría de las MYPE estudiadas se formó para obtener ganancias. Finalmente, de la totalidad de las MYPE estudiada cree que tener empresa es una salida laboral.

Logreira & Bonett (2017) en su tesis titulada: “Financiamiento Privado en las Microempresas del Sector Textil - Confecciones en Barranquilla – Colombia” Tiene como objetivo principal “Analizar el financiamiento privado en las microempresas del sector textil - confecciones en Barranquilla – Colombia”. El enfoque epistemológico es empírico inductivo, bajo un paradigma cuantitativo y método deductivo confirmatorio. A su vez, el diseño de investigación es no experimental de campo, con un tipo de estudio descriptivo, transversal.

Concluyeron que Colombia es un país compuesto en su mayoría por microempresas éstas deberían recibir un mayor apoyo al financiamiento que el que reciben en la actualidad, el cual no representa ni el 2% del total de colocaciones a nivel nacional realizadas por las entidades privadas y es, a su vez, el porcentaje más bajo de todas las modalidades de colocaciones a nivel nacional. Adicional a lo anterior, el microcrédito es considerado el más costoso en el mercado debido a que representa mayores riesgos para las entidades financieras. Estos riesgos son considerados como gastos administrativos a los microempresarios, lo cual constituye

una desventaja para el desarrollo del país ya que estas empresas son las que más recursos requieren para mantener sus empresas en marcha”.

Cantos (2016) en su estudio de investigación titulado: “Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio "José Tipan Niza" del Cantón Santa Elena, periodo 2015”. Se propuso como objetivo general Proponer una estrategia de emprendimiento comunitario mediante el establecimiento de un proyecto que fomente el desarrollo socioeconómico del Barrio “José Tipan Niza” del Cantón Santa Elena. Para ello empleo un enfoque cuantitativo con diseño descriptivo. El autor utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario

En sus conclusiones el autor destaca que los emprendedores poseen capacidades y habilidades obtenidas de manera empírica, se cuenta con el apoyo de líderes barriales y un grupo de personas que son beneficiarias del bono de desarrollo humano que están dispuestos a invertir y gestionar los recursos ineludibles para poner en marcha la estrategia de emprendimiento. La estrategia de emprendimiento comunitario que más se adapta a las capacidades de la comunidad, es el proyecto de Servicio de Catering, existe mucha motivación por parte de la comunidad del Barrio en pertenecer a este proyecto de emprendimiento, cuyo fin será fomentar el desarrollo socioeconómico de los mismos. Las condiciones para acceder al crédito bancario limitan la demanda de este financiamiento a las MIPYMES, debido a que los bancos realizan análisis de riesgo inadecuados; además la legislación existente para que los bancos ofrezcan crédito no tiene un tratamiento especial

Aragón Sánchez, Rubio Bañón, Serna Jiménez, & Chablé Sangeado (2010), en su estudio: “Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MIPYMES de Tabasco”, tuvo como muestra 629 Mipymes a las que se les aplicó un cuestionario y se obtuvieron las siguientes conclusiones: el tamaño explica parcialmente el éxito alcanzado por las MIPYMES. Puede afirmarse que el debate acerca de la influencia del tamaño sobre la competitividad se mantiene abierto. Tradicionalmente, la competitividad se ha venido asociando positivamente a dicha variable, justificándose por los beneficios que representan en las empresas de mayor tamaño las economías de escala, el mayor poder de negociación y solidez de estructuras financieras y la facilidad de acceso a mercados internacionales. Otra conclusión a la que se llegó fue que todos los recursos y capacidades introducidos tienen influencia positiva en la competitividad de la empresa.

La innovación se confirma como una de las ventajas competitivas encontradas como clave del éxito. Asimismo, la necesidad de adaptación a los requerimientos de los clientes debe realizarse prestando especial atención a la calidad del producto o servicio. El que los productos de las MIPYMES certificadas sean mejor aceptados lleva a recomendar una mayor atención a la inversión en aseguramiento de la calidad. Además, se caracterizan por una gestión de los recursos humanos que permite atraer candidatos cualificados, retener y motivar a los actuales empleados y establecer fórmulas para su desarrollo, factor que es clave para su éxito competitivo. También, la ausencia de capacidad en el directivo es una de las principales causas de fracaso en las MIPYMES. La revisión realizada permite afirmar que éstas deben estar dirigidas por personas que se adapten con facilidad a nuevas situaciones, manejen

grandes volúmenes de información, sean capaces de gestionar en entornos inciertos y se orienten a la innovación.

Almanza (2020) en la tesis: “Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnóstico y descripción en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco – Lima”. se propuso como objetivo general Diagnosticar y describir los factores relacionados a la consolidación en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco. El estudio fue del tipo descriptivo, y carácter cualitativo, implemento la metodología Delphi para la recolección de información brindada por un grupo de participantes que formaron una muestra 15 emprendedores.

En sus conclusiones el autor destaca que la mayoría de los emprendedores entrevistados, indican que un factor sumamente importante para consolidarse fue el hecho de que la pasión por lo que hacen los impulse a seguir con su proyecto y sobreponerse a las adversidades que pudieron haber encontrado en el proceso. Este factor cobra suma relevancia cuando el contexto en el cual se desarrolla el emprendimiento no es del todo adecuado; sin embargo, debido a que el emprendedor confía en su proyecto y se encuentra dispuesto a afrontar el sacrificio y empeñarse por sacar adelante su idea de negocio, este tiene mayores probabilidades de perdurar en el tiempo

Lizcano y Rodríguez (2017) en su estudio de investigación titulado: “*Diseño de instrumento para medir la actividad Emprendedora en el contexto venezolano a nivel del área Metropolitana de Caracas*”. Se planteó como objetivo general Diseñar un instrumento que permita medir la actividad emprendedora en el contexto

venezolano a nivel del área Metropolitana de Caracas. El estudio se basó en el enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo explicativo empleando como técnica de investigación la encuesta, a través de la cual se elaboró un cuestionario. En sus conclusiones, primera instancia, se observa que la mayoría de los emprendedores encuestados corresponden al sexo femenino, con edades entre 25 y 34 años; residentes en su mayoría en el Municipio Libertador, esto puede deberse a que este municipio cuenta con la mayor concentración de población. En su mayoría con empresa propia, con estudios de Bachillerato completos, sin relación entre su formación profesional o educativa con el proyecto de emprendimiento llevado a cabo debido principalmente a dificultades en el entorno económico.

La mayoría de los proyectos de emprendimiento tienen entre 1 año y 2 años de funcionamiento, en cuanto al motivo por el cual las personas encuestadas decidieron emprender un negocio, destaca el haber iniciado un negocio por necesidad, esto puede ser atribuido a que actualmente encontrar un trabajo en los campos tradicionales se hace difícil, con lo cual las personas buscan diferentes medios de subsistencia. Además, se justifica en la búsqueda de independencia laboral, sin ataduras de horario ni de jefatura. La actividad emprendedora en el área Metropolitana de Caracas se caracteriza por el desarrollo de negocios de venta de alimentos, víveres, comida rápida, restaurantes, panaderías y venta de dulces; y por último se debe mencionar que los emprendedores consideran que el elemento que favorece al establecimiento y crecimiento de los proyectos de emprendimiento son las dinámicas de mercado interno. Por otra parte, la aplicación de la metodología arrojó como resultado catorce variables significativas que influyen sobre la actividad emprendedora en el área Metropolitana de Caracas; de las cuales, siete (7) de ellas

con carácter significativo en entornos emprendedores estas son: Fin_Banp, Fin_ban, Fin_cse1, Fin_inv, Apo_uni, Apo_incl y Apo_ace1. Es por esto que se concluye que dicho proyecto no abarca todos los factores que permiten medir la actividad emprendedora en el contexto venezolano.

Murillo L. (2015) En su tesis titulada “El Financiamiento, Supervisión, Apoyo y Los Procesos del Sistema Financiero a las MIPYMES” presentada a la Universidad Nacional Autónoma de Honduras Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables Departamento de Banca y Finanzas, arribó a las siguientes conclusiones: El Sector MIPYME se enfrenta a diversos factores que influyen en su acceso al financiero y que a la vez se constituyen en obstáculos para la obtención del mismo, tales como las tasa de interés altas, montos bajos, plazos cortos y la situación económica que afecta los niveles de ingresos de estas empresas. Las MIPYMES no cuentan con la información suficiente acerca de las alternativas existentes para la prestación de servicios financieros orientados a este sector, así mismo desconocen cuáles son las condiciones de crédito y los requisitos establecidos por estas instituciones.

Se puede afirmar que la baja demanda de crédito bancario por parte de las MIPYMES no radica en un problema de necesidad de financiamiento por parte de este sector empresarial, sino que son las condiciones de la oferta de crédito y las características empresariales internas las que hacen que la demanda no sea efectiva. Se concluye que la banca comercial no es una banca especializada en MIPYMES, sino que únicamente tiene un departamento para agilizar los trámites de los servicios prestados a las MIPYMES, y en realidad no dan las ventajas que estas esperan.

Morales (2019) en su tesis titulada: “Propuestas de Mejora del Financiamiento y Rentabilidad de las Mypes Del Sector Servicio, Caso: Salón De Belleza Harlow Salón – Tingo María, 2019” (Tesis de pregrado). Tuvo como objetivo general: identificar la relación que existe entre las propuestas de mejora del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, caso: salón de belleza HARLOW SALON - Tingo María, 2019; esta investigación responde a las diferentes problemáticas que afronta las MYPE especialmente al acceso al financiamiento a las entidades financieras, difícil posicionamiento en el mercado por excesiva competencia, asimismo, la presente investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo de diseño no experimental – transversal; la muestra represento al 100% de la población y se aplicó una encuesta de 12 preguntas obteniéndose lo siguiente: Respecto al financiamiento interno: para el inicio de su operación y desarrollo conto en un 100% de financiamiento con el capital propio como producto de sus ahorros personales esto implica que el financiamiento interno jugo un rol muy importante en la vida de esta empresa.

Respecto al financiamiento externo: 9 para la expansión y desarrollo empresarial especialmente para la compra de activos conto en su 100% con el financiamiento externo especialmente de las entidades financieras. En relación al objetivo general la empresa obtuvo rentabilidad económica por el financiamiento obtenido, estos resultados evidencian que el financiamiento y rentabilidad guardan relación. Finalmente se concluye que la empresa en estudio obtuvo rentabilidad por el financiamiento obtenido, además las variables en estudio guardan relación, y que el financiamiento permite tener una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas

y eficientes operaciones en ese sentido, la empresa escogió el tipo de financiamiento según las etapas de su desarrollo.

Villacres (2017) en la tesis “Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador” se propuso como objetivo el explicar cómo la gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes de la provincia Bolívar del Ecuador; para ello se utilizaron los métodos: observación científica, análisis documental, inductivo – deductivo, análisis y síntesis; así como el método estadístico que se utilizó para la comprobación de la hipótesis de la investigación: La Gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes manufactureras, de la provincia Bolívar, en el Ecuador.

Se ha podido explicar que la gestión eficiente de las mipymes en relación con la Planificación Estratégica, la capacitación del personal y el conocimiento del mercado influye sustancialmente en la competitividad y la supervivencia en un mercado cada vez más competitivo.

Nole (2017) en su estudio de investigación titulado: “*Inclusión social del poblador en el desarrollo de emprendimientos turísticos en el balneario de Máncora – Talara – Piura – 2016*”. Se propuso establecer de qué manera la inclusión social del poblador está considerada en el desarrollo de emprendimientos turísticos en Balneario de Máncora – Talara – Piura – 2016. Aplicando una metodología cuantitativa con diseño descriptivo hizo uso de la encuesta como técnica y como instrumento un cuestionario sobre las variables emprendimiento turístico.

En sus conclusiones el autor manifiesta que en cuanto al desarrollo de emprendimientos turísticos privados, por los resultados obtenidos de las fichas como instrumento de recojo de información aplicadas a estos establecimientos, un 99% de los emprendimientos emplean a sus mismos familiares en un número reducido de trabajadores, debido a que el microempresario solo se preocupa de su propio beneficio dejando de lado el beneficio o desarrollo social de su pueblo, se concluye que no existe inclusión social, unos por desconocimiento de esta actividad y otros porque no están plenamente establecidos como para albergar a un número mayor de trabajadores.

Romero, (2019) desarrollo e estudio titulado “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro librerías, del distrito de Callería, 2016. Tesis ULADECH” que se planteó como objetivo el determinar y describir las principales características del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro librerías del distrito de Callería, 2016. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 11 micro y pequeñas empresas (Mypes) a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta.

El autor en sus conclusiones manifiesta que el 100% de las Mypes tienen entre uno a más de siete años en el rubro empresarial; el 100% son formales, el 72% posee trabajadores permanentes y eventuales; y la formación de las Mypes fue para obtener ganancia. Respecto al financiamiento Finalmente, el 64% recibe financiamiento de terceros; siendo el 86% de entidades bancarias; en el año 2016 el 43% obtuvieron

crédito financiero del Scotiabank y del Banco de la Nación; de los créditos recibidos los créditos fueron a corto plazo; y pagaron tasas de interés mensual entre el 0.25% a 8%, los créditos que obtuvieron fueron entre S/. 5,000 a más de S/. 50,000, el 60% y lo invirtieron en compra de mercaderías.

Garcés, (2016) elaboro la tesis “Caracterización del financiamiento y la competitividad en la micro y pequeña empresa dedicadas al servicio de transporte interprovincial del distrito de Sullana a la ciudad de Piura – 2016” en la cual buscaba describir las principales características del financiamiento y la competitividad en las Mype dedicadas al servicio de transporte inter provincial del distrito de Sullana a la ciudad de Piura-2016. Para ello empleo un enfoque descriptivo, nivel de estudio cuantitativo. La muestra, estuvo dada por 26 representantes legales de las MYPES a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 25 preguntas, utilizándose la técnica de la encuesta.

Tras el análisis de los datos, el autor en sus conclusiones manifiesta que el 73% de las Mypes utilizan financiamiento a largo plazo el 85% necesitan hasta 100,000.00 para asegurar el crecimiento y competitividad, el 85% busca una tasa de interés baja para poder elegir una entidad financiera, el 100% si ha tenido dificultades para cumplir con el pago de los créditos, respecto a la competitividad del 100% considera que en Sullana los clientes son exigentes, el 85% de los empresarios no consideran sencillo encontrar alternativas para el servicio brindado, el 100% considera que tienen control sobre los precios, el 100% considera que no existe un líder absoluto de mercado y el 65% considera que existen competidores y están en crecimiento.

Pican (2017) en su estudio de investigación titulado: *“Determinantes de emprendimiento: un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en MYPE nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú - 2017”*. Tesis presentada en la Universidad Cesar Vallejo (Trujillo - Perú). Tuvo como objetivo general Analizar los determinantes de emprendimiento que favorecen el desarrollo del proceso emprendedor en MYPE nuevas y en crecimiento de la ciudad de Trujillo. Se aplicó una investigación de tipo explicativa de diseño experimental y con corte transversal; la población estuvo conformada por 60 000 emprendedores y 35 especialistas de la ciudad de Trujillo, el tamaño de muestra para los emprendedores es de 382 y fue aplicado a través de un muestreo aleatorio simple, los 35 especialistas fueron tomados a criterio del investigador.

Las conclusiones muestran que conforme avanza el proceso emprendedor se reduce la tasa de actividad emprendedora, los emprendedores potenciales representan el 57%, pero al momento de pasar a la siguiente fase los emprendedores nacientes son el 20% (de 0 a 3 meses de iniciado el negocio), esto continúa descendiendo al punto que los emprendedores nuevos están representados por el 13% (de 3 a 42 meses), y solo el 10% logra establecer un negocio (negocios mayores a 42 meses) esto hace sugerir que la discontinuación de los negocios se da en todos los procesos del desarrollo emprendedor. Se concluyó que el índice de actividad emprendedora en la ciudad de Trujillo es liderado por los emprendedores potenciales con 57%, sin embargo, al momento de iniciar un negocio solo el 20% lo hace, el 13% es emprendedor nuevo y el 10% logra establecer un negocio. Los determinantes internos son aquellos determinantes donde el emprendedor tiene el control o puede decidir

cómo los gestiona, el 57% de emprendedores no cuenta con ningún tipo de asesoría, y los que lo hacen recurren a los amigos y familiares, así mismo solicitan asesoría contable. Los determinantes externos o ecosistema emprendedor son insuficientes para fomentar el desarrollo del emprendimiento en la ciudad de Trujillo, debido a que el entorno financiero es insuficiente, las políticas gubernamentales son regulares, los programas gubernamentales también son regulares, la educación es deficiente, la transferencia tecnológica e Investigación y desarrollo es insuficiente, el acceso a la infraestructura profesional y comercial y el dinamismo y apertura del mercado interno son regulares, el panorama cambia para el acceso a la infraestructura física y las normas sociales y culturales debido a que ambas son suficientes

Vera (2015), en su estudio para optar el título de Licenciada en Administración: “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles escolares del distrito de Santa, año 2013”, tuvo por objetivo determinar las principales características del financiamiento y la competitividad en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles escolares del distrito de Santa, año 2013, la muestra constó de 15 MYPE

Se llegó a las siguientes conclusiones: El 66,7 % de los representantes legales de las Mypes tiene edad entre 35 – 50 años, el 53,3% son de sexo masculino, el 46,7% tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 53,3% son de estado civil conviviente, El 100% ha solicitado y recibido un crédito financiero, el 53,3% solicitó crédito a la entidad financiera Edpyme, el 100% respondieron que el monto de crédito solicitado y recibido fue de S/. 10 001 a más, el 53,3% solicitó 2 veces al año un

crédito financiero, el 80% respondieron que, si volvería a solicitar un crédito financiero, 73,3% han pagado entre 21% a más de tasa de interés por el crédito solicitado, el 100% invirtió el dinero recibido en capital de trabajo, el 100% del financiamiento recibido ha permitido el desarrollo de su empresa. El 66,7% respondieron que cuenta con un plan estratégico, el 80% respondieron que, si conoce el término competitividad, el 86,7% respondieron que cree que su empresa es competitiva, el 100% respondieron que, si conocen a sus principales competidores, el 53,3% respondieron que su empresa es competitiva por los precios bajos de su empresa.

Cárdenas (2020) desarrolló a tesis “Propuesta de mejora del financiamiento y rentabilidad de la MYPE del sector maderero "Machu Picchu wood Perú S.A.C."- Satipo, 2020” con el objetivo de Identificar las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de la MYPE del sector maderero "Machu Picchu Wood Perú S.A.C". – Satipo, 2020, su actividad es la extracción, transformación y comercialización de productos forestales maderables. La investigación es de tipo cuantitativo, nivel de investigación descriptivo y cuyo diseño de investigación es descriptivo no experimental, para el recojo de información se hizo uso de la revisión bibliográfica y documental, como instrumento de recolección de información se utilizó un cuestionario pre estructurado, el cual fue aplicado a la representante legal de la empresa en estudio.

