

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE**

**ESCUELA DE POSTGRADO**



El emprendimiento como generador de ingresos para las familias  
de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por la COVID-19,

Lima Metropolitana, 2020

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y  
FINANZAS INTERNACIONALES**

**AUTORA**

**Guianella Paola Centeno Sihuas**

**ASESOR**

**Carmen Valdivia Arenas**

**Lima, Perú**

**2023**

## METADATOS COMPLEMENTARIOS

### Datos del autor

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	
Número de Orcid (opcional)	

### Datos del asesor

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	
Número de Orcid (obligatorio)	

### Datos del Jurado

#### Datos del presidente del jurado

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

#### Datos del segundo miembro

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

#### Datos del tercer miembro

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

**Datos de la obra**

Materia	
Campo del conocimiento OCDE Consultar el listado:	
Idioma (Normal ISO 639-3)	
Tipo de trabajo de investigación	
País de publicación	
Recurso del cual forma parte (opcional)	
Nombre del grado	
Grado académico o título profesional	
Nombre del programa	
Código del programa Consultar el listado:	

### **Dedicatoria**

A Dios, por permitirme lograr cada meta que me propongo; por darme las fuerzas para no rendirme ante cualquier situación.

A mis padres, por acompañarme en cada una de mis metas académicas.

A Sebastian, por apoyarme siempre.

### **Agradecimientos**

Agradezco especialmente a mi asesora, la Mg. Carmen Valdivia Arenas, por su dedicación, su paciencia y profesionalismo. Fue quien me impulsó, apoyó y motivó durante toda esta experiencia académica.

Agradezco a los docentes de la UCSS, por el apoyo que me han brindado siempre para seguir creciendo profesionalmente.

## RESUMEN

La presente investigación evidencia que emprender un negocio durante la pandemia por la COVID-19 genera ingresos. El estudio se realizó en Lima Metropolitana en el año 2020, a raíz de la crisis sanitaria presentada a nivel mundial. Este fue un periodo de incertidumbre para toda la población, debido a la inestabilidad económica y laboral que atravesó, en el cual existió un grupo de jóvenes empleados y otro grupo de desempleados, en ambos casos, con las mismas necesidades básicas para sobrevivir. Para ello, se analizó algunos antecedentes similares a la presente investigación para observar el impacto del emprendimiento en otros escenarios. Así mismo, se revisó algunas bases teóricas que servirán de apoyo para comprender la importancia de poseer conocimientos básicos sobre la administración de un negocio. También, se ha estudiado el perfil del emprendedor, sus tipos y clasificación. Con esta investigación, se buscó identificar (a) el motivo principal para emprender; (b) cuáles son las principales barreras que dificultan poner en marcha un emprendimiento; (c) si son las TIC lo que permite la permanencia del negocio en el tiempo; y (d) si realmente el negocio que han emprendido los jóvenes les ha generado el ingreso suficiente. El tipo de investigación es no experimental. Se elaboró un cuestionario que fue validado por tres expertos (ver Anexo 4, Anexo 5 y Anexo 6) y se encuestó a 385 jóvenes (ver Anexo 1, Anexo 2 y Anexo 3). Con los resultados obtenidos en las estadísticas, se identificó y analizó las ideas principales para derivarlas y dar respuestas a los objetivos.

Se concluyó que el motivo principal de emprender es lograr una meta personal (56.1%). Así mismo, se ha demostrado que la principal barrera que dificulta a los jóvenes para emprender es el financiamiento, tanto para los jóvenes que han emprendido (40.1%) como para los que no lo hicieron (51.9 %), dado que no es fácil acceder a un préstamo. También, se demostró que el desconocimiento de mercado es otra de las barreras que dificultan el emprendimiento. Con respecto a las TIC, se demostró, con un 78.1%, que estas permitieron la comercialización de sus productos y que estos perduren en el tiempo. Finalmente, se demuestra, con un 34.6% de los jóvenes, que han obtenido los ingresos suficientes para solventar sus gastos gracias a sus emprendimientos.

**Palabras clave:** Emprendimiento, desempleo, financiamiento, desconocimiento del mercado, barreras para el emprendimiento, TICs, ingresos.

## ABSTRACT

The purpose of this research was to inform young people that starting a business during the covid-19 pandemic generates income for their families. The study was carried out in Metropolitan Lima in 2020, as a result of the health crisis presented worldwide, since it was a period full of uncertainties for the entire population, due to the economic and labor instability that we were going through, since there was a group of young employees and another group of unemployed, in both cases, with the same basic needs to survive. For this, some background similar to our research was analyzed to see the impact that the venture had in other scenarios. Likewise, some theoretical bases that will serve as support to understand the importance of having basic knowledge about the administration of a business were reviewed. Also, the profile of the entrepreneur, its types and classification have been studied. With this research, we sought to identify the main reason for undertaking, what are the main barriers that make it difficult to start a venture, if ICTs are what allow the business to last over time and if the business that young people have really started, has generated enough income for them. The type of research is non-experimental, a questionnaire was developed that was validated by three experts and 385 young people were surveyed. With the results obtained in the statistics, the main and important ideas were identified and analyzed to derive them and give answers to the objectives.

Finally, the conclusion reached was that the main reason for undertaking is for a personal goal with 56.1%. Likewise, it has been shown that the main barrier that makes it difficult for young people to undertake is financing, both for young people who have undertaken with 40.1% and those who did not manage to do so with 51.9%, since it is not easy to be able to access a loan. Also, it was shown that ignorance of the market is another of the barriers that hinder entrepreneurship. And with respect to Tics, it was demonstrated with 78.1% that it was what allowed the commercialization of their products and that these last over time. Finally, it is demonstrated with 34.6% of young people, who have obtained sufficient income to cover their expenses thanks to their ventures.

**Keywords:** Entrepreneurship, unemployment, financing, ignorance of the market, barriers to entrepreneurship, ICTs, income.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1 Problema general .....	4
1.2.2 Problemas específicos .....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.4.1 Objetivo general .....	5
1.4.2 Objetivos específicos .....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	6
2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....	6
2.2 BASES TEÓRICAS .....	12
2.2.1 Gestión empresarial .....	12
2.2.2 Emprendimiento .....	13
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	20
2.4 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN .....	20
2.4.1 Hipótesis general .....	21
2.4.2 Hipótesis específicas.....	21
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA .....	22
3.1 DISEÑO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
3.2 VARIABLES.....	22
3.2.1 Definición conceptual de las variables .....	22
3.2.2 Definición operacional de las variables .....	24
3.3 LIMITACIONES.....	25



3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	25
3.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS ..	25
3.6	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.....	26
	CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....	27
4.1	CARACTERIZACIÓN DE LIMA METROPOLITANA .....	27
4.2	DESEMPLEO Y EMPRENDIMIENTO DURANTE LA PANDEMIA .....	30
4.2.1	El desempleo durante la pandemia .....	30
4.2.2	El emprendimiento durante la pandemia .....	33
4.3	BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL .....	40
4.3.1	Financiamiento .....	41
4.3.2	Desconocimiento del mercado .....	49
4.4	LAS TIC Y EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL.....	52
4.5	INGRESOS Y EMPRENDIMIENTO .....	55
4.6	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS .....	59
	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
	REFERENCIAS .....	68
	ANEXOS .....	75

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables.....	24
Tabla 2. Distritos de Lima .....	28
Tabla 3. Tasa de empleo años 2019-2020 .....	30
Tabla 4. Situación del mercado laboral en Lima 2020.....	31
Tabla 5. Empresas constituidas en Lima Metropolitana 2020.....	34
Tabla 6. Pruebas de chi-cuadrado (hipótesis 1) .....	60
Tabla 7. Tabla cruzada Negocio*financiamiento .....	60
Tabla 8. Pruebas Chi-cuadrado (hipótesis 2) .....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El triángulo invertido .....	14
Figura 2. Características de los emprendedores .....	16
Figura 3. Mapa de Lima Metropolitana.....	29
Figura 4. Emprendimientos juveniles dentro del contexto de la pandemia por la COVID-19, Lima Metropolitana, 2020 .....	34
Figura 5. Jóvenes empleados con emprendimientos, Lima Metropolitana, 2020.....	35
Figura 6. Jóvenes empleados sin emprendimientos, Lima Metropolitana, 2020.....	36
Figura 7. Motivo para emprendimiento de negocio de los jóvenes, Lima Metropolitana, 2020 .....	37
Figura 8. Carácter del emprendimiento de los jóvenes. Lima Metropolitana. 2020 .....	38
Figura 9. Tipo de emprendimiento de los jóvenes, Lima Metropolitana, 2020.....	38
Figura 10. Formalidad de los emprendimientos juveniles, Lima Metropolitana, 2020 ..	39
Figura 11. Principales dificultades de los emprendedores durante la pandemia por la COVID-19, Lima Metropolitana, 2020 .....	40
Figura 12. Principales dificultades para emprender un negocio, Lima Metropolitana, 2020 .....	41
Figura 13. Jóvenes que recibieron préstamos de una entidad financiera, Lima Metropolitana, 2020 .....	42
Figura 14. Principales dificultades del joven emprendedor al obtener un préstamo, Lima Metropolitana, 2020 .....	42
Figura 15. Factibilidad de obtener un préstamo para el joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020 .....	43
Figura 16. Factibilidad de un joven para solicitar un préstamo, Lima Metropolitana, 2020 .....	44
Figura 17. Inversión aproximada del negocio del joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020 .....	47
Figura 18. Principal fuente de financiamiento, Lima Metropolitana, 2020 .....	48
Figura 19. Identificación del producto o servicio a ofrecer en el mercado, Lima Metropolitana, 2020 .....	49
Figura 20. Ciclo de vida del producto .....	50