Los resultados respecto a las fuentes de financiamiento demostraron que la empresa para financiar sus actividades utilizó tanto como capital propio provenientes de sus ahorros personales y como también recurrió a las entidades financieras

accediendo a un crédito comercial. Respecto a los tipos de financiamiento: La empresa ha adquirido créditos de tipo comercial a largo plazo y que requiere de garantías y es una condición para obtener un crédito financiero, en lo que respecta a la relación que existe entre el financiamiento y rentabilidad: La encuestada afirma que el financiamiento le permitió obtener utilidades y tiene una influencia directa en la rentabilidad y esto contribuye significativamente en las posibilidades de la empresa

Flores P. y Huamán .C (2015) en su Tesis Gestión de Capital Humano para la competitividad de las Pymes de la Provincia de Huancayo de corte descriptivo correlacional, llega a la conclusión de que la gestión del capital humano tiene una gran influencia en el logro de ventaja competitiva de las Pymes de la Provincia de Huancayo, ya que con este se logra hilar distintas áreas que ayudan al desarrollo de los trabajadores como los empresarios. Asimismo, el proceso de provisión del Capital Humano genera un alto grado de competitividad en la Pymes de Huancayo, ya que como consecuencia de ello se ve el desarrollo de los trabajadores teniendo capacitación que ayudan a un mejor desenvolvimiento en sus labores.

Finalmente, que la gestión del Capital Humano se enfrenta al reto de generar ventaja competitiva, a través de mantener talentos únicos y procesos claramente diferenciables.

Romero, (2018) realizó la tesis “Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE distribuidoras de cerveza de la ciudad de Sullana año 2016” mediante la cual se propuso. Caracterizar el financiamiento y la

competitividad de las MYPE distribuidoras de cerveza de la ciudad de Sullana Año 2016. La investigación fue descriptiva –no experimental, con una muestra de 13MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 30 preguntas

Las conclusiones fueron: El 62% utilizó financiamiento propio para iniciar sus actividades, el 100% sabe cómo acceder al financiamiento formal, el 46% considera que la tasa de interés muy pocas veces es alta, el 62% siempre utiliza financiamiento a corto plazo, el 69% siempre utiliza el financiamiento para capital de trabajo. En cuanto a competitividad se encontró que el 77% está totalmente de acuerdo que existen muchas barreras de entrada, el 38% utiliza el pago adelantado como modalidad de pago de sus clientes, el 100% afirma que el proveedor cumple oportunamente con los plazos de entrega y las cantidades exactas del pedido, el 38% está de acuerdo en que existe un líder absoluto de mercado.

Alcas y Morante (2019) en su estudio de investigación titulado: *“Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de la mujer piurana: caso del proyecto grandes mujeres”*. Tesis presentada en Universidad de Piura (Perú). Tuvo como objetivo general Analizar los factores que influyen en la intención emprendedora de la mujer piurana dirigida a cada una de las mujeres que forman parte del Programa Grandes Mujeres, que intenta explicar la influencia de factores en la intención emprendedora de la mujer piurana. Esta investigación es de corte transversal. El instrumento con el que se recopiló la información fue la encuesta.

Las conclusiones fueron: la mujer piurana está inmersa en un entorno de limitaciones económicas, sociales y profesionales, no impide la capacidad para poder apoyar en el hogar y desde el hogar para la consecución de sus objetivos. La

propuesta de valor de Belcorp permite el desarrollo de la mujer en cuanto a la independencia económica, sin dejar de lado su labor como madre de familia. Las características que resaltan en las mujeres son la comunicación autocrítica e integridad, que es coherente respecto a las competencias que se requieren en la venta directa y posteriormente en la generación de red de contactos para negocios. Existe una relación directa entre la capacidad en cuanto a habilidades, frente a los proyectos que emprenden, como una medida a corto plazo de las necesidades económicas que poseen para atender con la prontitud que mejore el estilo de vida de los suyos.

González, (2017) elaboro la tesis “Características del financiamiento y competitividad de las MYPE del sector comercio, rubro zapaterías en el distrito de Bellavista sector plataforma año 2017” con el objetivo de Determinar las principales características del financiamiento y competitividad de las MYPE, en el sector comercial, rubro zapaterías del distrito de Bellavista, sector plataforma, año 2017. Empleo el enfoque cuantitativo descriptivo, con diseño no experimental de corte transversal. Trabajó con una muestra heterogénea (15 gerentes y 68 clientes) a quienes aplico un cuestionario de 27 preguntas cerradas.

Las conclusiones permitieron conocer que el 80% de las Mype acceden al tipo de financiamiento de crédito bancario, el 73% acceden a las fuentes de financiamiento de línea de crédito en entidades financieras, el 71% accede a las ventajas competitivas de diferenciación por la innovación permanente de productos de calzado. Finalmente se tiene que el 84% de los clientes manifestaron que uno de los factores de la competitividad que aplican las MYPES son estrategia y planificación por la flexibilidad que brindan los clientes internos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1.-El emprendimiento

2.2.1.1. Definición

Según Arroyo (2017) fue en Francia donde surgen los emprendedores y se resalta la función que desempeñan en la economía. Los economistas clásicos y neoclásicos británicos ignoraron en gran medida el papel del emprendimiento y la omisión del rol que cumple el emprendedor en la economía contemporánea puede explicarse por el predominio de sus teorías en la economía actual.

García, (2016) definen el emprendimiento como la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.

Arroyo (2017) es el proceso por el cual se detectan nuevas oportunidades y/o se ponen en marcha acciones encaminadas a detectar oportunidades y/o generar nuevas actividades innovadoras, sean empresas, productos, procesos formas de comercialización o formas de gestión, pudiendo asumir para ello riesgos controlados en situación de incertidumbre”.

A efectos del presente estudio definimos emprendimiento como actividad que realizan los gerentes de las empresas con el fin de llegar al cumplimiento de los objetivos, utilizando todas las herramientas y los recursos a su disposición.

2.2.1.2. Tipos de emprendimiento contemporáneo

En general, las tipologías sobre los tipos de emprendimiento no concuerdan entre sí, ya que consideran diferentes perspectivas para llevarlas a cabo.

Para Aulet (2016) existen dos tipos de emprendimientos:

El primero, **emprendimiento impulsado por la innovación**, se caracteriza por perseguir oportunidades basadas en llevar a los clientes nuevas innovaciones que tienen claras ventajas competitivas y un gran potencial de crecimiento. En este contexto, se entiende innovación como el poder insertar nuevas ideas en el mercado, la técnica o el modelo de negocios.

El segundo, **emprendimiento de pequeñas empresas**, pretende proveer a mercados locales con ideas de negocios bien comprendidas y con ventajas competitivas limitadas

Por otro lado, Guterman (2016) señala que existen dos categorías de emprendimiento más importantes:

1.- La motivación de los emprendedores entendida como la capacidad que tiene una persona para iniciar un negocio a partir de un interés o necesidad (Arroyo 2017)

2. El reconocimiento de oportunidades. Entendida como el aprovechamiento de diversas circunstancias para emprender un negocio o invertir en algo tiempo y dinero. (Arroyo 2017)

En función a la motivación, un gran número de investigadores se han enfocado en la existencia e influencia de factores situacionales (push o pull) en la

motivación de los individuos al momento de comprometerse en actividades emprendedoras. De esta manera, muchos emprendedores pueden ser, literalmente, ‘empujados’ (pushed) hacia el emprendimiento, en contra de sus deseos. En contrapartida, los emprendedores pueden ser ‘impulsados’ (pulled) a la creación de nuevos negocios por factores que son vistos de manera positiva en la mayoría de las sociedades como la exposición a negocios que crean interés y confianza en el ecosistema.

La segunda categoría identificada por Guterman (2016) esta ‘basada en la oportunidad’ (opportunity-based) y ‘basada en la necesidad’ (necessitybased). Secomo que los emprendimientos basados en la necesidad son escogidos solo porque las otras opciones no estaban disponibles o fueron consideradas como insatisfactorias

Thurow, (2017) Propone otra categorización de los tipos de emprendimiento:

- a) **Tecnológico:** se basa en crear empresas a partir de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I). Estas empresas se forman en un contexto universitario o en el interior de una empresa ya existente
- b) **Geográfico:** Son empresas que emergen rápidamente en los países. Estos aprenden rápido los modelos de negocio y tecnología innovadores que llegan del extranjero y los adaptan a su mercado local en función de las necesidades y requisitos de éste.
- c) **Sociológico:** son organizaciones que aplican estrategias de mercado para alcanzar un objetivo social. En lugar de maximizar las participaciones de sus accionistas, el principal objetivo de las empresas sociales es generar beneficios para impulsar sus objetivos sociales o medioambientales.

El primero (tecnológico) trae una nueva tecnología al mercado en forma de nuevos productos o procesos para producir viejos productos. el segundo (geográfico) mueve la tecnología, los productos o los servicios desde un lugar a otro; por lo general, esto significa el desplazamiento de una tecnología desde el primer al tercer mundo y el tercero (sociológico) encuentra un nuevo contexto en el cual vender un viejo producto.

2.2.1.3. Características del emprendimiento

Moya (2017) Analizando las competencias del emprendedor logran establecer a partir de estas las dimensiones que puedan trabajarse para analizar el emprendimiento en estudios académicos. Estos autores destacan las siguientes:

Motivación: La motivación es “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. Así, la motivación es el elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige. El sujeto se plantea un objetivo, utiliza los recursos adecuados y mantiene una determinada conducta, con el propósito de lograr una meta. (Moya,2017)

Autoeficacia: El concepto de autoeficacia ha sido muy utilizado como marco teórico en los estudios sobre el emprendimiento. Hace referencia al juicio personal del individuo sobre sus capacidades para enfrentar determinadas situaciones. Así, las personas tenderían a evitar situaciones de riesgo que consideran superiores a sus habilidades para afrontarlas, mientras que se comprometerán con mayor seguridad en las actividades que se creen capaces de realizar. (Moya,2017)

Reconocimiento de oportunidades: La oportunidad es aquella situación en la que los nuevos productos, servicios, materias primas y métodos organizativos pueden ser introducidos y vendidos en el mercado a un precio superior al coste de producirlos. El reconocimiento de la oportunidad debe ser entendido como un proceso cognitivo a través del cual los individuos concluyen con la identificación de una oportunidad. Incluye tres procesos diferenciados: la percepción (es el reconocimiento por parte de un individuo de la existencia de necesidades de mercado no satisfechas o de recursos infrautilizados que pueden ser distribuidos de una manera más eficiente), el descubrimiento (fase en la que el individuo analiza la oferta actual en términos de recursos-producto o servicio-mercado para indagar sobre nuevos ajustes posibles generados de una forma más eficiente y/o que aporten un valor añadido al mercado) y la creación del concepto de negocio (es el reconocimiento de la mejor solución para satisfacer las necesidades del mercado). (Moya,2017)

Explotación de oportunidades: Materialización organizativa de la idea emprendedora identificada y en la que los recursos y capacidades del emprendimiento creado influyen en su viabilidad técnica y financiera. Se enfoca en factores como rápida capacidad para la toma de decisiones y flexibilidad organizacional a través de los cuales responder a los nuevos mercados y a las oportunidades tecnológicas. (Moya,2017)

Toma de decisiones: Se dice que una decisión se toma bajo incertidumbre cuando no es posible asignar probabilidades a los eventos posibles, es decir, quien toma la decisión no tiene conocimiento sobre ningún estado de la naturaleza del

resultado o sobre los costos que le llevará conseguir la información necesaria evitar la incertidumbre. En estos casos la decisión, además de por criterios políticos y económicos, se ve orientada por la orientación psicológica del decisor. (Moya,2017)

2.2.1.4. Dimensiones del emprendimiento

Ibarra M. &. (2016) citando a Gardner (1985: 6) plantea que la creación de nuevas empresas es un fenómeno multidimensional, cada variable describe sólo una dimensión y no debe ser tomada de forma aislada

Las dimensiones que hace alusión son:

Individuo las características personales tienen una incidencia importante en el comportamiento emprendedor, está asociada a la necesidad de logro, control de locus, propensión a toma de riesgo, experiencia, satisfacción del trabajo, padres empresarios, edad, educación. (Ibarra 2016)

Entorno La dimensión entorno busca identificar elementos que tienen que ver directamente con la viabilidad de los proyectos en un territorio. Se asocia al capital disponible, acceso a proveedores, consumidores, transporte, recursos financieros, instalaciones, habilidades técnicas, entorno, condiciones urbanas, de vida etc. (Ibarra 2016)

Proceso. En esta dimensión se toman en cuenta dos eventos representativos en los emprendedores que son 1) la capacitación y 2) la financiación a través de los concursos. esta dimensión se caracteriza por las oportunidades de negocio, los empresarios, el mercado, mercado de productos y servicios, construcción de redes. (Ibarra 2016)

Organización. La dimensión organización encierra los elementos que dan coherencia al emprendimiento, pues le sustentan todo su accionar, mediante los sistemas que sea capaz de prever el individuo que emprende. Se relaciona con la diferenciación, innovación, cambio de regulación, competencias paralelas, transferencias. (Ibarra, 2016)

2.2.2.- El financiamiento

2.2.2.1. Definición

Según Briceño (2016) se denomina financiamiento al “acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable en lo que respecta a pagos (Briceño, 2016)

Para Torres y Guerrero (2017) el financiamiento consiste en proveer los recursos financieros necesarios para el desarrollo y diligencia de todo proyecto o actividad económica. Siendo dichos recursos obtenidos por esta vía, retribuidos a un tipo de interés ya sea fijo o variable en un determinado periodo establecido.

Para Gómez (2016) el financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de

obligaciones o deudas. El financiamiento se obtiene en los mercados financieros cuya función esencial es la de canalizar fondos de quienes han ahorrado, por gastar menos que su ingreso, hacia aquellos que tienen escasez de dinero, porque desean gastar más que su ingreso.

Para autores como Boscá (2018) el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.

2.2.2.2. Fuentes de financiamiento

Consiste en las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa. Según Briceño (2016) las fuentes de financiamiento pueden pertenecer a distintas clases, distinguiéndose en primera instancia dos opciones:

1. **Financiamiento interno:** se entiende el aporte de los propios dueños de las empresas, producto de sus ahorros, o de los accionistas de una sociedad anónima. La reinversión de los beneficios producidos por la propia empresa se considera una fuente de financiación interna, no tiene vencimientos a corto plazo y tampoco la empresa tendrá costo alguno en la financiación. (Briceño 2016)

2. **Financiamiento externo:** sus fuentes son las más interesantes, puesto que con ellas se introduce el concepto de endeudamiento. Se acude a un financiamiento

externo cuando las empresas no pueden afrontar una inversión mediante sus propios recursos, pero sin embargo el proyecto parece suficientemente rendidor como para justificar el costo de la financiación (es decir, los intereses), y además generar utilidades para la organización. (Briceño, 2016)

Para Vásquez (2016) el financiamiento interno de la empresa es aquel que aportan y desembolsan los socios de ésta. Se trata de un capital que forma parte del patrimonio neto de la empresa y se conoce con el nombre de recursos propios. Un modelo de empresa con financiación exclusivamente interna, es bueno hasta cierto punto, porque por una parte significa que la empresa cuenta con recursos para financiarse sin problema alguno sin existir trabas de liquidez o de solvencia, sin embargo, por otra parte, cuenta con menos socios o accionistas para distribuir su riesgo y no puede manejar una amortización más flexible en los plazos de los pagos a los que tenga que hacer frente.

Ventajas de la financiación interna de la empresa (Vasquez,2016)

La financiación interna de la empresa tiene las siguientes ventajas:

- Permite autofinanciarse y enriquecerse a través de la dotación a reservas.
- Favorece la dotación de pérdidas por deterioro y a la creación de fondos de amortización.
- La tesorería es más solvente.
- No se requiere garantías y avales y, por tanto, hay una mayor independencia.
- Es una fuente de financiación más barata.

- El balance es más estable.

Inconvenientes de la financiación interna de la empresa

Los inconvenientes de la financiación interna de la empresa son pocos, pero podemos destacar los siguientes:

- Los recursos son limitados.
- Los beneficios no repartidos que van a reservas no son deducibles fiscalmente hablando. Al disminuir los dividendos, la rentabilidad de las acciones es menor.

El Financiamiento externo (Vasques,2016) son los medios con los que cuenta una empresa para hacer frente a sus compromisos de pago o para realizar inversiones productivas para un mayor crecimiento del negocio de forma sostenida en el tiempo. El circuito de financiación externo siempre debe estar activo y es aquel que no depende de los recursos propios de la empresa ni de sus reservas. El modelo de negocio ideal es aquel que combina porcentajes de distribución equitativos de financiación interna y de financiación externa.

Un modelo de negocio con elevada financiación externa puede llevar al apalancamiento y al endeudamiento excesivo, además de una dependencia importante en agentes externos cuya solvencia puede ser limitada. A su vez, un modelo único de financiación externa con un porcentaje de distribución del capital en financiación ajena muy elevado, puede traer consigo costes muy importantes debido a que hay que pagar un coste adicional para acceder a esa financiación.

2.2.2.3. Tipos de financiamiento

Para Abella (2017) la forma en que algún negocio logra conseguir capital para emprender sus actividades se la conoce bajo el nombre de financiamiento.

Existen distintos tipos de financiamiento que permiten obtener dicho capital es por esto que se habla de las siguientes formas de financiamientos:

Ahorros personales: aquí se alude a los ahorros, así como también a los recursos personales del individuo, a los que se les puede sumar la tarjeta de crédito. Esta forma de financiamiento suele ser muy frecuente. (Abella, 2017)

Parientes y amigos: estos resultan ser otra fuente privada de la que se vale la empresa para llevar adelante sus negocios. La ventaja que presenta recibir dinero de amigos o parientes es que se logra conseguir dinero con una tasa de interés muy baja o incluso nula. (Abella, 2017)

Empresas de capital de inversión: estas actúan asistiendo a aquellas empresas que estén en etapa de crecimiento a cambio de interés en el negocio o acciones. Uniones de crédito o bancos: estas entidades también suelen ser una fuente muy recurrente. Que requieren tanto los bancos como las uniones de crédito es que el individuo logre justificar de forma satisfactoria la solicitud del dinero. Si es así reciben un cierto monto que después deberán devolver con diversas tasas de interés.

Para Torres (2016) además de los anteriores tipos de financiamiento se puede hablar de financiamiento a corto plazo, que está compuesto por:

Pagaré: este representaría una promesa por escrito donde una de las partes se compromete a devolver la suma de dinero recibida en un determinado período de tiempo. Este instrumento de negociación suele presentar intereses y generalmente surge de la conversión de una cuenta corriente, préstamos en efectivo o venta de

bienes. La desventaja que presenta el pagaré es que pueden tomarse medidas legales sino son pagados. Las ventajas son que se pagan en efectivo y que su seguridad de pago es muy elevada. (Torres, 2016)

Línea de crédito: esta implica una suma de dinero que está siempre disponible en el banco, pero durante un período de tiempo determinado previamente. Las desventajas que presenta esta modalidad es que es limitada a ciertos sectores que resulten altamente solventes y por cada línea de crédito que la empresa utilice se deben pagar intereses. La ventaja es que la empresa cuenta con dinero en efectivo disponible. (Torres, 2016)

Crédito comercial: esto significa la utilización de las cuentas por pagar de la empresa como fuente de recursos y puede incluir las cuentas por cobrar, los gastos a pagar o del financiamiento del inventario. El crédito comercial tiene a favor que es poco costoso y permite la agilización de las operaciones. La desventaja es que en caso de que no se paguen pueden tomarse medidas legales. (Torres, 2016)

Crédito bancario: se obtiene de los bancos, con los cuales se conforman relaciones funcionales. Algunas ventajas que presenta este financiamiento es que los préstamos suelen adaptarse a las necesidades entidad y además las ayuda a estabilizarse en relación al capital en un corto lapso de tiempo. Las desventajas son que la empresa debe ir cancelando tasas pasivas y que los bancos resultan ser demasiados estrictos, por lo que pueden limitar todo aquello que vaya en contra de sus propios intereses. (Torres, 2016)

Acciones: estas representan una participación de capital o de patrimonio del accionista en la organización. Las desventajas que presenta este financiamiento son que presentan un costo de emisión bastante elevado y ocasiona que el control de la

entidad quede diluido. Lo favorable que presenta esta modalidad es que resultan útiles a la hora de adquirir o fusionar empresas. (Torres, 2016)

Bonos: representan un certificado escrito en el cual el deudor se compromete a pagar en un período de tiempo determinado una suma específica de dinero, con sus intereses correspondientes. Esta modalidad resulta fácil de vender, no disminuye el control de los accionistas y mejora la situación de liquidez de la empresa. Antes de invertir en este mercado se debe estar sumamente informado, porque puede resultar riesgoso. Hipoteca: en este caso, la propiedad del deudor queda en manos del acreedor para de esta manera asegurarse que el préstamo será pagado. Esta forma de financiamiento presenta las desventajas de que surjan medidas legales en caso de que no se cumpla con el pago y además el prestamista comienza a tener obligaciones para con terceros.

Las ventajas que presenta una hipoteca son que, en el caso del prestatario, logra no tener pérdidas cuando realiza el préstamo y puede adquirir intereses por la operación. En el caso del prestamista, cuenta con la oportunidad de poseer algún bien. (Torres, 2016)

III. HIPÓTESIS

Según Hernández (2014), las investigaciones de tipo descriptivas intentan predecir un dato o valor en una o más variables que se van a medir u observar. Pero cabe comentar que no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de esta clase o que sean afirmaciones más generales.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El tipo de investigación se ubicó dentro del paradigma cuantitativo no experimental ya que tiene un diseño estructurado y predefinido, la actitud del investigador hacia los sujetos estudiados es neutral y distanciada y porque se trabajó generalmente sobre una muestra representativa del universo estudiado. (Hernández R. F., 2018).

De acuerdo con Hernández R. F. (2018) el nivel de investigación fue descriptivo, transeccional, realizado en un momento y lugar determinado, donde se pudo evaluar los subgrupos de estudio de los cuales se recogió la información, ello permitió que las observaciones no se repitan.

El tipo de diseño que se aplicó en la investigación fue no experimental, ya que la investigación que se realizó es sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trató de estudios en los que no se hacen variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (Hernández R. F., 2018)

Según su prolongación en el tiempo es de corte transversal o longitudinal porque el estudio recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito normalmente es describir variables en un grupo de casos (muestra o población), o bien, determinar cuál es el nivel o modalidad de las variables en un momento dado; Evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo. (Hernández R. F., 2018)

4.2. Población y muestra

Para Hernández (2018) la población es el conjunto completo de individuos que poseen alguna característica común observable que se encuentran delimitados y precisados en el espacio y tiempo. En el caso del presente estudio la población estuvo compuesta por todas las librerías que existe y funcionan en el centro de Piura (Av. Loreto – Av. Sánchez Cerro – Av. Lima – Av. Bolognesi) y ascienden a 20 MYPES.

Según Hernández (2018) la muestra es considerada como un subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo), cuyo estudio sirve para inferir características de toda la población. En el caso de la presente investigación la muestra fue la misma que la población.

Cuadro 1 Fuente de información

Fuente de información	Población	Muestra
N° de MYPE – Librerías	Finita	20
Administradores/Dueños	Finita	20

Elaboración Propia

MYPE	CODIGO	GERENTE/DUEÑO
1	478894351	1
2	478894352	1
3	478894353	1
4	478894354	1
5	478894355	1
6	478894356	1
7	478894357	1
8	478894358	1
9	478894359	1
10	478894360	1

11	478894361	1
12	478894362	1
13	478894363	1
14	478894364	1
15	478894365	1
16	478894366	1
17	478894367	1
18	478894368	1
19	478894369	1
20	478894370	1

Se aplicará un muestro no probabilístico por conveniencia.

Criterios de inclusión

Para las variables del estudio se incluyeron a los dueños de las MYPE del rubro Librerías del Centro de la ciudad de Piura, que se encuentran disponibles.

Criterios de exclusión

Para las variables del estudio se excluyeron a los dueños que no se encuentren disponibles para dar información.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Cuadro 2. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Escala
Emprendimiento	La actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar Un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos (Garcia,2016)	Características del emprendimiento	Motivación	Se operacionalizará sobre el interés de emprender	Nominal
			Autoeficacia	Se operacionalizará a partir del reconocimiento de su capacidad emprendedora	Nominal
			Reconocimiento de oportunidades	Se operacionalizará sobre el conocimiento que tiene sobre el mercado	Nominal
			Explotación de oportunidades	Se operacionalizará sobre la visión que tiene del futuro del negocio y de las oportunidades	Nominal
			Toma de decisiones	Se operacionalizará sobre el criterio que elige para emprender un nuevo negocio	Nominal

		Dimensiones del emprendimiento	individuo	Se operacionalizará sobre el criterio de la información personal del emprendedor	Nominal
			Entorno	Se operacionalizará sobre el criterio los medios, los recursos y logística	
			Proceso	Se operacionalizará sobre el criterio la producción y, mercadeo del producto	Nominal
			Organización	Se operacionalizará sobre el criterio de la estructura del negocio	
Financiamiento	Se denomina financiamiento al acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más	Fuentes de financiamiento	Financiamiento interno Financiamiento externo	Se operacionalizará sobre el conocimiento de los activos que financian el negocio y la deuda que puede generar	Nominal
			Ahorros Línea de crédito		Nominal

	habitual el propio ahorro (Gómez, 2016).	Tipo de Financiamiento	Prestamos bancario Prestamos de amigos Venta de Bienes	Se operacionalizará sobre el conocimiento de donde provienen el dineros el funcionamiento de la	
--	--	------------------------	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de la presente investigación siguiendo a Hernández (2018) se aplicó la técnica de la encuesta. La encuesta es una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. El instrumento fue el cuestionario que un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas, entre las que destacan su administración a grupos o su envío por correo.

4.5. Plan de análisis

Tomando a Hernández (2018) el plan de análisis se estructura a partir de la recopilación de los datos, se tabularon y graficaron ordenándolos de acuerdo con cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleó asimismo el programa Excel y el SPSS versión 24. Luego se realizó el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario) que fue validado con el método juicio del experto.

4.6.-Matriz de consistencia

Cuadro 3: Matriz de consistencia

Título	Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento
Emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021	¿Cuáles son las principales características del emprendimiento y financiamiento de las MYPES comerciales – rubro librerías de la ciudad de Piura, año 2021?	O.G. Caracterizar el emprendimiento y el financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021	Según Hernández (2014) no en todas las investigaciones descriptivas se formulan hipótesis de esta clase o quesean afirmaciones más generales.				Encuesta Cuestionario
		Identificar las características que presenta el emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.	Emprendimiento de las MYPES comerciales	características	Motivación	Impulso a emprender	
					Autoeficacia	Reconocimiento de sus capacidades y habilidades emprendedoras	
Reconocimiento de oportunidades	Análisis de la oferta del mercado y la demanda						

		Explicar las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.			Explotación de oportunidades	Análisis de las oportunidades en función a recursos y oportunidades tecnológicas
					Toma de decisiones	Decisión tomada en base Criterios económicos y sociológicos
				Dimensiones	individuo	Necesidad de logro, control de locus, propensión a toma de riesgo, experiencia, satisfacción del trabajo, padres empresarios, edad, educación
					Entorno	capital disponible, acceso a proveedores, transporte, consumidores, etc.
					Proceso	Oportunidades de negocio, los empresarios, el mercado, mercado de productos y servicios, construcción de redes
					Organización	Diferenciación, innovación, etc.

		<p>Determinar las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.</p> <p>Determinar la importancia del financiamiento de las de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.</p>	Financiamiento de las MYPES comerciales	<p>Fuente de funcionamiento</p> <p>Tipo de financiamiento</p>	<p>Interno</p> <p>Externo</p> <p>Ahorros</p> <p>Línea de crédito</p> <p>Prestamos bancario</p> <p>Prestamos de amigos</p> <p>Venta de Bienes</p>	<p>Elección de la fuente de financiamiento</p> <p>Deuda que puede generar la fuente de financiamiento</p> <p>Conocimiento de donde provienen el dinero el funcionamiento de la librería</p>	
--	--	--	---	---	--	---	--

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios Éticos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicaron los principios establecidos por el Manual de Procedimientos del Comité Institucional de Ética en Investigación.(ULADECH., 2019) Tales como:

Principio de protección a las personas, para la investigación se buscó el consentimiento de la población encuestada, en relación a los propósitos del estudio, para ello se comunicó claramente la finalidad de la investigación, así como también se les informo que cada uno de ellos se pueden retirar en cualquier momento de la investigación sin perjuicio alguno, o también pueden abstenerse de contestar alguna de las preguntas, así mismo se les hizo mención que los datos recolectados quedarán disponibles para futuras investigaciones y/o productos derivados de la investigación.

Principio de beneficencia y no maleficencia, esta investigación por su naturaleza no representa riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador, durante el recojo de información se les informo de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento lo que se buscó es maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

Principio de justicia, se basa en que a todas las personas que participaron de esta investigación se les brindo el mismo trato de respeto, consideración e información de aquello que requieran. Por otro lado, la aplicación de este principio se basa en el hecho que los

resultados del presente estudio estarán a disposición de los participantes, por si tienen interés en aplicarlas a sus negocios o realizar nuevas investigaciones. Esta información se proporcionará según sea requerida a través de correos electrónicos.

Principio de integridad científica, basado en el hecho que la información sobre la identidad de los dueños de las librerías encuestados en la presente investigación fue confidencial y anónimos. Asimismo, se les informo que la información recogida quedará en custodia del investigador por un lapso de cinco años, y solo serán usados exclusivamente para esta investigación.

Principio de libre participación y derecho a estar informado, a través de este principio se solicitó antes del recojo de información el consentimiento informado a cada participante, así mismo se les solicito que hicieran llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad, esta investigación no tuvo como muestra animales, plantas ni se realizó aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectó la biodiversidad como parte del estudio, por ello no se declararon los daños, riesgos o beneficios potenciales que se pueda tener sobre ellos. (Uladech, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados de Características Demográficas

Cuadro 4: Características Demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
<u>Genero</u>		
Masculino	14	70
Femenino	06	30
<u>Tipo de empresa</u>		
EIRL	02	10
SRL	14	70
SA	04	20
<u>Edad del Propietario</u>		
18 a 25	00	00
26 a 45	05	25
46 a 50	11	55
Más de 51 años	03	15
<u>Años en el negocio</u>		
Menos de 05 años	04	20
Hasta 10 años	09	45
Más de 10 años	07	35

En el Cuadro 4 se observa que el 70% de los encuestados pertenecen al género masculino, son empresas de tipo SRL el 70%. Con respecto a la edad del propietario, el 55% tienen edades en el rango de 46 a 50 años, el 15% tienen más de 50 años de edad, la experiencia que tienen en el negocio está dada porque el 45% tienen más de 10 años en el negocio, mientras que el 20% tienen menos de 05 años en el negocio.

Objetivo Especifico N° 01 Identificar las características del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

Tabla N° 01:

Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100
NO	00	00
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

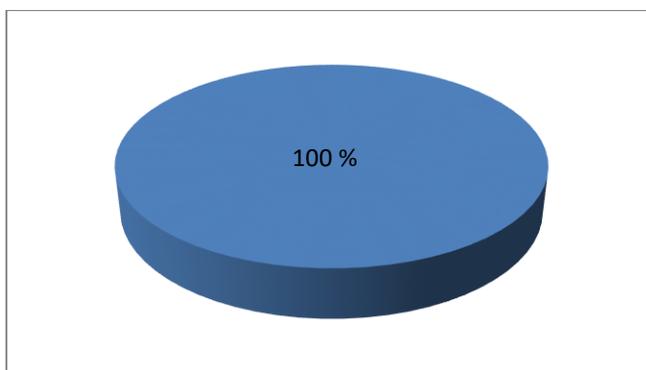


Figura 1: Gráfico circular que representa a "Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad"

En la tabla N° 1 y figura 1 relacionado con el inicio de la empresa hecho realidad; el 100% de los dueños de las librerías manifestaron que su empresa es una idea, un sueño hecha realidad.

Tabla N° 02

“La ausencia de oportunidades de trabajo le llevo a emprender en el rubro de las librerías”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	60
NO	08	40
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

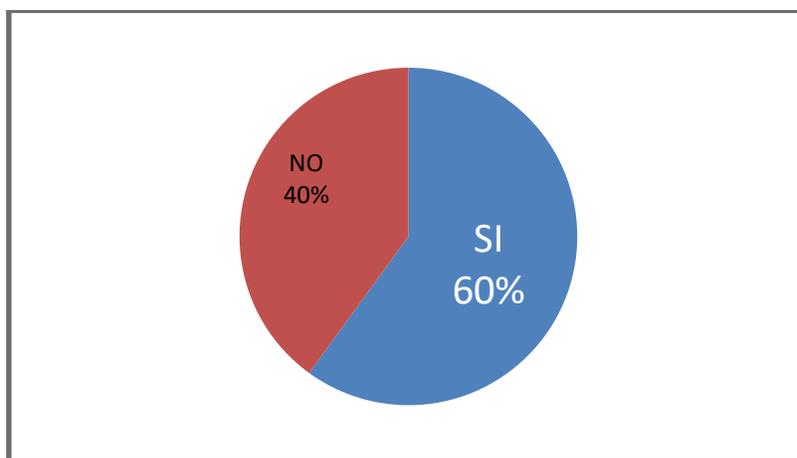


Figura 2: Gráfico circular que representa a “La ausencia de oportunidades d trabajo le llevo a emprender en el rubro de las librerías”

En la tabla N° 2 y figura 2 relacionado con la ausencia de oportunidades como causa de emprendimiento en el rubro de librería; el 60% de los dueños de las librerías manifestaron que la ausencia de oportunidades de trabajo si fue la causa para emprender en el rubro de librerías, mientras que un 40% declaro que su emprendimiento no fue causado por la ausencia de oportunidades.

Tabla N° 03

“Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	09	45
NO	11	55
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

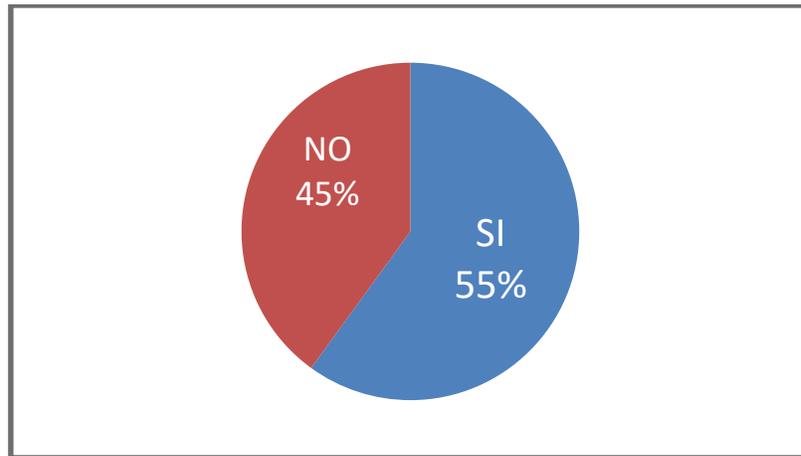


Figura 3: Gráfico circular que representa a “Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado”

En la tabla N° 3 y figura 3 relacionado con el Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado; el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que el Inicio el negocio de librería no se dio a partir de un estudio de mercado, mientras que un 45% declaro que realizaron un estudio de mercado para iniciar el negocio de librerías.

Tabla N° 04

“Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades”

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70
NO	06	30
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

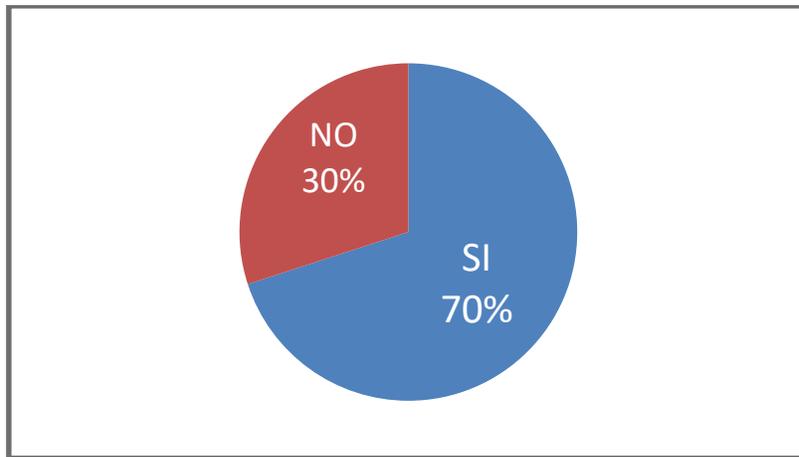


Figura 4: Gráfico circular que representa a “Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades”

En la tabla N° 4 y figura 4 relacionada con el negocio de librería y las capacidades emprendedoras; el 70% de los dueños de las librerías manifestaron que, si se iniciaron en el negocio de librería porque confiaban en sus capacidades, mientras que un 30% declaró que el inicio del negocio de librería no fue debido a la confianza de sus capacidades.

Tabla N° 05:

Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	60
NO	08	40
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

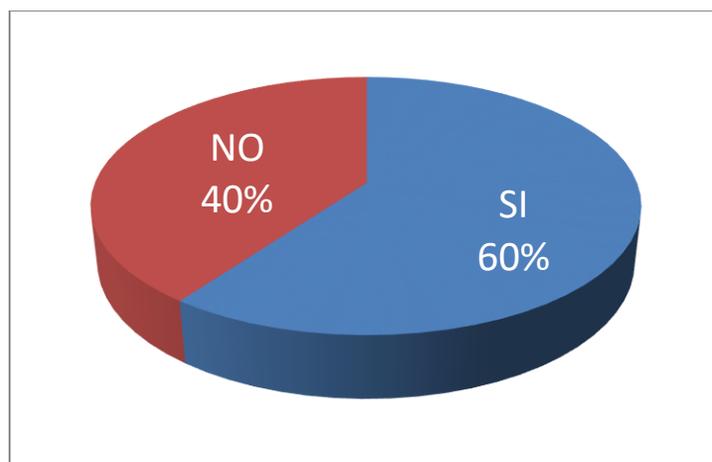


Figura 5: Gráfico circular que representa a “Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa”

En la tabla N° 5 y figura 5 relacionada con el apoyo familiar en el manejo de la empresa el 60% de los dueños de las librerías manifestaron que si se Siente el apoyo familiar en el manejo de la empresa mientras que un 40% declaro que no siente el apoyo familiar.