Figura 21. Uso de aplicaciones digitales para los negocios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020 .....	52
Figura 22. Aplicaciones con mayor uso en los negocios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020 .....	53
Figura 23. Crecimiento de los negocios de los jóvenes emprendedores con el uso de aplicaciones, Lima Metropolitana, 2020 .....	54
Figura 24. Tipo de venta de los productos o servicios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020 .....	55
Figura 25. Ingresos según el tipo de venta de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020 .....	56
Figura 26. Nivel de solvencia económica del negocio del joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020 .....	56
Figura 27. Nivel de solvencia económica de un negocio para un joven que desea emprender, Lima Metropolitana, 2020 .....	57
Figura 28. El triángulo invertido .....	59
Figura 29. Recuento negocio-financiamiento .....	61
Figura 30. Recuento negocio-mercado .....	63

## INTRODUCCIÓN

Con la llegada de la pandemia de la COVID-19, el Perú fue afectado, dado que no estaba preparado para afrontar esta crisis. Ante esta situación, gran mayoría de la población experimentó incertidumbre con respecto a su estabilidad laboral y a sus ingresos monetarios, pues Lima Metropolitana, al igual que otros lugares del país, recibió un impacto negativo que afectó a su canasta básica familiar.

A partir de esta crisis se ha dado mayor impulso a la iniciativa de emprender un negocio, lo cual se ha convertido, entre los jóvenes, en una alternativa de ingreso para solventar sus gastos. Cabe resaltar que no es fácil poner en marcha un emprendimiento, más aún dentro del contexto, dado que hay que adaptarse a condiciones más estrictas. Así mismo, implica conseguir los recursos para que este funcione y obtenga el rendimiento esperado. Lamentablemente, hay barreras que impiden que el joven con espíritu emprendedor pueda ejecutar un negocio. Por tal motivo, el objetivo de la presente investigación es dar a conocer a los jóvenes que emprender es una vía de sostenibilidad económica. No será fácil, pero con apoyo del estudio y análisis que se realizará, se podrá fortalecer la idea o proyecto que tienen en mente para que lo pongan en marcha.

La tesis está compuesta por cinco capítulos. En el primero, se plantean el problema, la justificación y los objetivos. En el segundo, se revisan los antecedentes nacionales, internacionales, la fundamentación de las variables del estudio, la definición de términos básicos y las hipótesis. En el tercero, se describe el diseño y el alcance de investigación, las variables y su conceptualización, la definición operacional de las variables y las limitaciones, la población y muestra, además de la técnica e instrumentos utilizados para la recolección de datos, y, finalmente, la confiabilidad y validez del instrumento. En el cuarto capítulo, se describe la caracterización de Lima Metropolitana, el desempleo, la iniciativa de los emprendimientos juveniles, el análisis de las barreras del emprendimiento y el impacto de las TIC; además del contraste con los resultados. Por último, en el quinto capítulo, se exponen las conclusiones y las recomendaciones.

# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo, se desarrollan los aspectos previos de la investigación tales como el planteamiento del problema, la justificación y el objetivo, tanto general como específico.

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En diciembre del 2019, la Organización Mundial de la Salud (OMS) obtuvo reportes por parte de la ciudad de Wuhan, en China, sobre una enfermedad desconocida que causaba neumonía. Esta fue identificada en enero del 2020 como la COVID-19, una enfermedad infecciosa generada por un grupo de virus que se transmiten al tener contacto de persona a persona. Asimismo, no se tenía la certeza de quién podía estar contagiado, dado que la persona podía presentar síntomas o ser asintomático. En ese tiempo, esta enfermedad se extendió hacia los continentes de Asia, Europa y América. Por ello, la OMS realizó una publicación de Plan estratégico de preparación y respuesta de manera internacional para ayudar a aquellos países que carecen de un buen sistema de salud a enfrentar este mal (OMS, 2020).

Ante la situación descrita, el Perú se declaró en estado de Emergencia y estableció la cuarentena obligatoria desde el 15 de marzo del 2020, debido al número creciente de casos durante la pandemia. Ello supuso el cierre total de las fronteras y del transporte, lo cual obligó a la población a permanecer en sus domicilios (Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM, 2020).

Así mismo, esto llevó a la paralización de las actividades económicas, lo cual afectó a los negocios y el trabajo independiente e informal. En este marco, muchas de las personas tanto del género femenino como del masculino perdieron su empleo, ya que las empresas fueron obligadas a reducir el personal por el riesgo de contagio y las restricciones dadas por el gobierno. Ello limitó y desmotivó a los desempleados a sumergirse en la búsqueda de nuevos puestos de trabajo, ya que, si lograban obtenerlo, este no cumpliría sus expectativas.

De acuerdo con el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020), la pandemia de la COVID-19 ha provocado una pérdida de aproximadamente 81 millones de empleos en la región Asia y el Pacífico en el año 2020. Cabe mencionar que

la población más perjudicada es la de los jóvenes y las mujeres. Si antes de esta crisis ya era un problema obtener un puesto de trabajo; ahora, con la pandemia, es más complicada la situación, dado que se estableció una reducción en las horas de trabajo. Esto generó una disminución del valor promedio de los ingresos, los cuales fueron 10% menores en el primer trimestre del 2020 (OIT, 2020).

Así mismo, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021) presentó un informe técnico del último trimestre del año 2020. En este, se indicó que entre los jóvenes menores de 25 años se registró la mayor tasa de desempleo, con 14.7%. Luego, los de 25 a 44 años de edad registraron una tasa de 7.4%, y los de 45 años a más, 3.6%.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, la gran mayoría de la población fue impulsada por la necesidad a generarse un autoempleo y a emprender su propio negocio para generar ingresos. Según la investigación de Datum Internacional (2020), el Perú ha sido reconocido por ser uno de los países con la tasa más alta de emprendimientos a nivel mundial y regional. El 2020, de acuerdo con los estudios realizados, el 63% de peruanos tuvieron un emprendimiento y para el 55% de este grupo fue su único medio de ingresos. Se debe considerar que la mayor parte son informales, dado que, ante el incremento del desempleo, la informalidad ha sido una alternativa para solventar sus gastos, principalmente para las mujeres, jóvenes y personas de bajos recursos (Datum Internacional, 2020).

Además, es importante mencionar que el 42% de los emprendimientos surgieron a inicios de la crisis sanitaria, y que se evidenció un aumento de 17% en los meses de noviembre y diciembre. Los emprendedores se han adaptado a las circunstancias y han utilizado como medio de comunicación principal las redes sociales para dar a conocer su producto o servicio y a su vez trabajar con transferencias bancarias, aplicativos, etc. para brindarles mayor flexibilidad a los clientes en la forma de pago (Datum Internacional, 2020).

Por lo tanto, es de suma importancia saber, en estos tiempos, si emprender un negocio es una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana dentro del contexto de la pandemia de la COVID-19. Ante ello, se plantean las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el principal motivo para emprender?, ¿cuáles son las principales barreras para emprender?, ¿son las TIC lo que permite a los jóvenes

emprendedores perdurar en el tiempo? y ¿los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en el marco de la pandemia de la COVID-19?

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema general**

El problema general es el siguiente: ¿es el emprendimiento una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana a consecuencia de la pandemia por la COVID-19?

### **1.2.2 Problemas específicos**

Los problemas específicos son los siguientes:

- ¿El desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19?
- ¿La falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras para que los jóvenes en Lima Metropolitana puedan emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19?
- ¿Son las TIC las que permiten a los jóvenes emprendedores en Lima Metropolitana perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19?
- ¿Los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana en el marco de la pandemia por la COVID-19?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

La crisis sanitaria por la pandemia de la COVID-19 ha trascendido a nivel mundial y ha generado deficiencias en los distintos aspectos: políticos, económicos, sociales y eco-ambientales. Ciertamente, el Perú no estaba preparado para enfrentar esta crisis y la población ha buscado la manera de salir adelante a través de todos los medios posibles, ya sea de manera formal o informal. Sin embargo, es más complicado para los jóvenes poder encontrar estabilidad económica y más aún si no se cuenta con el suficiente apoyo



de las autoridades. Por lo tanto, al encontrarse en esta situación, han procedido a emprender un negocio, quizá sin una base fundamental y arriesgándose a no obtener los resultados esperados.

Con esta investigación, se dará conocer a los jóvenes desempleados una vía de sostenibilidad y de motivación para que puedan empezar su propio emprendimiento en estos tiempos difíciles y también a aquellos que ya iniciaron, pero que aún no alcanzan el rendimiento esperado. A su vez, este trabajo reflejará y dará a conocer un tema que ha sido escasamente considerado por las autoridades y que esperamos que a través de los resultados contribuya a involucrarlas en sus planes de desarrollo.