Tabla N° 06

Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	07	35
NO	13	65
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

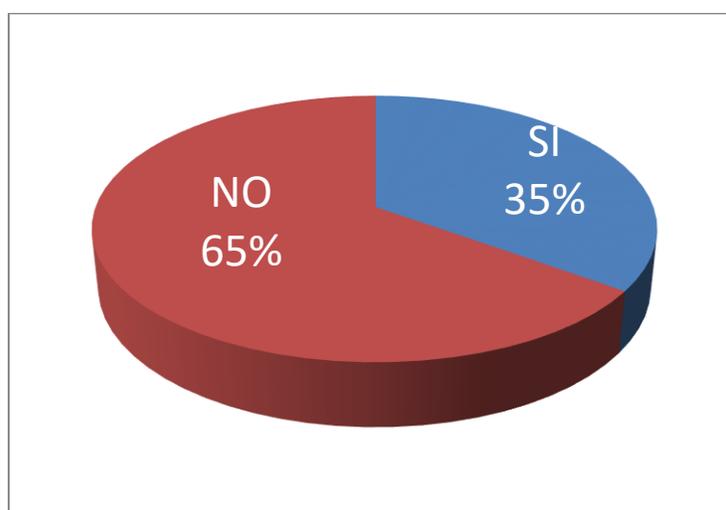


Figura 6: Gráfico circular que representa a “Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa

En la tabla N° 6 y figura 6 relacionada con la Asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa el 65% de los dueños de las librerías manifestaron que no han tenido asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa mientras que un 35% declaro que si ha tenido asesoría y apoyo eterno.

Tabla N° 07

Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	80
NO	04	20
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

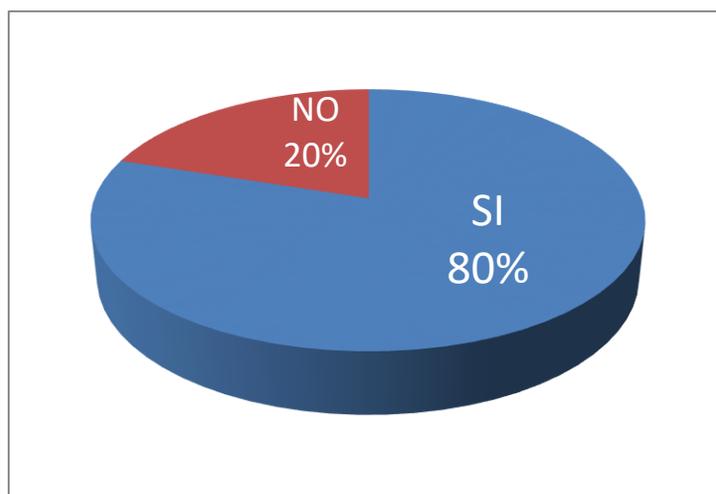


Figura 7: Gráfico circular que representa a “Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población”

En la tabla N° 07 y figura 7 relacionada con el análisis de la oferta y la demanda de la población el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que antes de hacer una inversión si analizan la oferta y la demanda de la población, mientras que un 20% declaro que analizan la oferta y la demanda.

Tabla N° 8

Reconoce una oportunidad de negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	90
NO	02	10
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

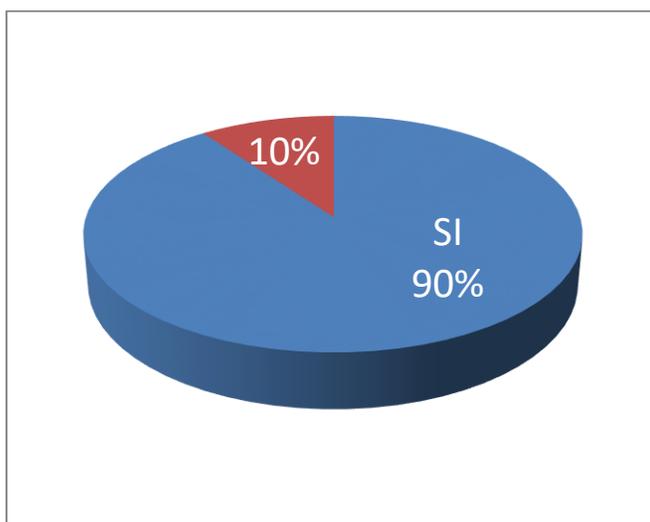


Figura 8: Gráfico circular que representa a “Reconoce una oportunidad de negocio”

En la tabla N° 8 y figura 8 relacionada con el reconocimiento de una oportunidad de ganancia cuando la ve el 90% de los dueños de las librerías manifestaron que sí reconocen una oportunidad de ganancia cuando la ve, mientras que un 10% declaró no saben reconocerla.

Tabla N° 9:

El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95
NO	01	05
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

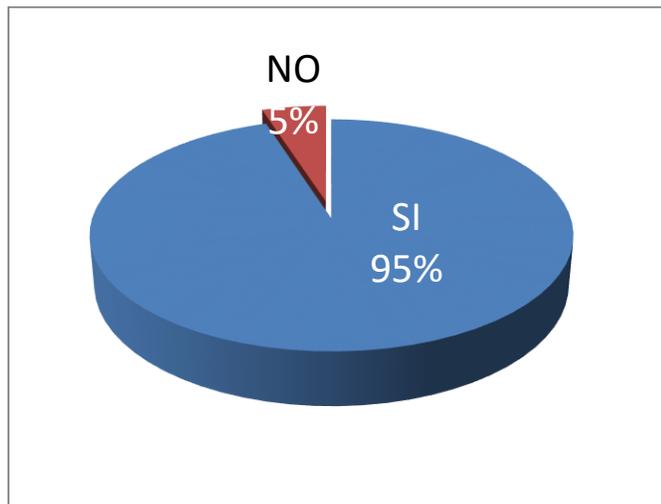


Figura 9: Gráfico circular que representa a “El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias”

En la tabla N° 9 y figura 9 relacionada con ganancias en el periodo escolar el 95% de los dueños de las librerías manifestaron que el periodo escolar es el que más le rinde en ganancias, mientras que un 5% declaró que no tiene muchas ganancias durante el periodo escolar.

Tabla N° 10

Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	75
NO	05	25
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

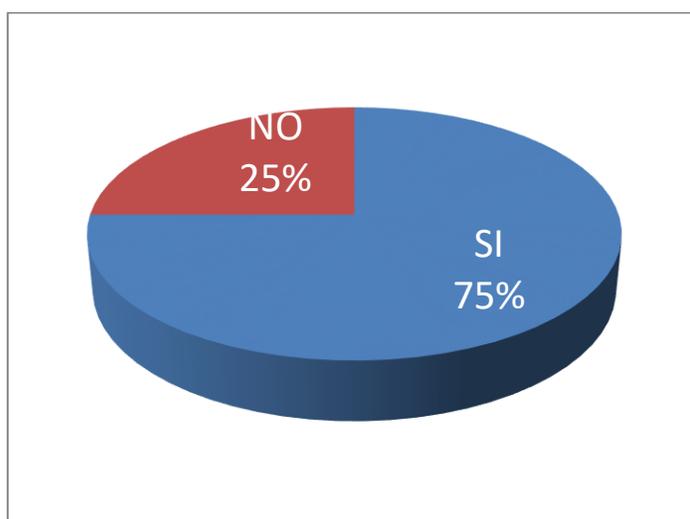


Figura 10: Gráfico circular que representa a “Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio”

En la tabla N° 10 y figura 10 relacionada con la diversificación de productos para no perder el negocio el 75% de los dueños de las librerías manifestaron que, si han tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio, mientras que un 25% declaro que no han tenido que diversificar sus productos.

Tabla N°11:

La toma de decisiones la haces tras un análisis previo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	100
NO	00	00
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías



Figura 11: Gráfico circular que representa a “la toma de decisiones la haces tras un análisis previo”

En la tabla N° 11 y figura 11 relacionada con la toma de decisiones previo un análisis previo el 100% de los dueños de las librerías manifestaron que si suelen tomar de decisiones tras un análisis previo.

Tabla N°12:

Para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85
NO	03	15
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

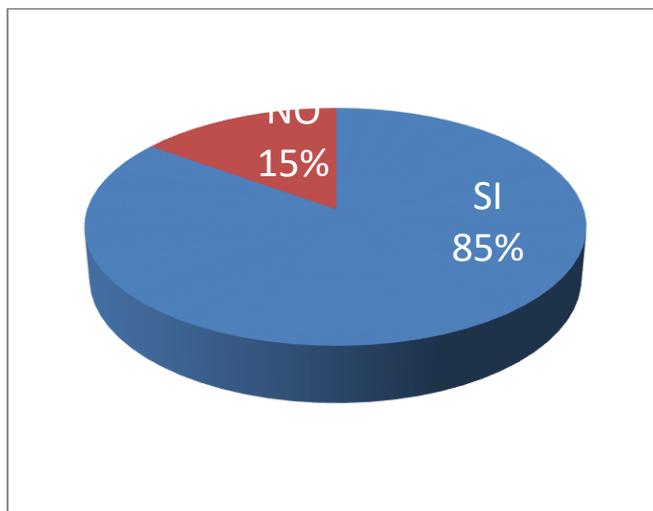


Figura 12: Gráfico circular que representa a “para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión”

En la tabla N° 12 y figura 12 relacionada con la existencia de ganancias para decidir Invertir el 85% de los dueños de las librerías manifestaron para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión mientras que un 15% declaro que para invertir no toma en cuenta que existan o no ganancias.

Objetivo específico N° 02: Explicar las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021.

Tabla N° 13:

A qué edad empezó su emprendimiento empresarial (Antes de los 25 años)

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	09	45
NO	11	55
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

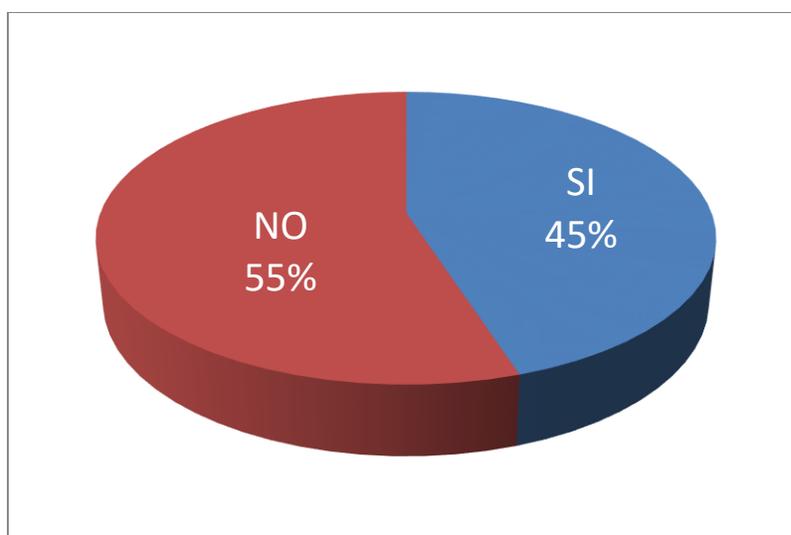


Figura 13: Gráfico circular que representa a “A qué edad empezó su emprendimiento empresarial (Antes de los 25 años)”

En la tabla N° 13 y figura 13 relacionada a la edad que empezó el emprendimiento laboral (antes de los 25 años) el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que no iniciaron antes de los 25 años mientras que un 45% declaró que iniciaron su emprendimiento después de los 25 años.

Tabla N° 14:

Ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	09	45
NO	11	55
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

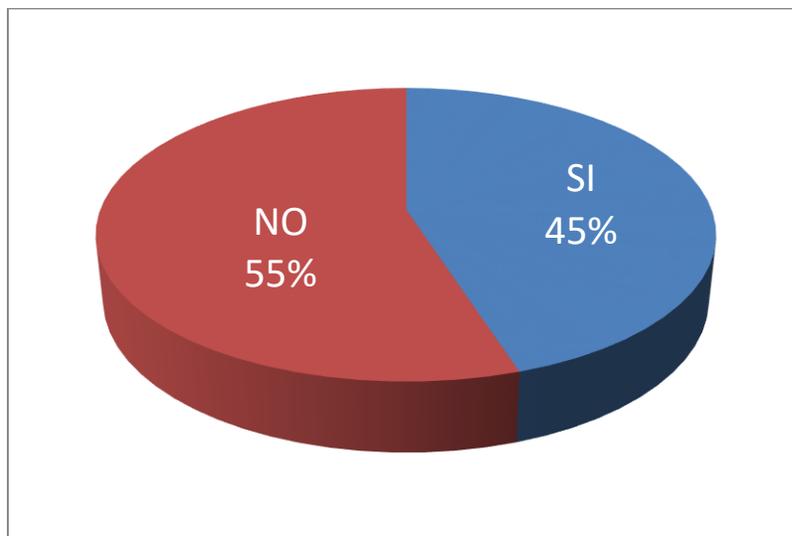


Figura 14: Gráfico circular que representa a “ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas”

En la tabla N° 14 y figura 14 relacionada con los estudios sobre negocios o administración de empresas el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que no han cursado estudios sobre negocios o administración de empresas mientras que un 45% declaró que si han cursado estudios sobre administración de empresas o negocios.

Tabla N°15:
Ha tenido miedo de iniciar su emprendimiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	60
NO	08	40
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

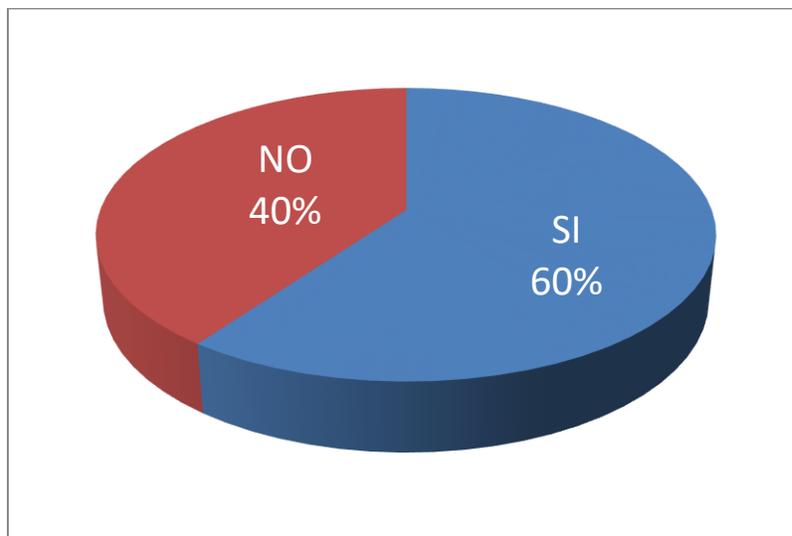


Figura 15: Gráfico circular que representa a “Ha tenido miedo de iniciar”

En la tabla N° 15 y figura 15 relacionada con el temor a emprender el negocio de librerías el 60% de los dueños de las librerías manifestaron si han tenido miedo para emprender en el negocio de las librerías mientras que un 40% declaro que no tuvieron miedo para emprender en el negocio de las librerías.

Tabla N°16:

Desde que inició su negocio, ha incrementado su capital

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85
NO	03	15
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

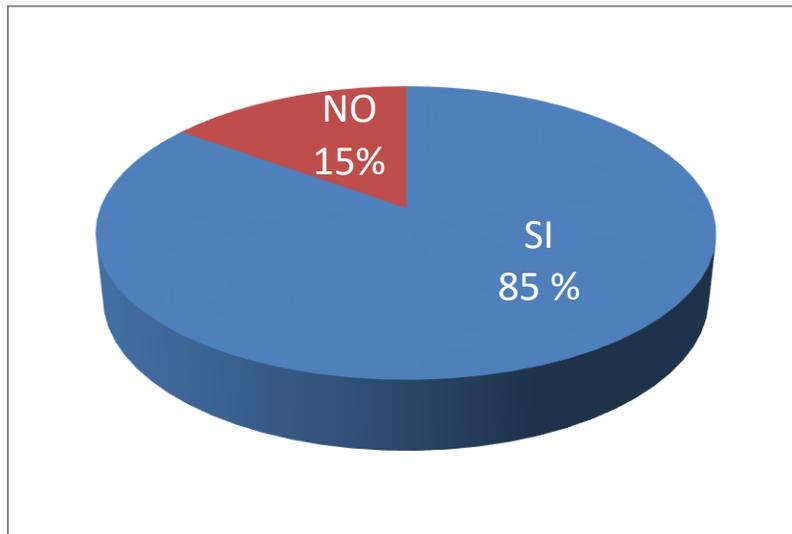


Figura 16: Gráfico circular que representa a “desde que inició su negocio, ha incrementado su capital”

En la tabla N° 16 y figura 16 relacionada con el incremento de capital desde el inicio del negocio el 85% de los dueños de las librerías manifestaron que desde que inició su negocio, si han incrementado su capital mientras que un 15% declaro que no ha incrementado su capital.

Tabla N° 17:

Ha tenido problemas con su cartera de proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85
NO	03	15
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

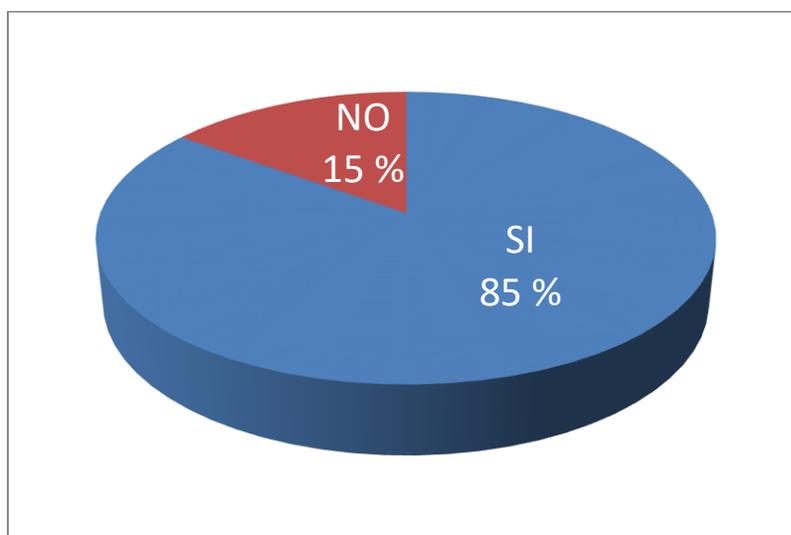


Figura 17: Gráfico circular que representa a “ha tenido problemas con su cartera de proveedores”

En la tabla N° 17 y figura 17 relacionada con problemas con la cartera de proveedores el 85% de los dueños de las librerías manifestaron que, si han tenido problemas con su cartera de proveedores, mientras que un 15% declaro que no han tenido problemas con la artera de proveedores.

Tabla N°18:

Posee medio de Transporte para sus productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	08	40
NO	12	60
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

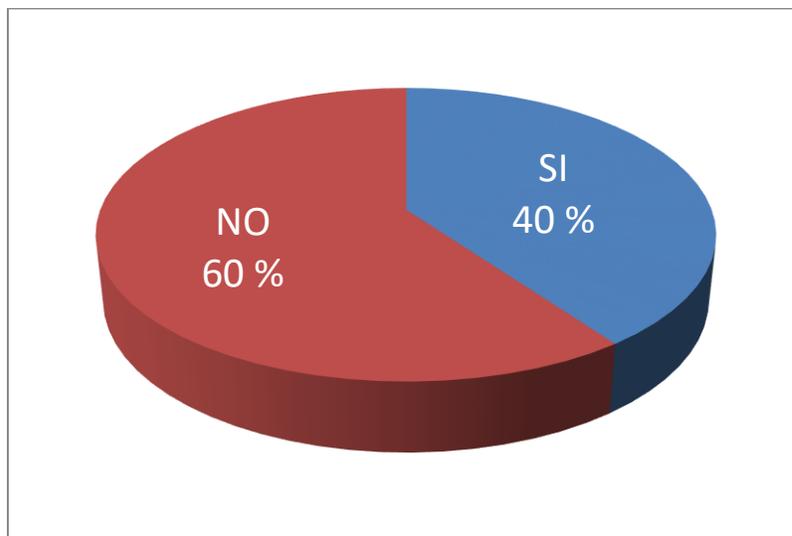


Figura 23: Gráfico circular que representa a “posee medio de transporte para sus productos”

En la tabla N° 18 y figura 18 relacionada con el medio de transporte para sus productos el 60% de los dueños de las librerías manifestaron que no poseen medio de Transporte para sus productos, mientras que un 40% declaro que si poseen medios de transporte para trasladar sus productos.

Tabla N° 19:

Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	07	35
NO	13	65
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

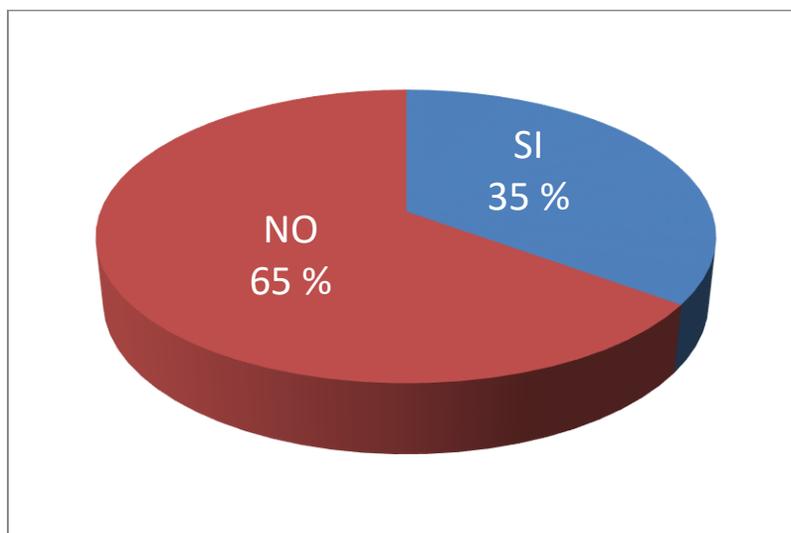


Figura 19: Gráfico circular que representa a “Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos”

En la tabla N° 19 y figura 19 relacionada con el conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos el 65% de los dueños de las librerías manifestaron no tienen conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos mientras que un 35% declaro que si conocen el perfil de los consumidores de sus productos.

Tabla N° 20:

Ha incorporado nuevos Productos y servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	85
NO	03	15
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

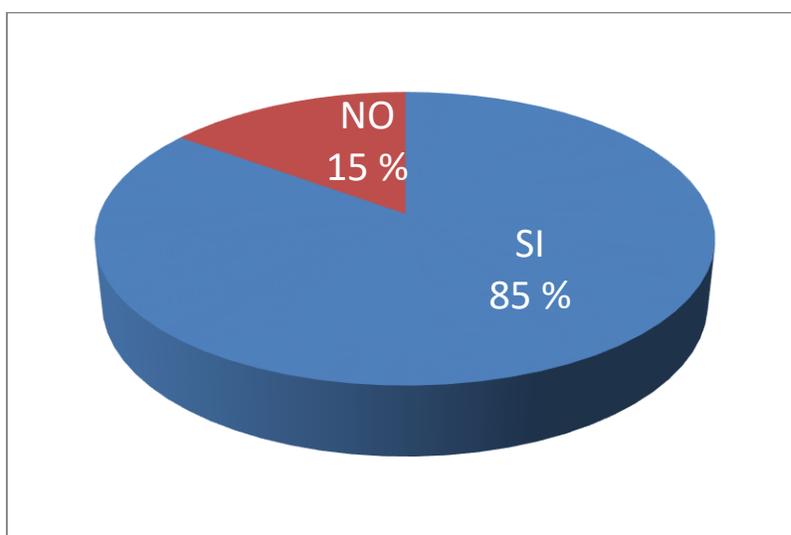


Figura 20: Gráfico circular que representa a “Ha incorporado nuevos Productos y servicios”

En la tabla N° 20y figura 20 relacionada con la incorporación de nuevos productos y servicios el 85% de los dueños de las librerías manifestaron si han incorporado nuevos Productos y servicios mientras que un 15% declaro que no lo han hecho.

Tabla N°21:

Promociona su producto mediante las redes sociales

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	80
NO	04	20
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

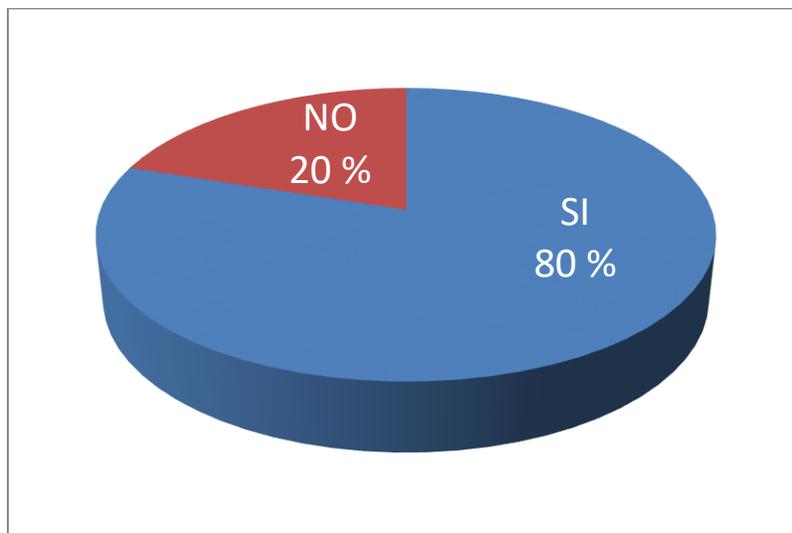


Figura 21: Gráfico circular que representa a “Promociona su producto mediante las redes sociales”

En la tabla N° 21 y figura 21 relacionada con la promoción de producto mediante las redes sociales el 80% de los dueños de las librerías manifestaron si promociona su producto mediante las redes sociales mientras que un 20% declaro que no usan las redes sociales para promocionar sus productos.

Tabla N° 22:

Considera que ha marcado diferencia de su negocio respecto a los de la competencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	65
NO	07	35
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

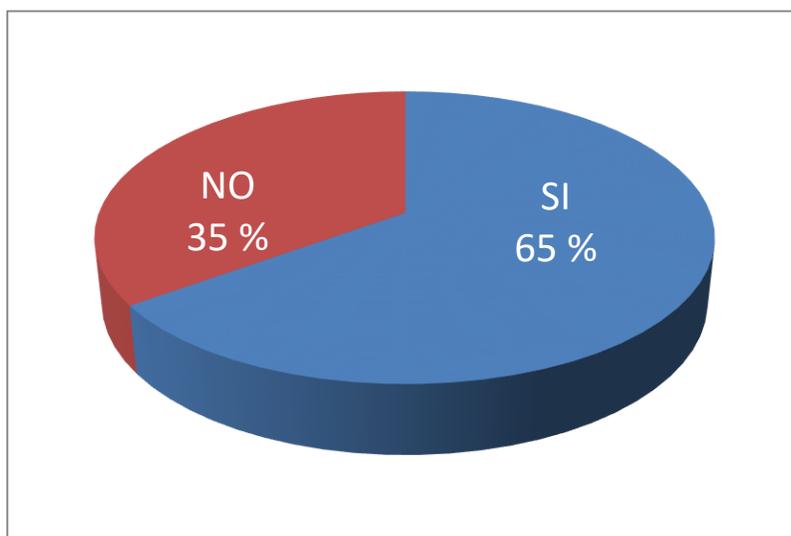


Figura 22: Gráfico circular que representa a “Considera que ha marcado diferencia de su negocio respecto a los de la competencia”

En la tabla N° 22 y figura 22 relacionada con la diferencia que existe con respecto a la competencia el 80% de los dueños de las librerías manifestaron su producto si ha marcado gran diferencia con respecto a los de la competencia y el 20% declaro que sus productos no marcaron diferencia con respecto a los de la competencia.

Tabla N°23:

Existe diferenciación entre su negocio y los demás

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	65
NO	07	35
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

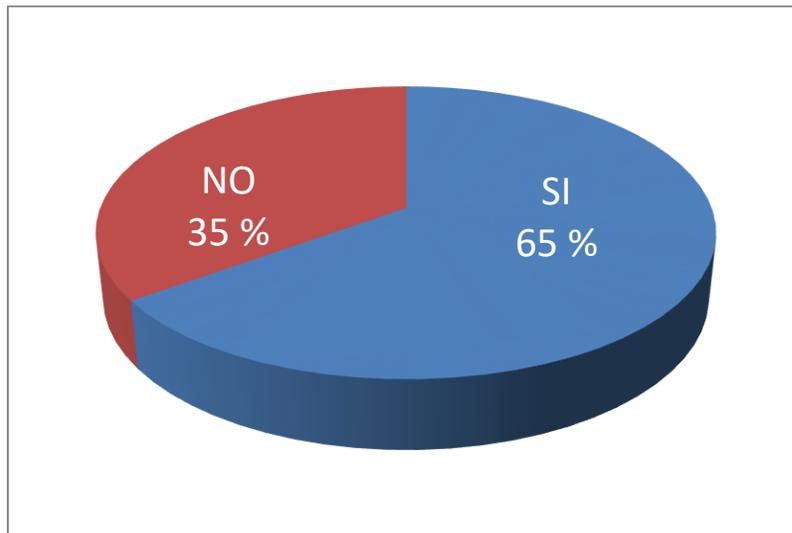


Figura 23: Gráfico circular que representa a “Existe diferenciación entre su negocio y los demás”

En la tabla N° 23 y figura 23 relacionada con la promoción de producto mediante las redes sociales el 80% de los dueños de las librerías manifestaron si promociona su producto mediante las redes sociales mientras que un 20% declaro que no usan las redes sociales para promocionar sus productos.

Tabla N° 24:

Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	75
NO	05	25
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

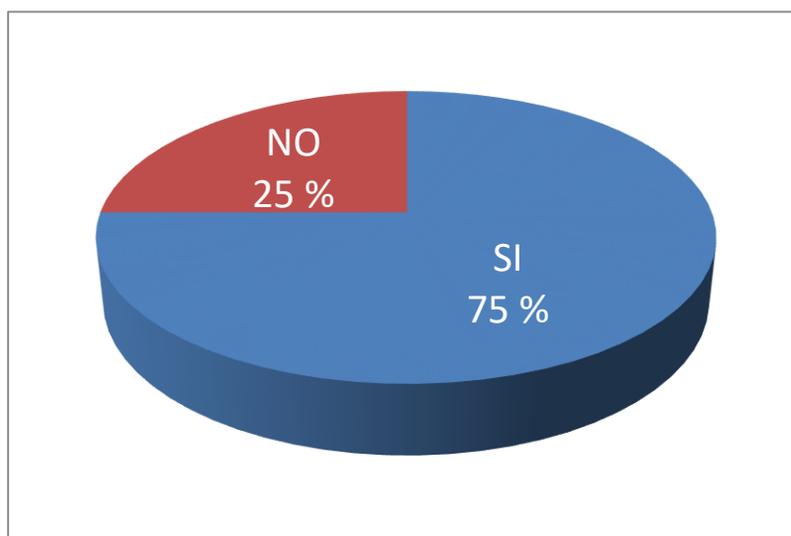


Figura 24: Gráfico circular que representa a “Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio”

En la tabla N° 24 y figura 24 relacionada con la creación de nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio el 75% de los dueños de las librerías manifestaron si suelen crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio mientras que un 25% declaro que no crean formas ni estrategias para la promoción sus productos.

Tabla N° 25:

Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	95
NO	01	05
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre emprendimiento a MYPE Librerías

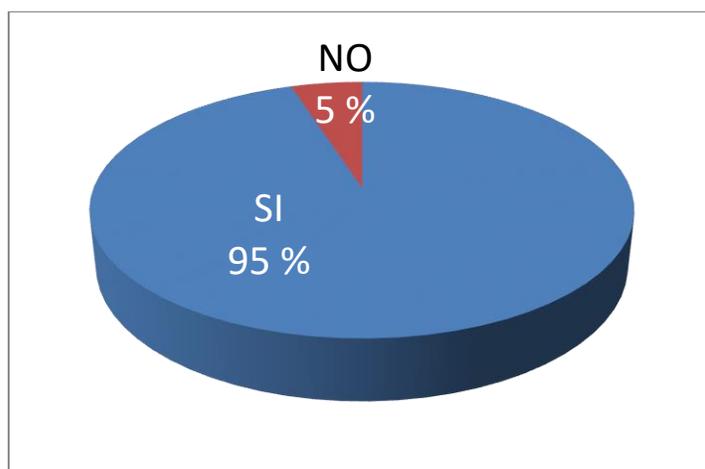


Figura 25: Gráfico circular que representa a “Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece”

En la tabla N° 25 y figura 25 relacionada con la mejora de la calidad del servicio que ofrece el 95% de los dueños de las librerías manifestaron si han pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece mientras que un5% declaro que no han penado en la mejora de la calidad del servicio que ofrecen en las librerías.

Objetivo específico N° 03: Determinar las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

Tabla N° 26

Inicio su negocio solo con sus ahorros

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	04	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

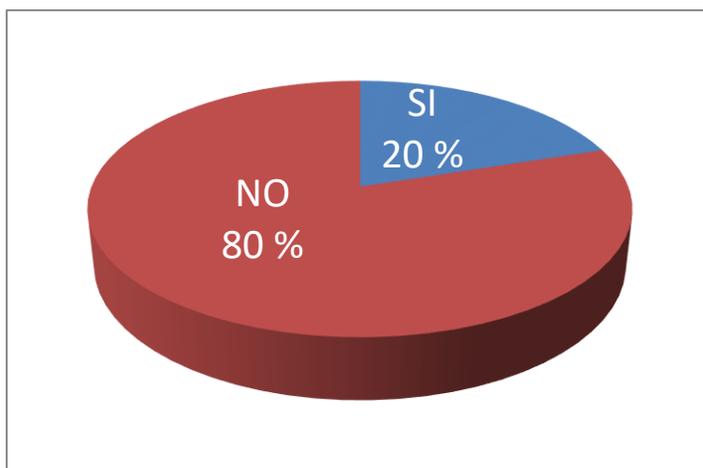


Figura 26: Gráfico circular que representa a “Inicio su negocio solo con sus ahorros”

En la tabla N° 26 y figura 26 relacionada con el inicio emprendedor del negocio con ahorros propios, el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que no iniciaron su negocio solo con sus ahorros mientras que un 20% declaró que iniciaron su negocio solo con sus ahorros.

Tabla N° 27:

ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	55
NO	09	45
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

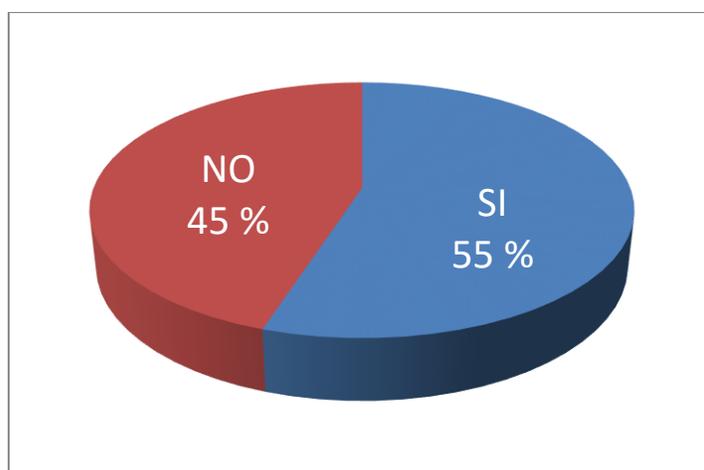


Figura 27: Gráfico circular que representa a “ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa”

En la tabla N° 27 y figura 27 relacionada con el apoyo de familiares para formalizar el negocio de las librerías el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que si ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa mientras que un 45% declaro que si han tenido el apoyo de sus familiares para formalizar su empresa.

Tabla N° 28

Suele reinvertir las ganancias en su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	80
NO	04	20
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPES Librerías

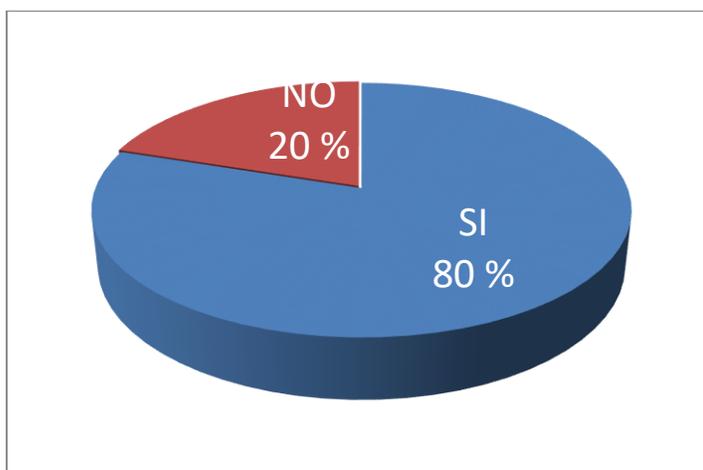


Figura 28: Gráfico circular que representa a “Suele reinvertir las ganancias en su empresa”

En la tabla N° 28 y figura 28 relacionada con la reinversión de las ganancias en el negocio el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que si suelen reinvertir las ganancias en su empresa mientras que un 20% declaro no reinvierten sus ganancias en el negocio.

Tabla N° 29:

Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70
NO	06	30
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

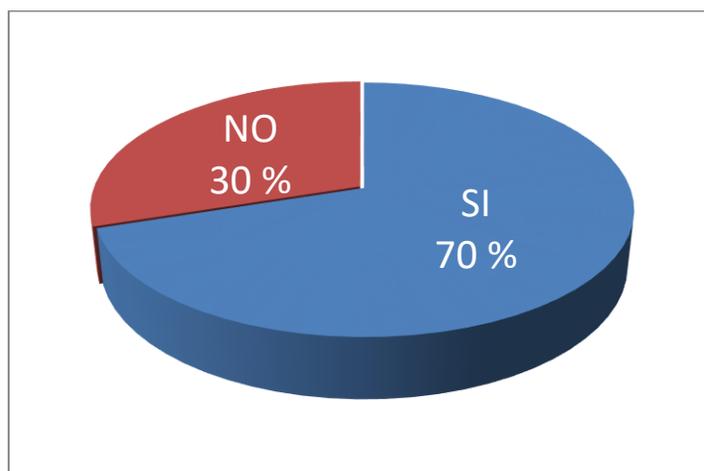


Figura 29: Gráfico circular que representa a “Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera”

En la tabla N° 29 y figura 29 relacionada con el sostenimiento del Negocio con los ingresos que genera el 70% de los dueños de las librerías manifestaron que su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera mientras que un 30% declaro que no es verdad que su empresa no pueda sostenerse con sus propios ingresos.