## **1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar si el emprendimiento es una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana a consecuencia de la pandemia por la COVID-19.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Los objetivos específicos son los que siguen:

- Determinar si el desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- Determinar si el financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- Determinar si las TIC permiten a los jóvenes emprendedores en Lima Metropolitana perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- Determinar si los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana en el marco de la pandemia por la COVID-19.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se han revisado los antecedentes tanto nacionales como internacionales acerca del tema de esta investigación. También, se presentan la fundamentación de las variables del estudio, la definición de términos básicos empleados y el establecimiento de las hipótesis.

### 2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Se ha revisado la tesis de Vélez (2011), que realizó la investigación para optar por el grado de magíster en Educación y Desarrollo Social en la escuela de posgrado de la Universidad Tecnológica Equinoccial (Cuenca, Ecuador). El título de la tesis es *La formación de jóvenes para emprendimientos como alternativa para el desarrollo local*. La investigación parte de algunas perspectivas trascendentales como la oportunidad de los jóvenes para acceder a un trabajo, así como la débil formación, inclusión y participación en los emprendimientos. Dado que, en el cantón Azogues, provincia del Cañas, la principal oferta laboral en las zonas rurales y urbanas son la construcción y agricultura, los jóvenes son limitados a acceder a tales alternativas para la inserción laboral, por lo que buscan migrar a otros países.

Por ello, el objetivo de la autora fue determinar el nivel de reconocimiento y aplicabilidad de los procesos de formación para los jóvenes con respecto a los emprendimientos, además de que este sea una opción de producir un impacto positivo en el desarrollo local. Para este estudio, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario a través de encuestas y entrevistas. La investigación concluyó que la educación puede potenciar las capacidades y aptitudes emprendedoras. Asimismo, se concluyó que, para la recuperación de un territorio, es esencial contar con un personal técnico competente para cada fin. Es necesario ser permanentes en lo que respecta a la educación, formación y aprendizaje, pues ello contribuye de manera considerable promoviendo los intereses de las personas como el empleo, la erradicación de la pobreza, la inclusión social y el crecimiento económico sostenido en una economía mundializada.

Por otro lado, se consultó la tesis de Arango (2011), quien realizó la investigación para optar el grado de magíster en Administración (MBA) en la escuela de posgrado de

la Universidad de Medellín (Medellín, Colombia). El título de la tesis es *Identificación de los factores que tienen mayor relevancia en la creación de una nueva empresa en la ciudad de Medellín desde la perspectiva del emprendedor empresarial*. La investigación surge al observar que son pocos los emprendedores en la ciudad de Medellín que logran emprender un negocio, en comparación con aquellos emprendedores que tienen una motivación y son capacitados con ideas para planificar su empresa. Por lo tanto, el autor se planteó identificar cuáles son los factores con mayor relevancia para crear nuevas empresas que se promuevan en el Parque del Emprendimiento, con el fin de aportar mejoras en los programas sobre emprendimiento empresarial que impulsan las distintas instituciones en la ciudad de Medellín.

Para ello, Arango (2011) recolectó datos a través del cuestionario en encuestas y entrevistas con apoyo de análisis documentales. La investigación concluyó que son varios los factores que tienen mayor relevancia. Uno de ellos es el espíritu empresarial, dado que sin él no hay un buen funcionamiento y no se logra el objetivo. Otro factor es el manejo de los programas institucionales empresariales, pues solo se enfocan en la planificación del negocio, mas no en la incubación de empresas. Así mismo, se indicó que la innovación para una población de escasos recursos se ha vuelto un obstáculo en el crecimiento empresarial que no les permite la sostenibilidad económica esperada, al igual que la educación respecto a los conocimientos básicos de un emprendedor.

También, se revisó la tesis de Ascencio (2014), quien realizó la investigación para optar el grado de magíster en Políticas Públicas en la escuela de posgrado de la Universidad de Chile (Santiago de Chile, Chile). El título de la tesis fue *Centros de emprendimiento en zonas pobres del país como una herramienta adicional para combatir la pobreza atacando la desigualdad de oportunidad*. El autor planteó esta investigación al observar que aún persiste la pobreza y la desigualdad de oportunidades en las zonas pobres de Chile. Además, observó la poca efectividad de las políticas públicas respecto de las transferencias monetarias para estimular el emprendimiento, entre otros hechos.

Para ello, Ascencio (2014) dio a conocer que el emprendimiento es una alternativa, como estrategia complementaria, para contrarrestar la pobreza a través de centros en la misma zona. Además, indicó que se deben corregir los problemas institucionales de carácter nacional con el fin de que se mejore las condiciones para emprender. Esta

propuesta la ha validado a través del impacto que han tenido algunos emprendimientos con los programas de apoyo para su crecimiento.

Ascensio (2014) concluyó que los programas establecen su acción en transferencias monetarias y capacitación general. Estos aspectos son muy importantes, pero se debe considerar que el emprendimiento es un fenómeno multidimensional y necesita de otras herramientas para que funcione. Adicionalmente, mencionó que Chile debe proyectarse hacia una institución de rango ministerial, con presupuesto independiente, y que se debe asumir el diseño y la ejecución de una estrategia nacional de emprendimiento unificando las iniciativas que se efectúan en distintas instituciones de la gestión pública.

Así mismo, se revisó la tesis de Somarriba (2015), quien ha desarrollado su investigación para optar el grado de doctor en Economía y Dirección de Empresas en la escuela de posgrado de la Universidad de Alcalá (Alcalá de Henares, México). El título de la tesis es *Actividad emprendedora en el desarrollo económico local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013*. La autora realizó la investigación a partir de los pocos estudios respecto de la situación del desarrollo sostenible de Nicaragua y del Municipio de León, dado que las nuevas políticas, programas y servicios empresariales indican mayor eficacia y formación de los emprendimientos; sin embargo, aún es necesario implementar otros mecanismos innovadores que puedan fortalecer la actividad empresarial y su desarrollo.

Por lo tanto, Somarriba (2015) buscó analizar cómo contribuye la actividad emprendedora de las pequeñas empresas al desarrollo económico local. Para ello, utilizó encuestas que fueron aplicadas a los empresarios de MIPYME y actores locales. Concluyó que a menor tamaño de la empresa y mayor sea el número de establecimientos, será mayor la probabilidad de incrementar la tasa de actividad empresarial en relación con las empresas grandes o que están inscritas con personalidad jurídica. Ello confirma una relación entre la actividad empresarial de Nicaragua y el desarrollo económico nacional.

Como último antecedente internacional, se ha revisado la tesis de Albarrasin (2016), quien desarrolló su investigación para optar el grado de magíster en Gestión de Proyectos Socioproductivos en el Centro de Estudios de Postgrados de la Universidad Tecnológica Indoamérica (Ambato, Ecuador). El título de la tesis es *Estudio de las*

*estrategias de comercialización de leche y su incidencia en los ingresos económicos del grupo de mujeres Nueva Esperanza, Parroquia Mulaló, Cantón Latacunga periodo 2015.* La autora planteó la investigación al observar los distintos problemas familiares ocasionados por la deficiente calidad de vida en las familias de la asociación de mujeres. Asimismo, señaló el conformismo por parte de ellas al no impulsar el crecimiento productivo en sus negocios. Esto las lleva a generar escasos recursos económicos y tiene como consecuencia el incremento de la delincuencia, la desnutrición y la mendicidad en algunas familias.

Por otra parte, con respecto a los antecedentes nacionales, la investigadora analizó las estrategias de comercialización de leche y cómo estas inciden en los ingresos económicos de este grupo de mujeres. En este caso, aplicó las técnicas de encuestas, entrevistas y bibliográficas a las familias de las mujeres emprendedoras e integrantes de la asociación. Concluyó, que el 71% de las mujeres de Nueva Esperanza no tiene conocimiento sobre la implementación de estrategias de comercialización de leche, debido a que tienen un bajo nivel de instrucción formal. Sin embargo, el 100% del grupo cuenta con ganado bovino, lo cual les genera una considerable producción de leche, siendo este su principal fortaleza como fuente de ingreso económico.

Se ha revisado la tesis de Zorrilla (2013), quien ha desarrollado su investigación para optar el grado de maestro en Gerencia Social en en la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima-Perú). El título de la tesis es *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007-2009).*

El autor planteó la investigación al observar que, en el distrito de San Juan de Lurigancho, hay muchos jóvenes desempleados que han buscado generar ingresos a través de los emprendimientos y que, ante esta situación, ha sido el Instituto de Promoción del Desarrollo Solidario el que ha ejecutado un programa para que la población pueda lograr la sostenibilidad en sus negocios. Por ello, el autor propuso identificar cuáles son los principales factores que han ayudado a la sostenibilidad del microemprendimiento juvenil, luego de participar en el proyecto Jóvenes Pilas. Para esta investigación, la recolección de datos se realizó a través de entrevistas y cuestionarios.