Tabla N° 30:

Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	16	80
NO	04	20
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

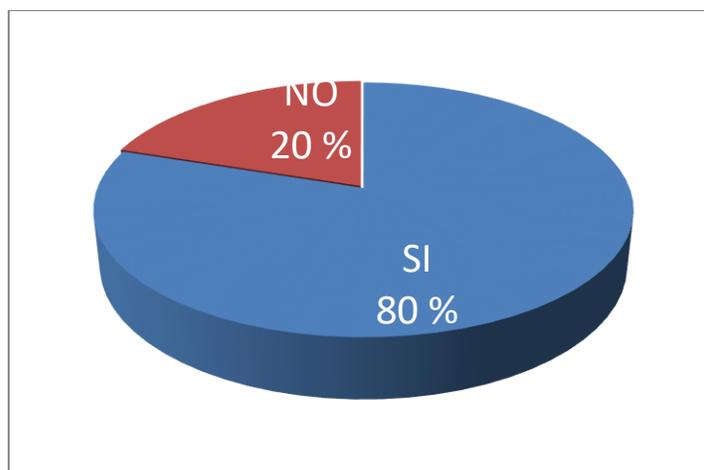


Figura 07: Gráfico circular que representa a “Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio”

En la tabla N° 30 y figura 30 relacionada con los préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio, el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que si han solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio mientras que un 20% declaro que no ha tenido que solicitar préstamos bancarios para continuar con el negocio de la librería.

Tabla N° 31:

La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	55
NO	09	45
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPES Librerías

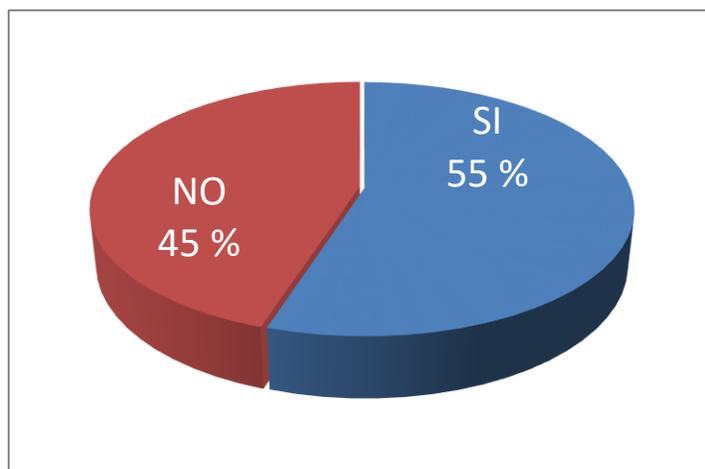


Figura 31: Gráfico circular que representa a “La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar”

En la tabla N° 31 y figura 31 relacionada con la rentabilidad de la empresa y el ahorro el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que la rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar mientras que un 45% declaró que el negocio de la librería no es rentable y no le ha permitido ahorrar.

Tabla N°32:

La empresa le ha generado suficientes ganancias para sostenerla.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70
NO	06	30
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

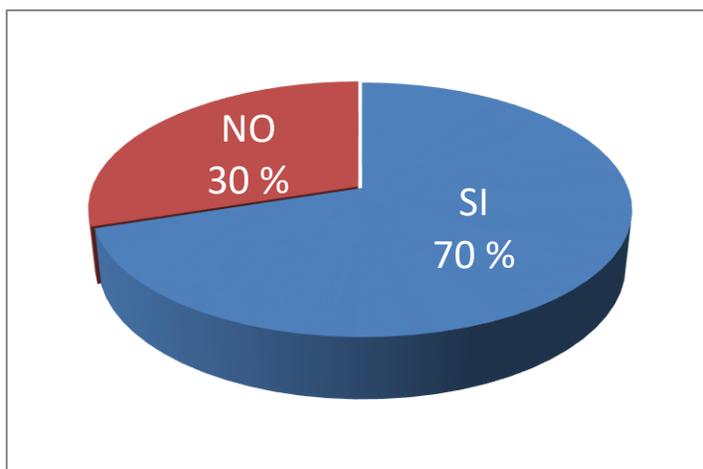


Figura 32: Gráfico circular que representa a “La empresa le ha generado suficientes ahorros para sostenerla”

En la tabla N° 32 y figura 32 relacionada con la generación de ahorros para sostener el negocio el 70% de los dueños de las librerías manifestaron que La empresa si le ha generado suficientes ahorros para sostenerla mientras que un 30% declaro que el negocio de la librería no ha generado suficientes ahorros para sostenerla.

Tabla N° 33

Prefiere ahorrar que reinvertir en su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	65
NO	07	35
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

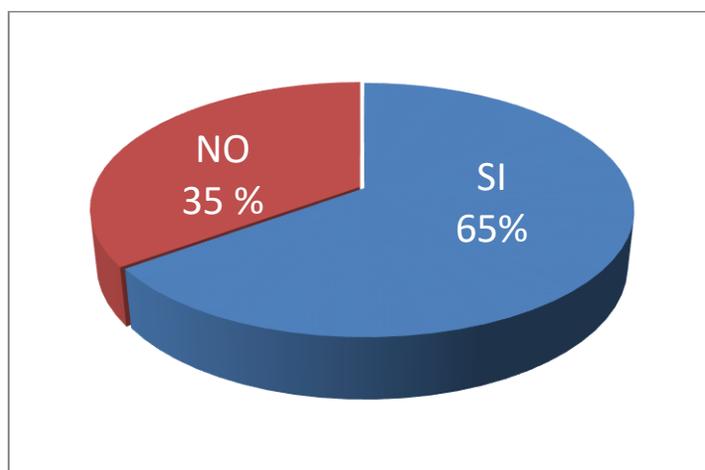


Figura 33: Gráfico circular que representa a “Prefiere ahorrar que reinvertir en su empresa”

En la tabla N° 33 y figura 33 relacionada con la necesidad de ahorrar el 65% de los dueños de las librerías manifestaron si han tenido necesidad de ahorrar, mientras que un 35% declaro que no ha tenido necesidad de ahorrar.

Tabla N° 34

La rentabilidad de su empresa le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	18	90
NO	02	10
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

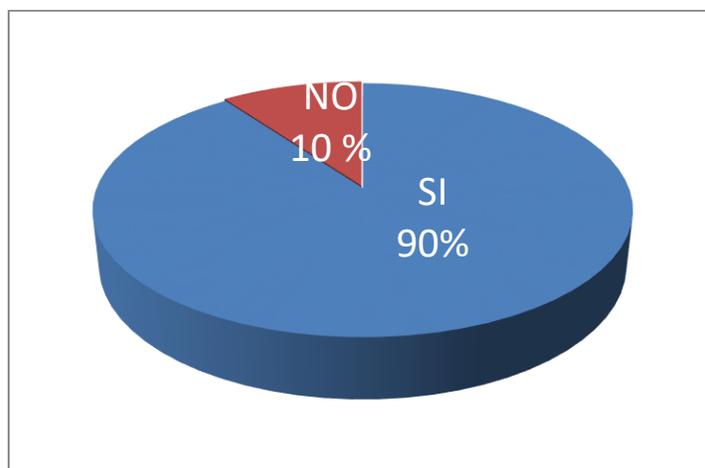


Figura 34: Gráfico circular que representa a “La rentabilidad de su empresa le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito”

En la tabla N° 34 y figura 34 relacionada con la rentabilidad y el cumplimiento con los intereses de la línea de crédito el 90% de los dueños de las librerías manifestaron que la inversión si les permite cumplir con los intereses de la línea de crédito mientras que un 10% declaro que la inversión no le permite cumplir con el pago de los intereses de la línea de crédito.

Tabla N° 35

Su empresa se sostiene con préstamos bancarios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	08	40
NO	12	60
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

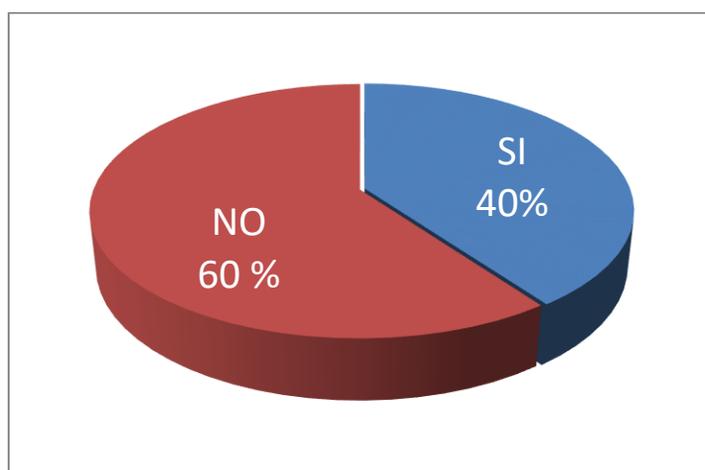


Figura 35: Gráfico circular que representa a “Su empresa se sostiene con préstamos bancarios”

En la tabla N° 35 y figura 35 relacionada con el Sostenimiento del negocio con préstamos bancarios el 60% de los dueños de las librerías manifestaron que Su empresa no se sostiene con préstamos bancarios mientras que un 40% declaro que el negocio si se sostiene con préstamos bancarios.

Objetivo específico N° 04: Identificar el tipo de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

Tabla N° 36:

11. La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja utilidad de su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	14	70
NO	06	30
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

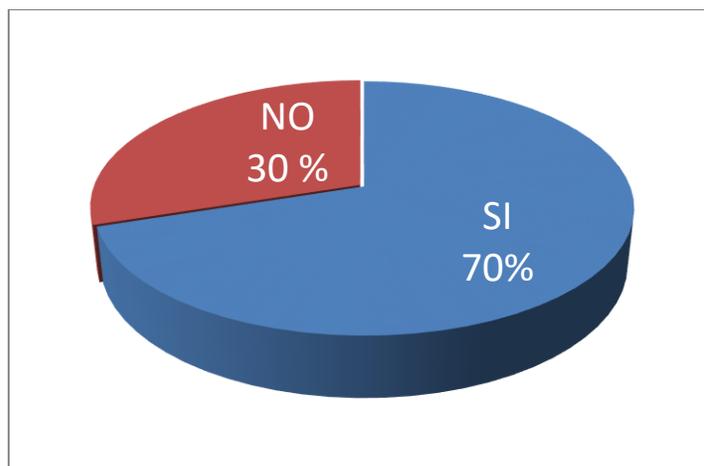


Figura 36: Gráfico circular que representa a “La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja utilidad de su empresa”

En la tabla N° 36 y figura 36 relacionada con la necesidad de los préstamos bancarios por baja utilidad del negocio, el 70% de los dueños de las librerías manifestaron que la necesidad de los préstamos bancarios si obedece a una baja utilidad de su empresa mientras que un 30% declaro que el préstamo bancario no obedece a la baja utilidad del negocio.

Tabla N° 37:

Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	04	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

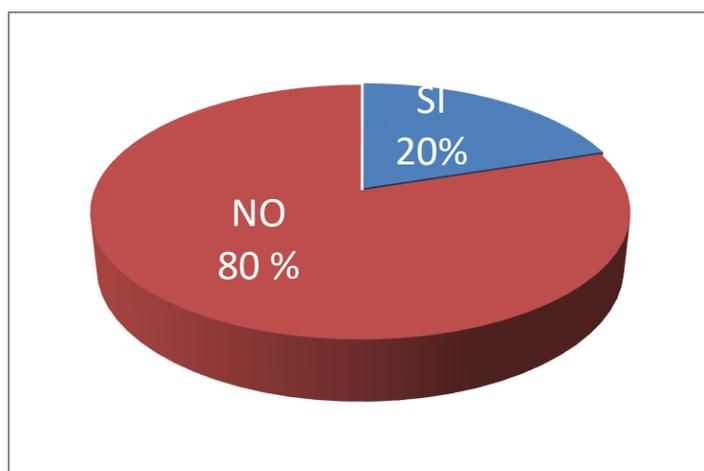


Figura 37: Gráfico circular que representa a “Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa”

En la tabla N° 37 y figura 37 relacionada con préstamos de amigos para mantener la empresa el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que no han recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa, mientras que un 20% declaró que si han acudido a los préstamos de amigos para el mantenimiento del negocio.

Tabla N° 38

Sus amigos tienen participación en su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	04	20
NO	16	80
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

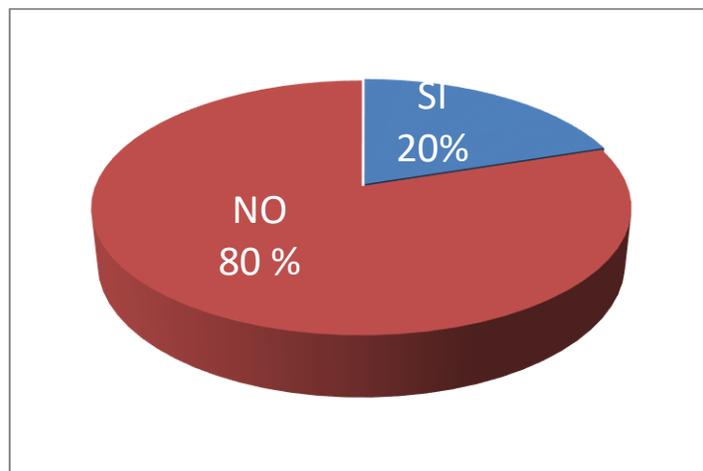


Figura 38: Gráfico circular que representa a “Sus amigos tienen participación en su empresa”

En la tabla N° 38 y figura 38 relacionada con la Participación de los amigos en el negocio el 80% de los dueños de las librerías manifestaron que sus amigos no tienen participación en su empresa mientras que un 20% declaro sus amigos si tiene participación en la empresa.

Tabla N° 39:

Ha tenido que vender algún activo para financiar su empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	05	25
NO	15	75
TOTAL	20	100

Fuente: cuestionario sobre Financiamiento a MYPE Librerías

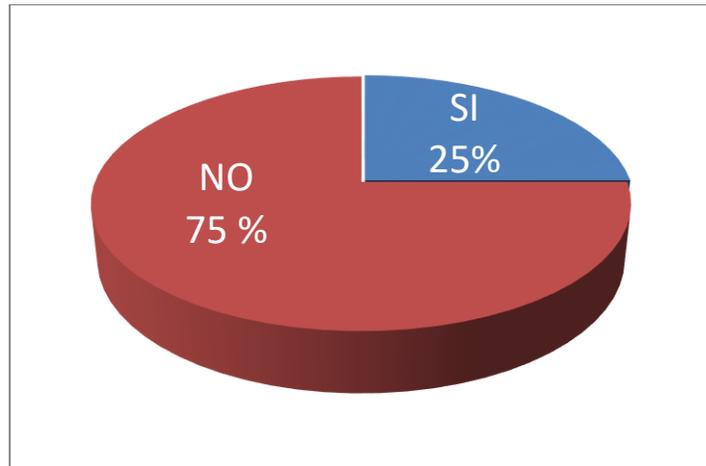


Figura 39: Gráfico circular que representa a “Ha tenido que vender algún activo para financiar su empresa”

En la tabla N° 39 y figura 39 relacionada con la venta de algún activo para financiar su empresa el 75% de los dueños de las librerías manifestaron que no han tenido que vender algún activo para financiar su empresa mientras que un 25% declaró que si ha vendido activos para seguir financiando el negocio.

5.2. Análisis de resultados

El análisis de resultados se ordenó en base a los objetivos específicos elaborados y sobre los cuales se desarrollaron las preguntas de los instrumentos.

En lo que respecta al objetivo específico N° 01: Identificar las características del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

Las librerías son empresas y negocios dedicada a la venta de libros. Su desarrollo se vio impulsado en las últimas décadas para la venta de útiles de escritorio y textos diversos. Lamentablemente en los últimos años, con el surgimiento y masificación de la internet, su presencia en las ciudades se ha visto mermada, obligándolas a implementar nuevas estrategias. Conocer como se viene desarrollando las librerías en la ciudad de Piura implica conocer quienes las dirigen, como y de qué manera se financian.

Las librerías de la ciudad de Piura son negocios cuyos dueños son en mayoría hombres (70%), con un rango de edad entre 45 y 50 años, la organización empresarial es del tipo SRL (70%) y tienen más de 10 años en el negocio (45%)

El emprendimiento es el proceso por el cual se detectan nuevas oportunidades y/o se ponen en marcha acciones encaminadas a detectar oportunidades y/o generar nuevas actividades innovadoras, sean empresas, productos, procesos formas de comercialización o formas de gestión, pudiendo asumir para ello riesgos controlados en situación de incertidumbre” (Arroyo, 2017).

En primer lugar, veremos cuáles son las características del emprendimiento de las librerías de Piura:

La motivación es “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. (Moya 2017) en lo concerniente a esta dimensión el 100% de los dueños de las librerías manifestaron que su empresa es una idea, un sueño hecha realidad. (Tabla 1) y fue causada por la ausencia de oportunidades de trabajo (60% -Tabla 2) y en un 55% manifestaron que el inicio del negocio de librería no se dio a partir de un estudio de mercado (Tabla 3)

La segunda dimensión Autoeficacia; entendida como el reconocimiento de sus capacidades y habilidades el 70% de los dueños de las librerías manifestaron que si se iniciaron en el negocio de librería porque confiaban en sus capacidades (tabla 4) y en un 60% sintieron el apoyo familiar en el manejo de la empresa mientras (tabla 5) y en un 65% no han tenido asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa. al respecto Almanza (2020) en la tesis: “Factores relacionados a la consolidación de los emprendimientos: Diagnóstico y descripción en los emprendimientos consolidados de La Feria de Barranco – Lima”. destaca que la mayoría de los emprendedores entrevistados, indican que un factor sumamente importante para consolidarse fue el hecho de que la pasión por lo que hacen los impulse a seguir con su proyecto y sobreponerse a las adversidades que pudieron haber encontrado en el proceso.

En cuanto al Reconocimiento de oportunidades entendido como el análisis de la oferta del mercado y la demanda que hacen los emprendedores (moya, 2017) el 35% de los dueños de las librerías manifestaron que no recibieron asesoría externa para el manejo de su empresa (tabla 6) y antes de hacer una inversión si analizan la oferta y la demanda de la población (Tabla 7) pues el 90% si reconocen una oportunidad de ganancia cuando la ve, mientras que un 10% declaro no saben reconocerla.(tabla 8)

En cuanto a la dimensión Explotación de oportunidades entendida como la “Materialización organizativa de la idea emprendedora identificada y en la que los recursos y capacidades del emprendimiento creado influyen en su viabilidad técnica y financiera” (Moya 2017) Donde el 95% de los dueños de las librerías manifestaron que solo dependen del periodo escolar que es el que más le rinde en ganancias(9)y pasado este tienen en un 75% que diversificar sus productos para no perder en su negocio, (tabla 10).

La dimensión Toma de decisiones basada mayormente en base a Criterios económicos y sociológicos nos permitió conocer que el 100% de los dueños de las librerías suelen tomar decisiones sin consultarle a otras personas y que lo hacen tras un análisis previo (tabla 11), no obstante, el 85% manifestaron que para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión (tabla 12).