Zorrilla (2013) concluyó que son cuatro los factores que han ayudado a la sostenibilidad. El primero se relaciona con el perfil y las características de los jóvenes, pues poseen un alto potencial emprendedor, se capacitan y buscan adquirir conocimientos. El segundo refiere a las competencias asociadas con el logro: los jóvenes buscan oportunidades, son comprometidos y se enfocan en ofrecer productos o servicios de calidad. El tercero es la correspondencia de los microemprendimientos y las necesidades del mercado, dado que, al conocer los gustos y preferencias de los consumidores, saben enfocar de mejor manera su negocio. El cuarto es el interés de aprender participando en el proyecto, puesto que descubren sus habilidades, plantean sus ideas y construyen su negocio.

También, se ha analizado la tesis de Becerra (2016), quien desarrolló su investigación para optar el grado de maestro en Gerencia Social en la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima-Perú). El título de la tesis es *Diagnóstico de los factores que podrían contribuir a la sostenibilidad de los Microemprendimientos del proyecto de generación de negocios de la ONG socios en la salud en la provincia de Lima Metropolitana y el Callao*. La autora planteó esta investigación al observar la existencia de los microemprendimientos que se han iniciado en las poblaciones que viven con una enfermedad como la tuberculosis y el VIH-sida, y que, sumado a ello, asumen una difícil situación económica.

Por lo tanto, la autora propuso conocer qué factores pueden aportar a la sostenibilidad de un microemprendimiento con el apoyo del Proyecto de Generación de Negocios para que, posteriormente, se pueda plantear mejores alternativas en las herramientas utilizadas por el programa y que, de este modo, se fortalezca la gestión. Para lograr dicho propósito, realizó un estudio cualitativo a través de entrevistas semiestructuradas que fueron dirigidas a los gestores y beneficiarios para analizar en qué estado se encuentran los microemprendimientos sostenibles y no sostenibles de la organización.

La investigación de Becerra (2016) concluyó que es el perfil de los beneficiarios lo que contribuye con la sostenibilidad, dado que muestran entre sus cualidades la responsabilidad, la dedicación y el empeño por el trabajo. Así mismo, más del 50% de ellos ya contaba con mercadería disponible, dado que habían realizado una inversión. Otro factor fue que el 65% de los emprendedores hicieron uso de las herramientas de

gestión como plan de marketing y promoción. Por último, fueron las capacitaciones las que han sumado positivamente en su aprendizaje para inicios del emprendimiento.

Así mismo, se analizó la tesis de Valencia (2018). La autora desarrolló la investigación para optar el grado de doctora en Ciencias Administrativas en la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima, Perú). El título de la tesis es *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador*. La investigación se realizó a partir de la necesidad de la población de Santa Elena por mejorar su situación económica a falta de empleo y la poca existencia de empresas. Además, se identificó que son varios emprendedores del territorio que están dedicados a la producción de artesanías, pero, al no ser considerados, no se encuentran registrados como parte de las estadísticas ni en la planificación para el desarrollo.

Por ello, la autora busca conocer en qué nivel el emprendimiento en el sector artesanal logra un impacto con respecto al desarrollo sostenible de Santa Elena. Para la recolección de datos, utilizó como instrumento los cuestionarios, los cuales fueron aplicados a la población económicamente activa (PEA) en el rubro de artesanos, operarios y oficiales.

Valencia (2018) concluyó que sí hay un impacto moderado de los emprendimientos en el sector artesanal. Esto se debe a que la asociatividad, la sinergia y la armonía con el ambiente entre los artesanos les permitieron el progreso y un equilibrio económico-social.

Por otro lado, se ha revisado la tesis de Pereyra (2018). La investigación se realizó para optar el grado de maestra en Administración de Negocios (MBA) en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo (Lima, Perú). El título de la tesis es *Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito Comas, 2017*. La autora planteó esta investigación al observar que existen condiciones no favorables para los emprendedores del distrito de Comas que los limita en su intento de lograr un mejor desarrollo empresarial como el entorno financiero, las políticas gubernamentales de apoyo, la educación empresarial, el conocimiento tecnológico, la apertura de mercado interno, entre otros.

Por tal motivo, la autora buscó saber cómo se presentan las condiciones marco para los emprendimientos juveniles en el distrito de Comas. Para ello, elaboró un

cuestionario para que sea aplicado en encuestas y entrevistas a los emprendedores de aquella zona. Pereyra (2018) concluyó, de manera general, que no son favorables las condiciones para el emprendimiento; sin embargo, los emprendedores hacen lo posible por plasmar su idea de negocio y ser dueños de ello con los pocos recursos que poseen.

Por último, se ha analizado la tesis de Zavaleta (2020). La investigación se realizó para optar el grado de doctora en Administración en Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo (Trujillo, Perú). El título de la tesis es *El emprendimiento empresarial en mujeres y su incidencia en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo, año 2019*. La autora planteó esta investigación al observar que el género femenino tiene una alta participación en los emprendimientos y que las mujeres quieren dar a conocer que pueden llegar a ser grandes empresarias, con lo cual lograrían la equidad de género.

Por ello, el objetivo de Zavaleta (2020) es conocer en qué medida y de qué manera esto puede incidir en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo. Para ello, la recolección de datos se realizó a través de los instrumentos como el cuestionario y la guía de entrevista, que fueron aplicados a mujeres emprendedoras y representantes de instituciones del Estado. La investigación concluyó indicando que el 61% de mujeres que ha emprendido cuenta con un alto nivel en conocimientos sobre el emprendimiento y que esto incide en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo. No obstante, también halló que aún existen deficiencias en el conocimiento sobre la formalización de estas.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

En este estudio, se revisarán los conceptos de tres fenómenos que permitirán entender la realidad sobre cómo se relacionan entre ellos. Estos son (a) la gestión empresarial, (b) el emprendimiento y (c) el ingreso. A continuación, se expondrá los conceptos básicos que todo emprendedor debe conocer y emplear.

### **2.2.1 Gestión empresarial**

El ser humano a través de una idea de negocio puede cambiar su destino, pero no siempre tiene la certeza de que obtendrá los mejores resultados. Por ello, es necesario que



comprenda qué es la gestión empresarial, de tal forma que pueda encaminar su emprendimiento hacia el éxito y pueda superar los tres años de actividad.

Hernández (2011) conceptualizó la gestión empresarial como el proceso creativo que permite a la persona diseñar y ejecutar los propósitos de la empresa mediante estrategias y tácticas con los recursos económicos, humanos, tecnológicos, entre otros, de manera que pueda alcanzar sus objetivos.

Así mismo, Castillo (2014) enfatizó que la gestión empresarial consiste en administrar y facilitar los servicios que sean necesarios para alcanzar las metas y objetivos que se haya propuesto la empresa. Además, provee información valiosa para ejercer las mejores decisiones llevando un control y seguimiento de los ingresos generados a través de las cuentas por cobrar, existencias, etc. También, mencionó que, en el proceso de gestión, se debe incluir la planeación, la organización, la dirección y el control.

De acuerdo con lo indicado por Rubio (2012), la gestión “se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultado” (p. 12). Estas personas muchas veces no tienen la capacitación idónea para gerenciar, porque son producto de improvisaciones, y esto ha generado que las empresas no logren desarrollarse y que acaben desapareciendo. En su mayoría, esta es la experiencia de los emprendedores en el Perú y es el caso que se quiere revisar, pero tomando en cuenta un grupo etario: los jóvenes. Esto se debe a que varios de ellos son personas con estudios universitarios y entienden que la gestión es un aspecto sustancial para los negocios.

### **2.2.2 Emprendimiento**

Esta segunda variable, en la búsqueda de fuentes, también se puede hallar como “emprededurismo” o “emprededorismo”. Sin embargo, en su gran mayoría, el término más usado es emprendimiento, el cual se enfoca en una definición más visionaria y describe en qué consiste su desarrollo.

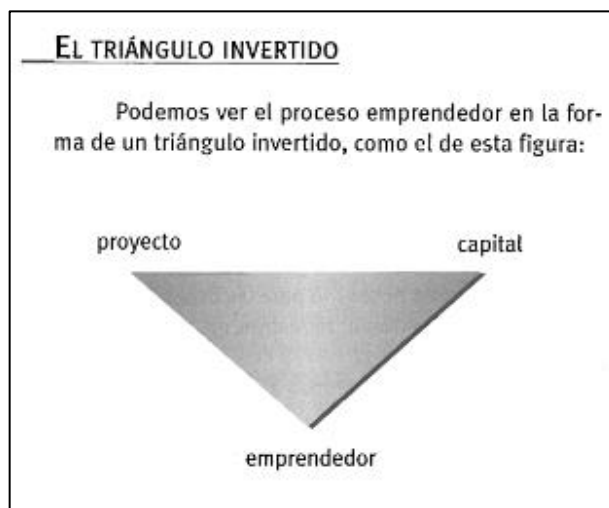
Según Rodríguez (2009), esta palabra deriva del término francés *entrepreneur*, el cual significaba “estar listos a tomar decisiones o iniciar algo”. Así mismo, Formichella (2004) definió el emprendimiento como la elaboración de un proyecto que busca un fin económico, político, social, etc. Además, dispone de algunas características particulares como la incertidumbre y la innovación. Sin embargo, para Marulanda, Correa y Mejía

(2009), “el emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar” (p. 153). Ahora que se cuenta con una idea sobre lo que significa emprendimiento, se exponen las teorías y conceptos referidos al emprendedor.

**a. El triángulo invertido y el emprendimiento (Freire).** Según la teoría de Freire (2004), denominada teoría del triángulo invertido, el proceso emprendedor está constituido por tres componentes: (a) proyecto, (b) capital y (c) emprendedor. Sobre esta base, si el emprendimiento no logra el éxito esperado es porque uno de los componentes propuestos por Freire ha fracasado individual o conjuntamente, y, en ese momento, el emprendedor debe sacar a flote su proyecto. El autor reconoce al emprendedor como un líder exitoso que tiene la capacidad de continuar y terminar su proyección empresarial, gracias a la actitud y las capacidades que pueda desarrollar.

*Figura 1*

El triángulo invertido



Fuente: Freire. A. (2004)

**b. La innovación y el emprendimiento (Howard, Jarrillo y otros).** Stevenson y Jarillo (1990), a través de un análisis, concluyeron que la mentalidad emprendedora se basa más en las oportunidades que en los recursos. Así mismo, manifestaron que, por el hecho de crear una empresa, no se puede considerar a la persona como emprendedor, ya

que debe demostrar adicionalmente la búsqueda continua de oportunidades y crear nueva riqueza, para lo cual se requiere ser innovador.

En este último punto, resalta la idea de que innovar no solo es crear un producto nuevo, sino también un nuevo método de producir o de realizar de diferente manera una tarea. Por otro lado, Stevenson y Jarillo (1990) manifestaron que el empezar un negocio ya existente en el mercado, a pesar de asumir la incertidumbre de haber iniciado, no debe ser considerado como emprendedor, porque solo es una imitación de otro negocio, mas no una innovación.

También, se puede identificar a un emprendedor por la idoneidad de realizar algo nuevo, de buscar nuevos usos para lo que ya existe en el mercado y lograr, con ello, la transformación de su vida y de su entorno. Además, es implica ser capaz de generar ideas, transformar, adaptar, plantear distintas opciones y, de un problema, rescatar las oportunidades que se puedan aprovechar (Duarte y Ruiz, 2009).

Al respecto, Formichella (2004) indicó lo siguiente:

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria, incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores. (p. 4)

Entonces, los emprendedores son aquellos que reconocen las necesidades del mercado y, a partir de ello, comienzan un nuevo negocio que les permita satisfacerlas. Para ello, asumen riesgos, pero a la vez son impulsados por el cambio, la innovación y al crecimiento económico (Longenecker, Moore, Petty y Palich, 2008).

***Perfil del emprendedor.*** El emprendedor posee distintas capacidades (características) que le permiten diferenciarse de otras personas. Por ello, es necesario conocer cuáles son para saber identificarlos. Desde la perspectiva de Burch (1986), las características de un emprendedor son las que siguen:

- **Trabajadores:** Son aficionados al trabajo que hacen con la finalidad de alcanzar las metas propuestas.
- **Optimistas:** Para ellos, todo es posible en cualquier momento.
- **Orientación a la excelencia:** El anhelo por lograr sus objetivos los impulsa a realizar cada vez mejor las cosas y así sentirse orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

Por su parte, Sánchez (2003), citado por Alcaraz (2011), precisó las características que distinguen al emprendedor de los demás (ver Figura 2).

Figura 2

### Características de los emprendedores

<b>Cuadro 1.1</b> Características de los emprendedores.	
<b>1. Factores motivacionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de logro</li> <li>• Necesidad de reconocimiento</li> <li>• Necesidad de desarrollo personal</li> <li>• Percepción del beneficio económico</li> <li>• Baja necesidad de poder y estatus</li> <li>• Necesidad de independencia</li> <li>• Necesidad de afiliación o ayuda a los demás</li> <li>• Necesidad de escape, refugio o subsistencia</li> </ul>
<b>2. Características personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativa personal</li> <li>• Capacidad de decisión</li> <li>• Aceptación de riesgos moderados</li> <li>• Orientación hacia la oportunidad</li> <li>• Estabilidad emocional/autocontrol</li> <li>• Orientación hacia metas específicas</li> <li>• Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos)</li> <li>• Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre</li> <li>• Es receptivo en sus relaciones sociales</li> <li>• Posee sentido de urgencia/tiempo valioso</li> <li>• Honestidad/integridad y confianza</li> <li>• Perseverancia/constancia</li> <li>• Responsabilidad personal</li> <li>• Es individualista</li> <li>• Es optimista</li> </ul>
<b>3. Características físicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energía</li> <li>• Trabaja con ahínco</li> </ul>
<b>4. Características intelectuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versatilidad/flexibilidad</li> <li>• Creatividad/imaginación/innovación</li> <li>• Búsqueda de la verdad e información</li> <li>• Planificación y seguimiento sistemático de resultados</li> <li>• Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)</li> <li>• Visión comprensiva de los problemas</li> <li>• Capacidad para solucionar problemas</li> <li>• Planificación con límites de tiempo</li> </ul>
<b>5. Competencias generales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Orientación al cliente</li> <li>• Capacidad para conseguir recursos</li> <li>• Gerente/administrador de recursos</li> <li>• Patrón de factores de producción</li> <li>• Exige eficiencia y calidad</li> <li>• Dirección y gestión de la empresa</li> <li>• Red de contacto</li> <li>• Comunicación</li> </ul>

Fuente: Alcaraz (2011)

Los autores han descrito una serie de capacidades, habilidades, competencias, aptitudes, actitudes, etc., que consideran que todo emprendedor debe tener para ser identificado como tal. La gran mayoría de las características las posee el emprendedor peruano, dado que ha crecido en un entorno que le ha permitido vivir experiencias buenas y malas, con las que ha tenido que luchar para llevar adelante su negocio.

Cabe resaltar que, en su mayoría, son las condiciones más difíciles, como la crisis por la COVID-19, las que han generado que los emprendedores adopten ciertas cualidades que antes no demostraban con tal de lograr su propósito principal, que es tener un sustento económico a pesar de las adversidades que puedan atravesar.

Otra manera de clasificar al emprendedor es revisando los tipos que plantea Schollhammer (1980), citado por Alcaraz (2011). Este autor precisó que existen diferentes tipos de emprendedor y los divide según las personalidades:

- El emprendedor administrativo: Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- El emprendedor oportunista: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
- El emprendedor adquisitivo: Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
- El emprendedor incubador: En su afán por crecer, buscar oportunidades y preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- El emprendedor imitador: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de estos.

Por otra parte, en el informe *Global Entrepreneurship Monitor: informe GEM España 2017-2018* (Global Entrepreneurship Monitor, 2018), se realizó una clasificación tomando en cuenta la razón de emprender.

- Por necesidad: Aquella persona que está en búsqueda de nuevos ingresos para subsistir. Esto se debe al desempleo o porque no se encuentra conforme con las condiciones de la empresa donde labora.

- Por oportunidad: Aquella persona que reconoce una oportunidad en el mercado que la impulsa a aprovecharla o también es motivada por sus aspiraciones personales.

Al revisar todos estos aspectos y tomando en cuenta lo indicado por Global Entrepreneurship Monitor (2018), se entiende que las necesidades de ingresos por parte de los individuos o las familias son las principales impulsoras del emprendimiento. Es necesario, entonces, responder a esta pregunta: ¿a qué le llamamos ingresos de subsistencia?

La realidad peruana y el contexto de la COVID-19 permiten entender el peso que esta variable tiene en las decisiones de emprendimiento. El ingreso se define como unidades monetarias que obtiene un individuo, entidad, organización o un país por un intercambio comercial (Zorrilla, 2003). Por otro lado, la “subsistencia”, según la Real Academia Española (RAE, 2021), es el conjunto de medios necesarios para el sustento de la vida humana. Por lo tanto, se colige que el ingreso de subsistencia son unidades monetarias que adquiere una persona por la venta de un producto o servicio a otro sujeto y que le permite cubrir sus necesidades básicas para vivir.

Otro aspecto que debe considerarse es la existencia de barreras cuando se pretende emprender un negocio. Esto se desarrolla en el ítem siguiente.

***Barreras del emprendimiento.*** De acuerdo con la información recopilada por el Observatorio de Clima Emprendedor, de la Fundación Iniciador, citada por Bóveda, Oviedo y Yakusik (2015), algunas de las barreras son las que siguen:

- **Financiamiento:** Para invertir al inicio del negocio, así como para el capital de trabajo.
- **Desconocimiento del mercado:** Desde el punto de vista tecnológico, el mercado no reconoce las innovaciones.
- **Falta de complementariedad por parte del equipo de trabajo:** Varios emprendedores nacen de un lugar de estudio o trabajo, pero estos están alineados con un perfil técnico y le restan importancia al perfil comercial.
- **Subestimar a la competencia:** Se comete el error de competir con grandes empresas. Se puede marcar la diferencia con un valor agregado en lo que se

ofrece, pero “se debe identificar una demanda insatisfecha, suficiente y valorada” (p. 29).