En lo que respecta al objetivo específico N° 02: Explicar las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

En cuanto a las dimensiones del emprendimiento estas están caracterizadas por: los siguientes indicadores:

El Individuo, es decir el emprendedor su conocimiento, su formación y experiencia en el negocio. Así el 35% de los dueños de las librerías emprendieron su empresa en una edad menor a 25 años (tabla 13) y 55% no han cursado estudios sobre negocios o administración de empresas (tabla 14), por esa razón el 60% han tenido miedo para emprender en el negocio de las (tabla 15). Este resultado coincide con lo hallado por Cantos (2016) en su estudio de investigación titulado: “Estrategia de emprendimiento comunitario para fomentar el desarrollo socioeconómico del barrio "José Tipan Niza" del Cantón Santa

Elena, periodo 2015”. Quien en sus conclusiones destaca que los emprendedores poseen capacidades y habilidades obtenidas de manera empírica,

La dimensión Entorno Se asocia al capital disponible, acceso a proveedores, consumidores, transporte, recursos financieros, instalaciones, habilidades técnicas, entorno, condiciones urbanas, de vida etc. (Ibarra, 2016). Los resultados nos permitieron conocer que el 85% de los dueños de las librerías desde que inició su negocio, si han incrementado su capital (Tabla 16), reconocen que los proveedores siempre están cuando los requieren, aunque ello no es óbice para que el 85% si hayan tenido problemas con su cartera de proveedores (tabla 17). Por otro lado, el 60% de los dueños de las librerías no poseen medio de Transporte para sus productos, (Tabla 18). Finalmente declararon, el 65%, que no tienen conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos. Ante este último hecho Villacres (2017) en la tesis “Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador manifiesta que el conocimiento del mercado influye sustancialmente en la competitividad la supervivencia en un mercado cada vez más competitivo.

Respecto a la dimensión Procesos relacionada con las Oportunidades de negocio, el mercado, los productos y servicios, redes. Los dueños de las librerías manifestaron sí tienen conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos (tabla 19) donde el 85% de los dueños si han incorporado nuevos productos y servicios (tabla 20) y el 80% si promociona su producto mediante las redes sociales (Tabla 21).

En cuanto a la dimensión Organización esta se relaciona con la diferenciación, innovación, cambio de regulación, competencias paralelas, transferencias. (Ibarra, 2016) el 75% de los dueños de las librerías manifestaron que si marcan diferencia con respecto a los productos de la competencia (tabla 22), donde igual el 75% manifiesta que presentan

diferentes estrategias para diferenciar los productos propios con los de la competencia y el 75% si suelen crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio (tabla 24) y el 95% si han pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece (tabla 25).

Respecto al objetivo específico N° 03: Determinar las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

La variable Financiamiento la definimos como “el acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa.

Para el caso del presente estudio se analizó dos dimensiones: la fuente y el tipo de financiamiento.

La fuente de funcionamiento entendida como “las posibilidades de obtener recursos económicos para la apertura, mantenimiento y desarrollo de nuevos proyectos en la empresa (Briceño, 2016) nos permitió conocer cómo se financiaba las librerías de la ciudad de Piura. Así el 80% de los dueños de las librerías no iniciaron su negocio solo con sus ahorros (tabla 26) mientras que un 20% declaró que iniciaron su negocio solo con sus ahorros, el 55% si ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa (tabla 27), el 80% suelen reinvertir las ganancias en su empresa (tabla 28) no obstante el 70% señalo que no puede sostenerse con los ingresos que genera (tala 29) Asimismo el 80% si han solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio (tabla 30). Sobre este particular Romero, C. (2019) en su estudio titulado “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del

sector comercio rubro librerías, del distrito de Callería, 2016 expresa que el 64% recibe financiamiento de terceros; siendo el 86% de entidades bancarias; en el año 2016 el 43% obtuvieron crédito financiero del Scotiabank y del Banco de la Nación; de los créditos recibidos los créditos fueron a corto plazo; y pagaron tasas de interés mensual entre el 0.25% a 8%, los créditos que obtuvieron fueron entre S/.5,000 a más de S/.50,000, el 60% y lo invirtieron en compra de mercaderías.

En lo concerniente al objetivo N° 04: Identificar el tipo de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021

El tipo de financiamiento entendida como la forma en que algún negocio logra conseguir capital para emprender sus actividades (Albella, 2017) el 55% de los dueños de las librerías manifestaron que la rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar (tabla 31) y les ha generado suficientes ganancias para sostenerla (tabla 32). Asimismo, señalaron que el 65% prefiere ahorrar que reinvertir en su empresa (tabla 33), lo cual al 90% les permite cumplir con los intereses de la línea de crédito (tabla 34) pero advierten el 60% que su empresa no se sostiene con préstamos bancarios (tabla 35) y que la necesidad de los préstamos bancarios obedece a una baja utilidad (tabla 36). pese a lo señalado también refieren el 80% que no han recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa (tabla 37) sus amigos no tienen participación en su empresa (tabla 38) el 75% de no han tenido que vender algún activo para financiar su empresa (tabla 39).

VI. CONCLUSIONES

Las características del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021 están dadas por están dadas porque la mayoría son producto de una idea, un sueño hecha realidad y el emprendimiento ha sido causado por la ausencia de oportunidades de trabajo; más de la mitad no realizaron estudio de mercado para iniciar el negocio, pues confiaron en sus capacidades y en el apoyo de sus familiares. La mayoría no ha tenido asesoría ni apoyo externo, no obstante, antes de hacer una inversión si analizan la oferta y la demanda de la población. Saben reconocer una oportunidad de ganancia cuando la ven. Obtienen más ganancias durante el periodo escolar y debido a la crisis han tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio. Todas las MYPES suelen tomar de decisiones tras un análisis previo y para decidir tienen que ver que haya ganancia después de la inversión.

Las dimensiones del emprendimiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021, a nivel individuo están dadas porque más de la mitad iniciaron el negocio antes de los 25 años, no han cursado estudios sobre negocios o administración de empresas y tuvieron miedo para emprender en el negocio de las librerías. A nivel entorno desde que inició su negocio, si han incrementado su capital, han tenido problemas con su cartera de proveedores y no poseen medio de transporte para sus productos. A nivel de proceso la mayoría de los dueños de las librerías no tienen conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos, han incorporado nuevos Productos y servicios, promocionan su producto

mediante las redes sociales, consideran que su producto si ha marcado gran diferencia con respecto a los de la competencia. A nivel de organización suelen crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio y han pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece.

Las fuentes de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021, a nivel interno la gran mayoría de dueños de las librerías no iniciaron su negocio solo con sus ahorros y tuvieron el apoyo de familiares para formalizar su empresa; suelen reinvertir las ganancias en su empresa, pero aun así el negocio no puede sostenerse con los ingresos que genera. En lo concerniente al nivel externo la gran mayoría han solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio y con ello la rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar.

El tipo de financiamiento de las MYPES comerciales - rubro librerías del centro de Piura, año 2021 es mixto pues la mayoría de las MYPES ha generado suficientes ahorros para sostenerla y consideran el ahorro como una necesidad, y esta inversión les permite cumplir con los intereses de la línea de crédito. Asimismo. la necesidad de los préstamos bancarios obedece a una baja rentabilidad, por ello no han recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa, los cuales no tienen ninguna participación empresarial y no han tenido que vender algún activo para sostener su empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Los Empresarios deben tener una óptica sobre lo que es la adquisición de un financiamiento, esto porque la mayoría de las MYPES no están bien informadas sobre este tema; es por ello que es necesario conocer todo lo que acontece al financiamiento, ya sea conocer que modalidades existen, que tasa de interés tiene cada entidad, etc. Considerando esta recomendación ya que se debe disminuir la participación de las MYPES informales.

La participación del gobierno debe ser trascendental en la existencia de las MYPES, donde debe brindarles las alternativas de crecimiento, además de crear un sistema de análisis de riesgo adecuado conlleva a lo siguiente: mejores tasas de interés preferenciales, garantías flexibles, líneas de crédito adecuadas para cada tipo de inversión a realizar. Y por consecuente dichas MYPES no quiebren fácilmente.

La inyección de inversiones en el mundo de las MYPES les permitiría tener un crecimiento mucho más rápido y por consecuente poder ser competitivas con las empresas de mayor jerarquía. También dicha inversión les permitiría tener un respaldo hacia la competencia extranjera.

Capacitarse y aprovechar el potencial de la transformación digital. Vivimos una crisis histórica que marcará una nueva forma de ver y hacer negocios. Sin embargo, es también una oportunidad para mejorar y redefinir los alcances de las MYPES.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Peruana de Noticias. (2019 de Agosto de 2019).
https://www.americaeconomia.com. Obtenido de
https://www.americaeconomia.com: https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/ventas-de-las-mypes-peruanas-representan-19-del-pib-pese-que-la-mayoria
- Albella, S. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Madrid:: Maquetación e impresión: CYAN, Proyectos Editoriales, S.
- Albella, S. y. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Madrid: Maquetación e impresión: CYAN, Proyectos Editoriales, S.
- Alburquerque, H. (2019). La importancia de las Mypes en la generación de empleo, la creación de la RRDE y los fondos concursables. *Red Regional de Desarrollo Económico* .
- Arroyo, M. (2017). *Emprendimiento y Emprendedor. Conceptualización Teórica*. Valencia.
- Arroyo, M. (2017). *Emprendimiento y Emprendedor. Conceptualización Teórica*. Valencia.
- Aulet, W. y. (2016). *Aulet, W. y Murray, F. (2013).Una historia de dos emprendedores: comprender las diferencias en los tipos de emprendimiento en la economía*. Obtenido de Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2259740

Boscá, M. y. (2018). *Estrategias de financiamiento para el desarrollo del sector confección zuliano. Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales.*

Bravo, F. (30 de Abril de 2020). <https://www.ecommercenews.pe>. Obtenido de <https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2020/capece-reactivar-la-economia-mypes.html>

Briceño, G. (2016). *Financiamiento. Univ. "Rafael Beloso Chacín" Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Contaduría Pública Maracaibo, Venezuela recuperado de*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml>

Roberto Vásquez (2016). *Financiación interna de la empresa* <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-interna-de-la-empresa.html>

Bustamante., C. C. (2017). *¿Qué tipos de Financiamiento existen en el mercado de las Pymes.* Obtenido de http://www.caballerobustamante.com.pe/plantilla/lab/ecb191009_1.pdf

Cabrera-Martínez, A. L.-L. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio.* Mexico : Documentos de investigación. Administración de Empresas (Núm. 4).

CAMARAFP. (2018). *Plan de Creacion de Empresas.* Obtenido de <http://www.camarafp.org/portal/index.php/estudiantes/ubicacion-de-la-empresa.html>

- Carazo, J. (2018). *Terminos Económicos* . Obtenido de Diccionario de Economía : <https://economipedia.com/definiciones/emprender.html>
- Castellanos, O. G. (2016). *Medición del potencial de investigación y desarrollo de las Pymes a partir de su capacidad organizacional* . Mexico: Revista Escuela de Administración de Negocios .
- Chuquimarca, C., & Lincango, j. y. (2019). *Estudio de la importancia de la ventaja competitiva en las organizaciones*. Revista electrónica TAMBARA, ISSN 2588-0977 Agosto- Noviembre 2019 .
- ComexPerú. (05 de Junio de 2020). <https://www.comexperu.org.pe/>. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/>: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-en-2019-y-su-realidad-ante-la-crisis>
- Congreso de la Republica. (2 de Junio de 2013). <https://busquedas.elperuano.pe>. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe>: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Diario La Hora. (03 de Setiembre de 2016). <https://lahora.pe>. Obtenido de <https://lahora.pe>: <https://lahora.pe/orgullosamente-piurano-conoce-todo-acerca-de-los-chifles-rv/>
- Escalante, E. (24 de Setiembre de 2016). <https://www.mep.pe>. Obtenido de <https://www.mep.pe>: <https://www.mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Flores, C. (4 de Abril de 2018). <https://infomercado.pe>. Obtenido de <https://infomercado.pe>: <https://infomercado.pe/cual-es-la-situacion-actual-de-las-mipymes-de-piura/>

- Forum, W. E. (2010). *The global competitiveness report 2010-2011*. Geneva : Suiza.
- García, L. (2016). *Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación*, . Huehuetoca. Mexico : UAEM UAP Huehuetoca. *Revista de Ciencias. Sociales*, (29), pp. 34-4.
- GEM. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018 - 2019*. Lima: Universidad ESAN, Centro de Desarrollo Emprendedor.
- Gómez F., M. J. (2016). *Proyectos de financiación ligados a proyectos de inversión*. . Mexico : En Spri (Eds.), *Finanzas de empresas* (pp. 48- 59). Bilbao.
- Guterman. (2016). *Emprendimiento: una guía para emprendedores orientados al crecimiento. Crecimiento*. Obtenido de <http://alangutterman.typepad.com/files/en---definitions-types.pdf>
- Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico: Interamericana.
- Hernández, R. F. (2016). *Metodología de la investigación*. Mexico: Interamericana.
- Hernández, R. F. (2018). *Metodología de la investigación*. Mexico: Interamericana.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación, 6ta Edicion*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V.

Huerta.L., R. E. (2018). *La gestión empresarial y su relación con la competitividad de las Mypes ferreteras cercado Arequipa, 2018.* . . Arequipa.: Universidad tecnológica del Perú.

Ibarra, M., & Gonzalez, L. y. (2016). *Competitividad empresarial de las pequeñas.* Baja California, Mexico : Revista Estudios Fronterizos 18(35) enero-abril de 2017, pp. 107-130.

INEI. (2018). *Estructura Empresarial* . Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

INEI. (s.f.). <https://www.inei.gov.pe>. Obtenido de <https://www.inei.gov.pe>: https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0504/Libro.pdf

Lozano, M. (2016). *Ecosistema Empresarial, Estudios de La Gestion* .

Luna, J. (5 de Junio de 2020). <https://www.comexperu.org.pe/>. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/>: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/cumbre-pyme-apec-2020-edicion-virtual>

Martinez, E. (2018). *Administracion de Negocios* . Obtenido de <https://es.calameo.com/books/006020010d72076a11ef3>

Montjoy.K. (2020).) *Mypes y startups: Consejos de supervivencia en tiempos de coronavirus.* artículo de opinión. *Esan.* N. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/03/31/mypes-y-startups-consejos-de-supervivencia-en-tiempos-de-coronavirus/>. Obtenido de

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2020/03/31/mypes-y-startups-consejos-de-supervivencia-en-tiempos-de-coronavirus/>

Moya, P. y. (2017). *Sobre el concepto de emprendimiento .Documento de trabajo*. Obtenido de En <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>

Ojeda de López, J., Quintero, J., & Machado, I. (2017). *La ética en la investigación*. Maracaibo, Venezuela : Telos.

Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. . Madrid, España : Planeta DeAgostini Profesional y Formación.

Posada, C. (2018). *La competitividad productiva y la necesaria inserción en las cadenas globales de valor*. . Obtenido de Artículo Cámara de Comercio de Lima.: https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/posada_746/-la-competitividad-productiva-y-la-necesari

Roldan, P. (2019). *Economipedia. Definicion de terminos economicos* . Obtenido de Economipedia. : <https://economipedia.com/definiciones/negocio.html>

Silupu, B. R. (2019). *Análisis de los Determinantes y Costos de la Informalidad en las Pequeñas Empresas: Un Estudio Empírico para el Perú*. . Lima : Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa 27, 156-165.

Taymaz, E. &. (2006). *El espíritu emprendedor, el tamaño de lanzamiento y la supervivencia de los pequeños empresarios*. . Cataluña: Revista vasca de economía, No. 62, 70-99.

- Thurow, L. (2017). *Prefacio a la La función del emprendedor*. Obtenido de http://www.mansfieldfdn.org/backup/programs/program_pdfs/ent_thurow.pdf
- Toalombo, C. (2017). *Estrategias para mejorar el servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito "Mirachina LTDA." en la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua Período 2016*.
- Torres, A. y. (2016). *Financiamiento utilizado por las Medianas y pequeñas empresas ferreteras*. Argentina : CIGAG.
- Torres, A., & Guerrero, F. y. (2017). *Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras*. Caracas, Venezuela : CICAG. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales.
- Trenza, A. (2018). *Estrategia Financiera* . Obtenido de Blog de Ana Trenza : <https://anatreza.com/estrategia-financiera/>
- ULADECH. (2019). *Manual de Procedimientos del Comité Institucional de Ética en Investigación*. Chimbote.
- ULADECH. (2019). *Manual de Procedimientos del Comité Institucional de Ética en Investigación*. Chimbote. Chimbote.
- Verona, J. (18 de Mayo de 2020). <https://grupoverona.pe/>. Obtenido de <https://grupoverona.pe/>: <https://grupoverona.pe/resistencia-de-mypes-ante-el-coronavirus/>

ANEXOS

ANEXO 1: CUESTIONARIO

CUESTIONARIO SOBRE EMPRENDIMIENTO

Cuestionario Dirigido al Dueño/Administrador/ Gerente de la librería



Este cuestionario servirá para conocer su percepción acerca del emprendimiento que se lleva a cabo en las MYPE rubro Librerías del centro de Piura, año 2021. El instrumento no es una evaluación del negocio y tiene carácter anónimo. Los ítems están medidos en la escala dicotómica de Si (SI) y No (No)

Datos demográficos

Edad:..... Estado civil:..... Género:.....

Nivel de estudios:.....

Giro del negocio:.....

Años en el negocio:.....

Número de trabajadores:.....

Tipo de persona: Natural () Jurídica ()

1. Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad
SI () NO ()
2. La ausencia de oportunidades de trabajo le llevo a emprender en el rubro librerías
SI () NO ()

CUESTIONARIO SOBRE FINANCIAMIENTO

Cuestionario Dirigido al Dueño/Administrador/ Gerente de la librería



Este cuestionario servirá para conocer su percepción acerca del financiamiento que de las MYPE rubro Librerías del centro de Piura, año 2021. El instrumento no es una evaluación del negocio y tiene carácter anónimo. Los ítems están medidos en la escala dicotómica de Si (SI) y No (No)

Datos demográficos

Edad:..... Estado civil:..... Género:.....

Nivel de estudios:.....

Giro del negocio:.....

Años en el negocio:.....

Número de trabajadores:.....

Tipo de persona: Natural () Jurídica ()

-
1. Inicio su negocio solo con sus ahorros
SI () NO ()
 2. Ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa
SI () NO ()
 3. Suele reinvertir las ganancias en su empresa
SI () NO ()
 4. Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera
SI () NO ()
 5. Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio

ANEXO 2: VALIDACIONES

1 EVIDENCIAS DE LAS VALIDACIONES REALIZADAS POR TRES EXPERTOS
LICENCIADOS, CON EL GRADO DE MAGISTER Y COLEGIADOS

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, *Stalyn Fernando Medina Samsón*
Identificado con DNI *70497115* MAGISTER
en *Gestión Pública y Desarrollo Local*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento de recolección de datos: *Cuestionario*, elaborado por Miguel Josué Varona Silva, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (Muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "Emprendimiento y financiamiento en las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, Año 2021", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar resultados.