- Limitaciones en el aprovisionamiento: Algunos de los recursos que se usan para la producción son difíciles de obtener, porque son insumos importados, que necesitan una certificación, entre otros requerimientos. Para eso, se debe realizar una evaluación de su accesibilidad y de abastecimiento.
- Dificultades logísticas: Esto se produce principalmente por problemas ambientales, sociales, entre otros, que alteran los precios o hacen detener las actividades del negocio, lo cual afecta la parte de distribución.
- Sobredimensionamiento de la estructura inicial: Muchas veces los emprendedores producen más de la cantidad demandada por el mercado cuando deben producir en función de las necesidades reales.
- Ventas insuficientes: Muchos proyectos son muy bien elaborados. Sin embargo, no logran la comercialización esperada.
- Cobranzas y condiciones de pago inapropiadas: Al respecto, “es difícil cobrar el 100% de los créditos, sin embargo, las políticas de pago al contado disminuyen la cartera de clientes” (p. 29).
- Barreras legales: En algunos casos, las ideas planteadas ya se encuentran creadas y patentadas por otros negocios, lo cual complica su producción.

No obstante, así como hay barreras, también hay factores que pueden llevar al éxito a una idea de emprendimiento. En esta investigación, se ha revisado algunos de estos.

***Factores de éxito del emprendimiento.*** Peters y Waterman (1982), citados en Bóveda et al. (2015), describieron el modelo de las 7<sup>S</sup> de McKinsey como los factores de éxito que influyen directamente en el desempeño empresarial luego de haber analizado a las más exitosas empresas de su época en EE.UU. y Japón. Así mismo, para que una estrategia funcione, precisaron que no es suficiente con definir una acción exitosa, sino que esto dependerá de diversos factores internos que regularmente no son considerados:

- Estrategia (*strategy*): Una buena estrategia, según el entorno y los recursos con el cual se cuenta, permite llevar al negocio por el camino correcto. Esto

“determina las metas, los tiempos, los plazos y establecen las condiciones de la relación entre la competencia y clientes” (p. 30).

- Estructura (*structure*): Una buena estructura y relación en la organización, además, de la asignación adecuada de responsabilidades, posibilita el éxito.
- Sistemas (*systems*): Se refiere a los sistemas formales o informales como “los sistemas financieros, de reclutamiento de personal, de promociones y de valoración del trabajo” (p. 30).
- Personas o equipo de trabajo (*staff*): Se refiere a las personas que realizan los procesos como la administración de personal, que contribuyen “en los procesos de obtención, mantención y desarrollo de los recursos humanos, en su orientación a la estrategia” (p. 30).
- Competencias (*skills*): Las competencias que caracterizan a la empresa y con las cuales demuestra “lo que mejor se hace” (p. 30).
- Estilo (*style*): Son las acciones a seguir en la organización y que deben ser compartidas con cada uno de los colaboradores para que tengan las mismas prioridades y compromisos que permita el alineamiento con la estrategia.
- Valores compartidos (*shared goals*): Estos “constituyen el soporte de la organización, forman las creencias, las actitudes y orientan todas las acciones de la empresa” (p. 30).

### **2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

A continuación, se definen dos términos básicos aplicados en esta investigación.

- Barreras de un negocio: Son obstáculos que impiden a un negocio poder lanzarse al mercado para su desarrollo.
- Nicho de mercado: Es un segmento del mercado que tiene necesidades y que no están cubiertas o satisfechas totalmente por los negocios.

### **2.4 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN**

Se presentan hipótesis general e hipótesis específicas. Estas se muestran a continuación.



### **2.4.1 Hipótesis general**

La hipótesis general es la siguiente: el emprendimiento es una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes desempleados en Lima Metropolitana, a pesar de la existencia de barreras como la falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado, y logra perdurar con el uso de las TIC en el marco de la pandemia por COVID-19.

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

Se expone las siguientes hipótesis específicas:

- El desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- La falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras para que los jóvenes en Lima Metropolitana puedan emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- Las TIC permiten a los jóvenes emprendedores en Lima Metropolitana perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19.
- Los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana a consecuencia de la pandemia por la COVID-19.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

En el presente capítulo, se describe el diseño y alcance de la investigación, así como las variables y su conceptualización, la definición operacional de las variables y las limitaciones. A su vez, se describe la población y muestra con la que se ha estudiado, además de la técnica e instrumentos utilizados para la recolección de datos. Finalmente, se expone la confiabilidad y la validez del instrumento.

### 3.1 DISEÑO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio es de tipo no experimental, dado que las variables solo se han observado en su condición natural social. Por otro lado, se trata de un estudio de corte descriptivo correlacional, debido a que se han elaborado tablas y gráficos con la descripción de las situaciones, pero también se han construido hipótesis para una mayor explicación de la relación entre las variables. Con respecto al recojo de datos, se trata de un estudio transversal. Esto se debe a que se aplicó encuestas a las unidades estadísticas consideradas en una muestra, previo análisis de la población de interés.

### 3.2 VARIABLES

Se establece la siguiente relación entre las variables:

$$E = f(D^-, FF^-, DS^-, TIC's^+)$$

#### 3.2.1 Definición conceptual de las variables

**Variable dependiente.** Es la que se muestra a continuación:

- E: Emprendimiento empresarial: Es la capacidad de crear, innovar y desarrollar una idea de negocio, administrando los recursos necesarios y asumiendo riesgos con el fin de obtener resultados que contribuyan a alcanzar los objetivos del emprendedor.

**Variables independientes.** Son las que se indica a continuación:

- D: Desempleo: “Es el paro forzoso de los asalariados que pueden y quieren trabajar, pero no encuentran un puesto de trabajo” Castillo (2000, p. 61).
- FF: Financiamiento: Es un medio monetario que permite a un individuo o empresa obtener un capital para que sea invertido en un proyecto o negocio.
- DS: Información de las necesidades del mercado: Es la información del ofertante sobre lo que busca y desea el consumidor de un producto o servicio para satisfacer sus necesidades.
- TIC (tecnologías de la información y la comunicación): Son herramientas tangibles e intangibles que sirven de soporte en los procesos y que permiten al individuo adaptarse al mundo cambiante y globalizado.

### 3.2.2 Definición operacional de las variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	Subvariables o dimensiones	Indicadores	Escala de variables	Fuente de datos	Instrumento para el recojo de datos
Emprendimiento		N.º de emprendimientos durante la pandemia	Numérico		
		N.º de personas que desean emprender			
		N.º de emprendimientos personales			
		N.º de emprendimientos familiares			
		N.º de emprendimientos entre amigos			
		N.º de emprendimientos formales			
		N.º de emprendimientos informales			
		Nivel de estudio de los emprendedores			
		Nivel de estudio de las personas que desean emprender			
		Motivos de los emprendimientos			
Desempleo		Tipo de negocios emprendidos	Numérico		
		Tipo de dificultad para emprender un negocio			
Ingresos	Ingresos por ventas	N.º de personas empleadas	Numérico		
		N.º de personas desempleadas			
Financiamiento	Préstamos	N.º de ventas presencial	Numérico	Encuesta aplicada	Cuestionario
		N.º de ventas <i>online</i>			
		Nivel de ayuda económica con los emprendimientos			
		-N.º de préstamos adquiridos por los emprendedores en una entidad financiera durante la pandemia por la COVID-19			
Inf. de las necesidades del mercado	Acceso al crédito	-Monto aproximado de inversión del emprendimiento	Nominal		
		-Tipo de dificultades para obtener un préstamo bancario			
		-Tipo de financiamiento con mayor factibilidad de adquirir			
Tecnologías de la Información y la Comunicación.	Uso de TIC	-Tipo de fuente de financiamiento del emprendimiento	Nominal		
		Elección del producto o servicio a ofrecer			
	Uso de TIC en las ventas	Nivel de uso de las aplicaciones digitales para venta y publicidad	Ordinal		
		Tipo de aplicaciones usadas con mayor frecuencia			
		Nivel de crecimiento del negocio con el uso de aplicaciones	Nominal		
		N.º de ventas de manera presencial			
		N.º de ventas de manera <i>online</i>			
		N.º de ventas presencial y virtual			

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 LIMITACIONES

No ha habido problemas ni limitaciones en el estudio.

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población en estudio está conformada por jóvenes del sexo femenino y masculino entre 18 y 30 años de edad con algún grado de instrucción, que habiten en Lima Metropolitana, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C, y que han emprendido un negocio, indistintamente del rubro, durante la pandemia por la COVID-19.

De acuerdo con el censo realizado en el año 2017 (INEI, 2018), la población entre 18 y 30 años de edad es de 1 972 416 personas. En este caso, se conoce el número de la población finita, pero como es un tamaño de población grande, se empleará la función de muestra correspondiente a este caso. Según IPSOS (2021), el segmento B corresponde al 10% de la población, y el segmento C, al 27%. Si se suman ambos valores, se ubica al 27% de la población juvenil dentro de ese rango:  $0.27 * 1\,972,416 = 532,552$ .

Fórmula de la población infinita:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} = 384.16 = 385 \text{ personas}$$

Donde:

Z: 95%

p: 0.50

q: 0.50

e: 0.05

### 3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica utilizada para esta investigación es la encuesta. Esta se aplicó a través del cuestionario estructurado como instrumento, dado que las preguntas han tenido opciones

de alternativas de respuestas. Así mismo, se empleó la escala de Likert con las siguientes condicioness: 1= Muy poco; 2= Poco; 3= Medianamente suficiente; 4= Suficiente; 5= Mucho. También, se trabajó con información secundaria.

### **3.6 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO**

Para la validez del constructo del cuestionario, se ha utilizado el juicio de expertos. Las fichas de aprobación se encuentran en los anexos.

## **CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el presente capítulo, se muestran los resultados obtenidos de la investigación. Así mismo, se ha desarrollado la caracterización de Lima Metropolitana, el desempleo y la iniciativa de los emprendimientos juveniles. También, se analizaron las barreras del emprendimiento juvenil y el impacto de las TIC en los emprendimientos en el contexto de la pandemia por la COVID-19. Finalmente, se realizó un contraste de los resultados de la investigación con la información de las bases teóricas y de las hipótesis.

### **4.1 CARACTERIZACIÓN DE LIMA METROPOLITANA**

Lima es la capital del Perú y también es conocida propiamente como Lima Metropolitana. Se sitúa en la costa central del país. La región es la más extensa y poblada, dado que, según las estimaciones y proyecciones del INEI (2020a), cuenta con 9 674 755 habitantes, que representan el 29,7% de la población total del Perú. Además, está conformada por 50 distritos, de los cuales 43 corresponden a la provincia de Lima, y 7, a la Provincia Constitucional del Callao.

Tabla 2  
Distritos de Lima

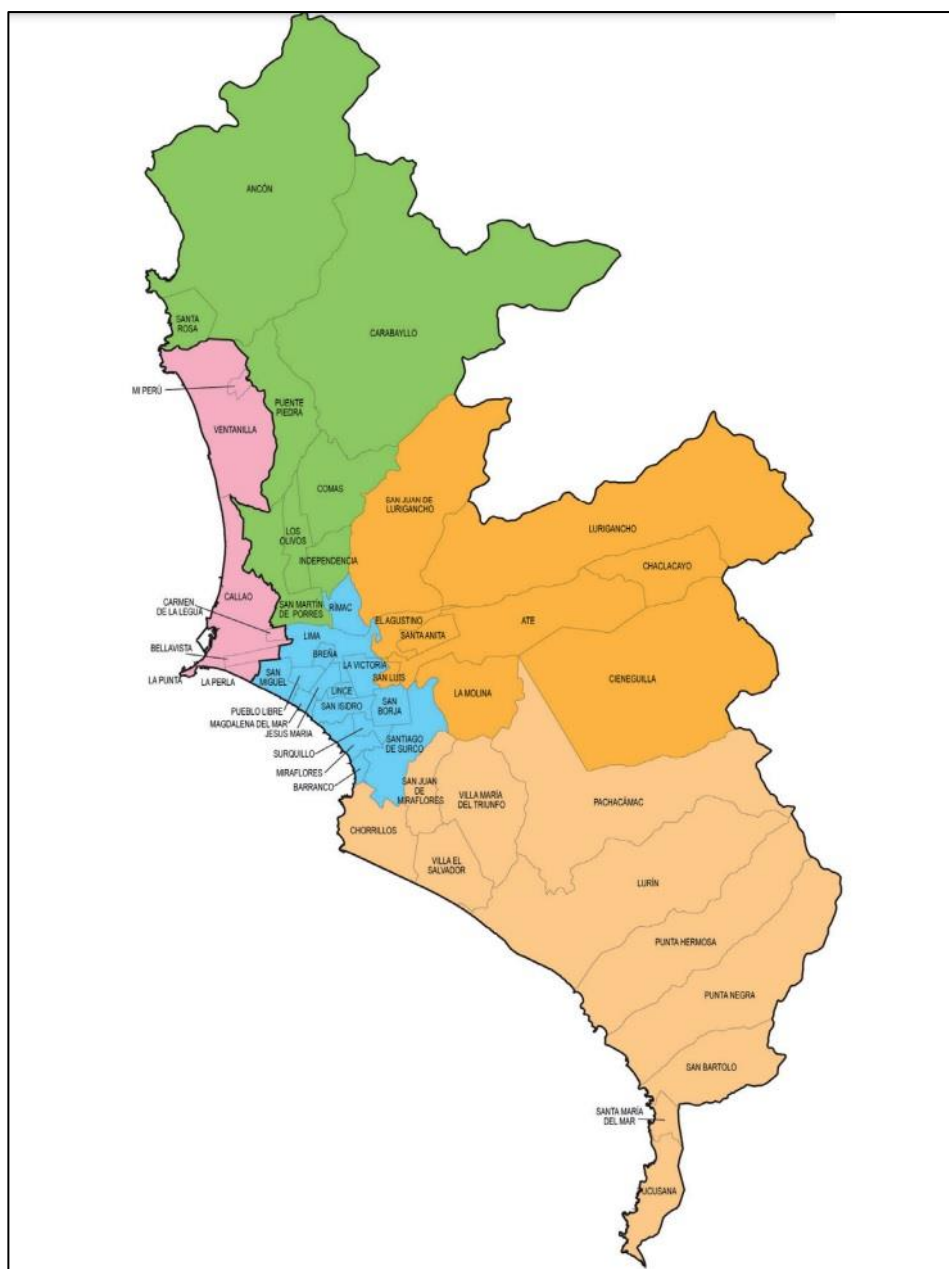
<b>PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO</b>			
1			Callao
2			Bellavista
3			Carmen de La Legua
4			La Perla
5			La Punta
6			Mi Perú
7			Ventanilla
<b>PROVINCIA DE LIMA</b>			
8	Lima	30	Pucusana
9	Ancón	31	Pueblo Libre
10	Ate	32	Puente Piedra
11	Barranco	33	Punta Hermosa
12	Breña	34	Punta Negra
13	Carabaylo	35	Rímac
14	Chaclacayo	36	San Bartolo
15	Chorrillos	37	San Borja
16	Cieneguilla	38	San Isidro
17	Comas	39	San Juan de Lurigancho
18	El Agustino	40	San Juan de Miraflores
19	Independencia	41	San Luis
20	Jesús María	42	San Martín de Porres
21	La Molina	43	San Miguel
22	La Victoria	44	Santa Anita
23	Lince	45	Santa María del Mar
24	Los Olivos	46	Santa Rosa
25	Lurigancho	47	Santiago de Surco
26	Lurín	48	Surquillo
27	Magdalena del Mar	49	Villa El Salvador
28	Miraflores	50	Villa María del Triunfo
29	Pachacámac		

Fuente: INEI (2020a)



Figura 3

Mapa de Lima Metropolitana



Fuente: INEI (2014)

Así mismo, el INEI (2020a) ha identificado que los distritos con mayor población son San Juan de Lurigancho, San Martín de Porres, Ate, Comas, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador. Por otra parte, se ha identificado como los menos poblados a Santa María del Mar, Punta Negra y San Bartolo.

## **4.2 DESEMPLEO Y EMPRENDIMIENTO DURANTE LA PANDEMIA**

Durante el año 2020, el Perú enfrentó momentos muy difíciles a raíz de la pandemia de la COVID-19, entre estos el desempleo. A nivel nacional, las personas fueron afectadas, dado que gran parte de ellos fueron despedidos o no lograron encontrar un trabajo que les permita obtener el sustento suficiente para su canasta familiar. Esto impulsó a un gran porcentaje a que puedan emprender su propio negocio.

### **4.2.1 El desempleo durante la pandemia**

De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG), en el año 2020 (INEI, 2021), se obtuvo que la tasa de desempleo a nivel nacional se ubicó en 7,4%, considerando que 1 193 200 personas se encontraban en la búsqueda activa de empleo, en comparación con el año anterior, cuando la tasa de desempleo fue de 3,9%.

Así mismo, desde un análisis por género a nivel nacional, se observó que las mujeres obtuvieron una tasa de desempleo de 7,7%, y los hombres, de 7,2%. Realizando una comparación con el año 2019, las mujeres aumentaron 3,2 puntos porcentuales, y los hombres, 3,7 puntos porcentuales (INEI, 2021).

Por otro lado, revisando el análisis por edades a nivel nacional, se identificó que el grupo con mayor tasa de desempleo fue el de los jóvenes menores de 25 años con 14,7%, seguido de las personas con edades entre 25 a 44 años, con 7,4%, y los del grupo de 45 años a más, con 3,6%.

Esta encuesta realizada por el INEI (2021) también reveló que a nivel educativo la tasa de desempleo afectó a todos. No obstante, resultaron más afectadas las personas con nivel universitario, cuyo nivel de desempleo aumentó a 12,5% en comparación con el 2019, cuando se obtuvo un 6,1%; seguido de las personas con educación superior no universitaria, cuyo desempleo aumentó 9,3% en comparación con el 2019, en que obtuvo 3,6%. Además, el desempleo de las personas que tienen educación secundaria ascendió a 7,5%, y de los que tienen educación primaria, a 2,3%; en comparación con el año 2019, en que se obtuvo 4,4% y 1,5%, respectivamente.