Piura, *19 de enero* 2021



 Mg. Stalyn Fernando Medina Samsón
REG. UNC. DE COLS: Y 14199

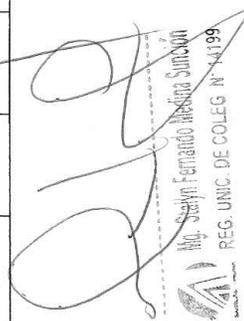
Ítems relacionados con la variable: EMPRENDIMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la recolección?		¿Es temerario, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
2. La ausencia de oportunidades de trabajo te llevo a emprender en el rubro librerías.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
3. Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado	✓			✓		✓	SI () NO (X)
4. Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
5. Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
6. Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
7. Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
8. Reconoce una oportunidad de negocio	✓			✓		✓	SI () NO (X)


 Mg. Sc. Patricia Patricia Sandoval
 REG. UNIC. DE COLEO N. 114

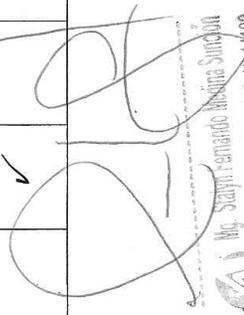
9. El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
10. Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
11. La toma de decisiones la haces tras un análisis previo.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
12. Para decidir tiene que ver que haya ganancias después de la inversión	✓			✓		✓	SI () NO (X)
13. A qué edad empezó su emprendimiento empresarial .	✓			✓		✓	SI () NO (X)
14. Ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
15. Ha tenido miedo de iniciar en su emprendimiento.	✓			✓		✓	SI () NO (X)
16. Desde que inició su negocio, ha incrementado su capital	✓			✓		✓	SI () NO (X)
17. Ha tenido problemas con su cartera de proveedores .	✓			✓		✓	SI () NO (X)


 M. Sergio Fernando Mejía Jara
 REG. UNIC DE COLOMBIA N° 1000-

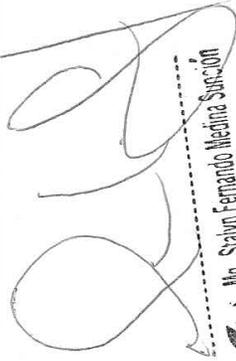
18. Posee medio de Transporte para sus productos.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
19. Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
20. Ha incorporado nuevos Productos y servicios.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
21. Promociona su producto mediante las redes sociales.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
22. Considera que ha marcado la diferencia de su negocio respecto a los de la competencia.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
23. Existe diferenciación entre su negocio y los demás.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
24. Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
25. Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)


 Dr. Evelyn Ferrnando Andara Suncion
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 11199

ítems relacionados con la variable: FINANCIAMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Inicio su negocio solo con sus ahorros.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2. Ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
3. Suele reinvertir las ganancias en su empresa.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
4. Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
5. Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
6. La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
7. La empresa le ha generado suficientes ahorros para sostenerla.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
8. Prefiere ahorrar que a reinvertir en su empresa	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
9. La inversión le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito.	✓			✓		✓	SI () NO (✓)


 Mg. Stany Fernando Medina Surobiti
 2020-08-19

10. Su empresa se sostiene con préstamos bancarios.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
11. La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja rentabilidad de su empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
12. Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
13. Sus amigos tienen participación en su empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)
14. Ha tenido que vender algún bien para sostener su empresa	<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (X)



 Mg. Stalyn Fernando Medina Succión
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 14199

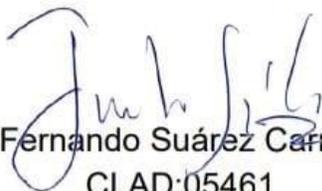
CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo. Fernando Suárez Carrasco.....
Identificado con DNI 02646283..... MAGISTER
en Administración.....:

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento de recolección de datos: Cuestionario....., elaborado por Miguel Josué Varona Silva, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (Muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “Emprendimiento y financiamiento en las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, Año 2021”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar resultados.

Piura, 18 de enero de..... 2021



Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD:05461

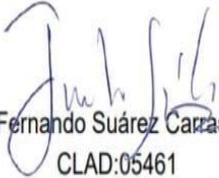
ítems relacionados con la variable: EMPREDIMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad.	X			X		X	SI () NO (X)
2. La ausencia de oportunidades de trabajo le llevo a emprender en el rubro librerías.	X			X		X	SI () NO (X)
3. Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado	X			X		X	SI () NO (X)
4. Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades.	X			X		X	SI () NO (X)
5. Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa..	X			X		X	SI () NO (X)
6. Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
7. Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población.	X			X		X	SI () NO (X)
8. Reconoce una oportunidad de negocio	X			X		X	SI () NO (X)

9. El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias.	X			X		X	SI () NO (X)
10. Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio.	X			X		X	SI () NO (X)
11. La toma de decisiones la haces tras un análisis previo.	X			X		X	SI () NO (X)
12. Para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión	X			X		X	SI () NO (X)
13. A qué edad empezó su emprendimiento empresarial .	X			X		X	SI () NO (X)
14. Ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas.	X			X		X	SI () NO (X)
15. Ha tenido miedo de iniciar en su emprendimiento.	X			X		X	SI () NO (X)
16. Desde que inició su negocio, ha incrementado su capital	X			X		X	SI () NO (X)
17. Ha tenido problemas con su cartera de proveedores .	X			X		X	SI () NO (X)

18. Posee medio de Transporte para sus productos.	X			X		X	SI () NO (X)
19. Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos	X			X		X	SI () NO (X)
20. Ha incorporado nuevos Productos y servicios.	X			X		X	SI () NO (X)
21. Promociona su producto mediante las redes sociales.	X			X		X	SI () NO (X)
22. Considera que ha marcado la diferencia de su negocio respecto a los de la competencia.	X			X		X	SI () NO (X)
23. Existe diferenciación entre su negocio y los demás.	X			X		X	SI () NO (X)
24. Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio	X			X		X	SI () NO (X)
25. Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece.	X			X		X	SI () NO (X)

Ítems relacionados con la variable: FINANCIAMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Inicio su negocio solo con sus ahorros.	X			X		X	SI () NO (X)
2. Ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
3. Suele reinvertir las ganancias en su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
4. Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera.	X			X		X	SI () NO (X)
5. Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio.	X			X		X	SI () NO (X)
6. La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar.	X			X		X	SI () NO (X)
7. La empresa le ha generado suficientes ahorros para sostenerla.		X		X	X		SI () NO (X)
8. Prefiere ahorrar que a reinvertir en su empresa	X			X		X	SI () NO (X)
9. La inversión le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito.	X		X			X	SI () NO (X)

10. Su empresa se sostiene con préstamos bancarios.	X			X		X	SI () NO (X)
11. La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja rentabilidad de su empresa.	X		X			X	SI () NO (X)
12. Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
13. Sus amigos tienen participación en su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
14. Ha tenido que vender algún bien para sostener su empresa	X		X			X	SI () NO (X)


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CLAD:05461

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Fernando Suárez Carrasco, Identificado con DNI 02616283 MAGISTER en Administración, Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por Miguel Josué Varona Silva, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (Muestra) seleccionada para el trabajo de investigación “Emprendimiento y financiamiento en las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, Año 2021”, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar resultados.

Piura, 12 de enero 2021


Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CLAD: 05461

items relacionados con la variable: EMPREDIMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más items para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad.	X			X		X	SI () NO (X)
2. La ausencia de oportunidades de trabajo le llevo a emprender en el rubro librerías.	X			X		X	SI () NO (X)
3. Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado	X			X		X	SI () NO (X)
4. Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades.	X			X		X	SI () NO (X)
5. Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa..	X			X		X	SI () NO (X)
6. Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
7. Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población.	X			X		X	SI () NO (X)
8. Reconoce una oportunidad de negocio	X			X		X	SI () NO (X)
9. El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias.	X			X		X	SI () NO (X)

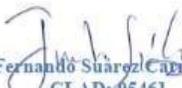
10. Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio.	X			X		X	SI () NO (X)
11. La toma de decisiones la haces tras un análisis previo.	X			X		X	SI () NO (X)
12. Para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión	X			X		X	SI () NO (X)
13. A qué edad empezó su emprendimiento empresarial .	X			X		X	SI () NO (X)
14. Ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas.	X			X		X	SI () NO (X)
15. Ha tenido miedo de iniciar en su emprendimiento.	X			X		X	SI () NO (X)
16. Desde que inició su negocio, ha incrementado su capital	X			X		X	SI () NO (X)
17. Ha tenido problemas con su cartera de proveedores .	X			X		X	SI () NO (X)
18. Posee medio de Transporte para sus productos.	X			X		X	SI () NO (X)
19. Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos	X			X		X	SI () NO (X)

20. Ha incorporado nuevos Productos y servicios.	X			X		X	SI () NO (X)
21. Promociona su producto mediante las redes sociales.	X			X		X	SI () NO (X)
22. Considera que ha marcado la diferencia de su negocio respecto a los de la competencia.	X			X		X	SI () NO (X)
23. Existe diferenciación entre su negocio y los demás.	X			X		X	SI () NO (X)
24. Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio	X			X		X	SI () NO (X)
25. Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece.	X			X		X	SI () NO (X)

ítems relacionados con la variable: FINANCIAMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Inicio su negocio solo con sus ahorros.	X			X		X	SI () NO (X)
2. Ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)

3. Suele reinvertir las ganancias en su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
4. Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera.	X			X		X	SI () NO (X)
5. Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio.	X			X		X	SI () NO (X)
6. La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar.	X			X		X	SI () NO (X)
7. La empresa le ha generado suficientes ganancias para sostenerla.	X			X		X	SI () NO (X)
8. Prefiere ahorrar que a reinvertir en su empresa	X			X		X	SI () NO (X)
9. La rentabilidad de su empresa le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito.	X			X		X	SI () NO (X)
10. Su empresa se sostiene con préstamos bancarios.	X			X		X	SI () NO (X)
11. La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja utilidad de su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
12. Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa.	X			X		X	SI () NO (X)

13. Sus amigos tienen participación en su empresa.	X			X		X	SI () NO (X)
14. Ha tenido que vender algún activo para financiar su empresa	X			X		X	SI () NO (X)


 Lic. Fernando Suárez Caprasco Dr.
 CLAD: 05461

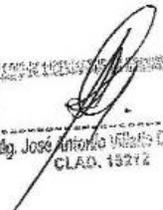
CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo... *José Antonio Villalta Cornejo*
Identificado con DNI *46845613* MAGISTER
en... *Gestión Pública y Gobernabilidad*...

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento de recolección de datos:....., elaborado por Miguel Josué Varona Silva, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (Muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "Emprendimiento y financiamiento en las MYPES comerciales – rubro librerías del centro de Piura, Año 2021", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar resultados.

Piura, *19 de Enero del* 2021


CLAO. 43272

Ítems relacionados con la variable: EMPRENDIMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiriescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Su empresa es una idea, un sueño hecha realidad.	SI			NO			SI () NO (P)
2. La ausencia de oportunidades de trabajo le llevo a emprender en el rubro librerías.	SI			NO		NO	SI () NO (P)
3. Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado	SI			NO		NO	SI () NO (P)
4. Se inició en el negocio de librería porque confiaba en sus capacidades.	SI			NO		NO	SI () NO (P)
5. Siente el apoyo familiar el manejo de la empresa..	SI			NO		NO	SI () NO (P)
6. Tiene asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa.	SI			NO		NO	SI () NO (P)
7. Antes de hacer una inversión analiza la oferta y la demanda de la población.	SI			NO		NO	SI () NO (P)
8. Reconoce una oportunidad de negocio	SI			NO		NO	SI () NO (P)

9. El periodo escolar es el que más le rinde en ganancias.	SI				NO	SI () NO (X)
10. Ha tenido que diversificar sus productos para no perder en su negocio.	SI				NO	SI () NO (X)
11. La toma de decisiones la haces tras un análisis previo.	SI				NO	SI () NO (X)
12. Para decidir tiene que ver que haya ganancia después de la inversión	SI				NO	SI () NO (X)
13. A qué edad empezó su emprendimiento empresarial .	SI				NO	SI () NO (X)
14. Ha cursado estudios sobre negocios o administración de empresas.	SI				NO	SI () NO (X)
15. Ha tenido miedo de iniciar, en su emprendimiento.	SI				NO	SI () NO (X)
16. Desde que inició su negocio, ha incrementado su capital	SI				NO	SI () NO (X)
17. Ha tenido problemas con su cartera de proveedores .	SI				NO	SI () NO (X)


 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 DR. JOSÉ ANTONIO VILLALBA
 CLAS. 1501A

18. Posee medio de Transporte para sus productos.	Si				NO	SI () NO (X)
19. Tiene conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos	Si				NO	SI () NO (X)
20. Ha incorporado nuevos Productos y servicios.	Si				NO	SI () NO (X)
21. Promociona su producto mediante las redes sociales.	Si				NO	SI () NO (X)
22. Considera que ha marcado la diferencia de su negocio respecto a los de la competencia.	Si				NO	SI () NO (X)
23. Existe diferenciación entre su negocio y los demás.	Si				NO	SI () NO (X)
24. Suele crear nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio	Si				NO	SI () NO (X)
25. Ha pensado en mejorar la calidad del servicio que ofrece.	Si				NO	SI () NO (X)


 GOBIERNO DE CHIAPAS
 SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS
 M. JOSÉ LUIS ESCOBAR
 CLAB. 15712

Ítems relacionados con la variable: FINANCIAMIENTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el tiempo?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Inicio su negocio solo con sus ahorros.	Si			No		No	SI () NO (X)
2. Ha tenido el apoyo de familiares para formaliza su empresa.	Si			No		No	SI () NO (X)
3. Suele reinvertir las ganancias en su empresa.	Si			No		No	SI () NO (X)
4. Su empresa no puede sostenerse con los ingresos que genera.	Si			No		No	SI () NO (X)
5. Ha solicitado préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio.	Si			No		No	SI () NO (X)
6. La rentabilidad de la empresa le ha permitido ahorrar.	Si			No		No	SI () NO (X)
7. La empresa le ha generado suficientes ahorros para sostenerla.	Si			No		No	SI () NO (X)
8. Prefiere ahorrar que a reinvertir en su empresa	Si			No		No	SI () NO (X)
9. La inversión le permite cumplir con los intereses de la línea de crédito.	Si			No		No	SI () NO (X)


 M.D. JOSÉ ANTONIO...
 CLAD: 15/12/12

10. Su empresa se sostiene con préstamos bancarios.	Si			NO	NO	SI () NO (X)
11. La necesidad del préstamo bancario obedece a una baja rentabilidad de su empresa.	Si			NO	NO	SI () NO (X)
12. Ha recurrido a préstamos de amigos para mantener la empresa.	Si			NO	NO	SI () NO (X)
13. Sus amigos tienen participación en su empresa.	Si			NO	NO	SI () NO (X)
14. Ha tenido que vender algún bien para sostener su empresa	Si			NO	NO	SI () NO (X)



 Mg. José Antonio Villalón C.

 C.I.A.R. 45212

ANEXO 3: MATRIZ INDICADOR PREGUNTA

Variables	Dimensiones	Indicadores	Pregunta
Emprendimiento en las MYPE	Características	Motivación	Tabla N° 01: El inicio de la empresa hecho realidad Tabla N° 02: La ausencia de oportunidades como causa de emprendimiento en el rubro de librería Tabla N° 03: Inicio el negocio de librería a partir de un estudio de mercado Tabla N° 04. El negocio de librería y las capacidades emprendedoras
		Autoeficacia	Tabla N° 05: Capacidad para manejar una empresa cualquiera fuera el rubro Tabla N° 06: El apoyo familiar el manejo de la empresa Tabla N° 07: Asesoría y/o apoyo externo para el manejo de la empresa Tabla N° 08. Estudio del mercado de librerías en Piura Tabla N° 09: Análisis de la oferta y la demanda de la población
		Reconocimiento de oportunidades	Tabla N° 10: Reconocimiento de una oportunidad de ganancia
		Explotación de oportunidades	Tabla N° 11: Capital para ampliar su negocio Tabla N° 12: Ganancias en el periodo escolar Tabla N° 13 Diversificación de productos para no perder el negocio

		Toma de decisiones	Tabla N° 14. Toma de decisiones sin consultarles a otras personas Tabla N° 15: La toma de decisiones previo un análisis previo
Dimensiones del emprendimiento	individuo		Tabla N° 16: Existencia de ganancias para decidir Invertir Tabla N° 17: Estudios sobre negocios o administración de empresas Tabla N° 18 : Temor a emprender el negocio de librerías Tabla N° 19 : Incremento de capital desde el inicio del negocio
	Entorno		Tabla N° 20 : Requerimiento de proveedores Tabla N° 21: Problemas con la cartera de proveedores Tabla N° 23: Medio de Transporte para sus productos
	Proceso		Tabla N° 28: Promoción de producto mediante las redes sociales Tabla N° 29: Existe diferenciación entre su negocio y los demás Tabla N° 30: Creación de nuevas formas y/o estrategias para mejorar su negocio Tabla N° 31: Mejora de la calidad del servicio que ofrece
	Organización		Tabla N° 24: Conocimiento del perfil de los consumidores de sus productos Tabla N° 25: Reconocimiento de oportunidad de negocio Tabla N° 26: Conocimiento de las alzas bajas del Mercado Tabla N° 27: Incorporación de nuevos Productos y servicios

Financiamiento en las MYPE	Fuentes de Financiamiento	Financiamiento Interno	Tabla N° 32: Inicio emprendedor del negocio con ahorros propios Tabla N° 33: Apoyo de familiares para formalizar el negocio de las librerías
		Financiamiento Externo	Tabla N° 34: Reinversión de las ganancias en el negocio Tabla N° 35: Sostenimiento del Negocio con los ingresos Tabla N° 36: Endeudamiento para continuar con el negocio
	tipos de financiamiento	Línea de crédito Ahorros Préstamos bancario	Tabla N° 37: Préstamos a entidad bancaria para ampliar el negocio Tabla N° 38: La rentabilidad de la empresa y el ahorro Tabla N° 39: Generación de ahorros para sostener el negocio .

ANEXO 4: LIBRO DE CODIGOS

VARIABLE: EMPRENDIMIENTO

P	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15		16		17		18		19		20			
	Si	No																																								
1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0		
2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
3	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
4	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
5	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0
6	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
7	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
8	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0
9	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
10	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1
11	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0
12	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
13	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1
14	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0
15	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
16	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0
17	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0

18	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1
19	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	
20	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0
21	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1
22	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
23	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0
24	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1
25	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0
fi	23	16	25	14	26	13	27	12	23	16	21	18	26	13	29	10	21	18	27	12	25	14	24	15	23	16	22	17	28	11	24	15	28	11	23	17	24	15	26	13	23	17	24	15	26	13

Total	39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39		39			
%	60%	40%	65%	35%	70%	30%	70%	30%	60%	30%	55%	45%	65%	35%	75%	25%	55%	45%	70%	30%	65%	35%	60%	40%	55%	45%	60%	40%	75%	25%	60%	40%	75%	25%	60%	40%	75%	25%	60%	40%	75%	25%	60%	40%	65%			
Total	100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%	

VARIABLE: FINANCIAMIENTO

P	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15		16		17		18		19		20	
	Si	No																																						
1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
2	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
3	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
4	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
5	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1		1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1

Total	5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5		5	
%	80,0%	20,0%	60,0%	40,0%	60,0%	40,0%	80,0%	20,0%	80,0%	20,0%	80,0%	20,0%	100,0%	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0,0%	60,0%	40,0%	100,0%	0,0%	80,0%	20,0%	100,0%	0,0%	80,0%	20,0%	80,0%	20,0%	60,0%	40,0%	60,0%	40,0%	80,0%	
Total	100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%		100,0%	

ANEXO 5: TURNITIN

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 13-feb.-2021 22:10 -05

Identificador: 1508953957

Número de palabras: 23948

Entregado: 1

EMPRENDIMIENTO Y FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES
COMERCIALES RUBRO LIBRERIAS DEL CENTRO DE PIURA,
AÑO 2021 Por MIGUEL JOSUE VARONA SILVA

Similitud según fuente	
Índice de similitud	
0%	
Internet Sources:	0%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	0%

ANEXO 6: CONSTANCIA DE NO ADEUDO

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) VARONA SILVA MIGUEL JOSUE , con código de matrícula 1211101077, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

TRUJILLO, 11 DE FEBRERO DEL 2021.



V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

(*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.