Ahora, con respecto a la población de Lima Metropolitana, el INEI (2020d), mediante la Encuesta Permanente de Empleo (EPE), obtuvo resultados de manera trimestral de las tasas de desempleo, tanto del género masculino como del femenino.

Como se observa en la Tabla 4, los trimestres móvil con mayor tasa de desempleo son mayo-junio-julio y julio-agosto-setiembre, debido a que, durante dichos periodos, el gobierno informó que el Perú se encontraba en Estado de emergencia y dispuso la inmovilización obligatoria de todas las personas, con horarios estrictos sobre la permanencia fuera de sus domicilios.

Tabla 3

Tasa de empleo años 2019-2020

**CUADRO N° 17**  
**TASA DE DESEMPLEO POR TRIMESTRE Y AÑOS, SEGÚN SEXO, GRUPO DE EDAD Y NIVEL EDUCATIVO**  
 Trimestre móvil: Octubre-Noviembre-Diciembre 2019 y 2020  
 Años: 2019-2020  
 Porcentaje

Sexo/Grupos de edad/ Nivel educativo	Trimestre móvil			Años		
	Oct-Nov-Dic 2019	Oct-Nov-Dic 2020 P/	Var. Absoluta (Puntos porcentuales)	Ene-Dic 2019	Ene-Dic 2020 P/	Var. Absoluta (Puntos porcentuales)
<b>Total</b>	3,6	7,0	3,4	3,9	7,4	3,5
Hombre	3,4	6,6	3,2	3,5	7,2	3,7
Mujer	3,9	7,5	3,6	4,5	7,7	3,2
<b>Grupos de edad</b>						
De 14 a 24 años	11,0	14,1	3,1	10,3	14,7	4,4
De 25 a 44 años	2,9	6,6	3,7	3,2	7,4	4,2
De 45 y más años	1,1	3,9	2,8	1,6	3,6	2,0
<b>Nivel educativo</b>						
Hasta primaria 1/	1,1	1,9	0,8	1,5	2,3	0,8
Secundaria	4,5	8,0	3,5	4,4	7,5	3,1
Superior no Universitaria	2,8	8,1	5,3	3,6	9,3	5,7
Superior Universitaria	5,3	9,7	4,4	6,1	12,5	6,4

Fuente: INEI (2021)

Una excepción a esta norma fue la del personal que presta servicios primordiales como salud, servicios financieros, supermercados, mercados, restaurantes que cumplan con los protocolos dispuestos por el estado como las entregas por *delivery*, servicios de saneamiento, energía eléctrica, combustible, telecomunicaciones, limpieza y recojo de residuos sólidos, servicios funerarios y transporte de carga. Además, las personas que realizaban alguna actividad fuera de casa debían contar con su pase laboral para acreditar los motivos de salida.

Los cambios señalados impidieron a las personas que se encontraban sin empleo buscar y conseguir algún puesto laboral. A su vez, para aquellas que sí tenían un cargo, las empresas optaron por disminuir las horas de trabajo y, por ende, reducir la cantidad de personal en sus centros laborales procediendo con la suspensión perfecta o los

despidos, en algunos casos más extremos decidieron acceder a la disolución y salir del mercado.

Tabla 4

## Situación del mercado laboral en Lima 2020

Situación del mercado laboral en Lima Metropolitana-2020								
Trimestre 2020	Tasa de desempleo	En busca de empleo (personas)	Hombres desempleados Porcentaje	Personas	Tasa desempleo	Mujeres desempleadas Porcentaje	Personas	Tasa de desempleo
Enero-febrero-marzo	7,8%	406 200	46,1%	187 100	9,2%	53,9%	219 100	6,6%
Febrero-marzo-abril	9,0%	360 700	51,9%	187 200	8,5%	48,1%	173 500	9,6%
Marzo-abril-mayo	13,1%	385 100	57,7%	222 300	13,7%	42,3%	162 800	12,4%
Abril-mayo-junio	16,3%	427 400	55,4%	236 900	16,1%	46,6%	190 400	16,5%
Mayo-junio-julio	16,4%	574 700	55,6%	319 800	16,3%	44,4%	254 900	16,5%
Junio-julio-agosto	15,6%	665 800	53,7%	357 400	15,0%	46,3%	308 400	16,3%
Julio-agosto-setiembre	16,5%	742 700	54,7%	406 600	16,0%	45,3%	336 100	17,2%
Agosto-setiembre-octubre	16,4%	761 400	52,8%	402 000	15,5	47,2%	359 400	17,6%
Setiembre-octubre-noviembre	15,1%	738 300	50,8%	375 100	13,9%	49,2%	363 200	16,7%
Noviembre-diciembre 2020-enero 2021	13,0%	663 900	53,1%	352 800	11,1%	46,9%	311 200	15,3%

Fuente: INEI (2020d)

Sin embargo, esta situación poco a poco fue mejorando en el trimestre noviembre-diciembre 2020-enero 2021, ya que la tasa de desempleo disminuyó a 13,0%. Los motivos principales fueron que (a) los horarios estrictos de inmovilización para las personas se flexibilizaron; (b) la reactivación económica permitió que más empresas retornen a sus actividades; (c) el aforo en lugares cerrados aumentó de 50% a 80%, entre otros. A partir ello, una parte de la población regresó a sus centros laborales, lo cual les ayudó a obtener un ingreso para cubrir parte de sus gastos de primera necesidad.

#### 4.2.2 El emprendimiento durante la pandemia

El Perú ha sido denominado uno de los países con mayor espíritu emprendedor a nivel de Latinoamérica, según el informe presentado por el Global Entrepreneurship Monitor (2017-2018) (Esan, 2018). Además, a raíz de la pandemia por la COVID-19, han sido muchos los emprendimientos que han salido a flote con la finalidad de obtener un sustento para cubrir sus necesidades primordiales.

De acuerdo con el INEI (2021), a fines del mes de diciembre de dicho año, el país registró que 83 170 empresas fueron constituidas, con lo cual se obtuvo una tasa de 3,0% en comparación con el año 2019, cuya tasa fue de 2,4%.

Así mismo, se realizó un estudio en Lima Metropolitana, en el que se estableció por trimestres los alcances que tuvieron las nuevas empresas. Según el INEI (2020b), en el primer trimestre del 2020, se registró que 25 800 empresas fueron constituidas, en comparación con el año 2019, cuando alcanzó 32 846 empresas constituidas. La cantidad identificada para el primer trimestre de 2020 fue representada por 36%, en Lima Centro, y 22,3%, en Lima Este; seguido de 21,8%, en Lima Norte; 13,4%, en Lima Sur, y 6,5%, en la Provincia Constitucional del Callao. En todos los casos, las mujeres tuvieron mayor participación en los emprendimientos.

Por otro lado, en el tercer trimestre del 2020, de acuerdo con lo presentado por el INEI (2020b), se registró que 34 036 empresas fueron constituidas, en comparación con el año 2019, cuando se constituyeron 33 283 empresas. Asimismo, la cantidad identificada en el tercer trimestre de 2020 fue de 34,5%, en Lima Centro; 23%, en Lima Norte; 22,1%, en Lima Este; 14,1%, en Lima Sur; y 6,3%, en la Provincia Constitucional del Callao. De igual manera, la mayoría de emprendimientos fueron del género femenino.

Para el cuarto trimestre del 2020, el INEI (2020c) registró que, en Lima Metropolitana, se constituyeron 32 827 empresas, en comparación con el 2019, cuando se obtuvo 29 872 empresas constituidas. La cantidad identificada en el cuarto trimestre de 2020 fue representada por 33,5%, en Lima Centro; 22,8%, en Lima Este; 22,4%, en Lima Norte; 14,2%, en Lima Sur, y 7,1%, por la Provincia Constitucional del Callao. Al igual que en el primer y tercer trimestre, la mayoría de emprendimientos fueron de mujeres (ver Tabla 5).

Tabla 5

## Empresas constituidas en Lima Metropolitana 2020

Empresas constituidas en Lima Metropolitana 2020			
Ámbito geográfico urbano	I trimestre	III trimestre	IV trimestre
Lima Centro	36.0%	34.5%	33.5%
Lima Este	22.3%	22.1%	22.8%
Lima Norte	21.8%	23.0%	22.4%
Lima Sur	13.4%	14.1%	14.2%
Provincia Constitucional del Callao	6.5%	6.3%	7.1%

Fuente: INEI (2020c)

Ante lo mencionado, se evidencia que la zona con mayores emprendimientos está ubicada en Lima Centro para los tres trimestres. Se infiere que esto se debe a la mayor comercialización y concurrencia de las personas en Lima Metropolitana. También, se llega a la conclusión de que, para los trimestres analizados, los emprendimientos son constituidos más por mujeres que por varones. Para finalizar, el cuarto trimestre, es decir, octubre, noviembre y diciembre, han sido los meses con mayor número de empresas constituidas. Se infiere que esto ocurrió a raíz de que el Estado dispuso mayores flexibilidades para la reactivación económica y, a su vez, por la temporada de fechas festivas.

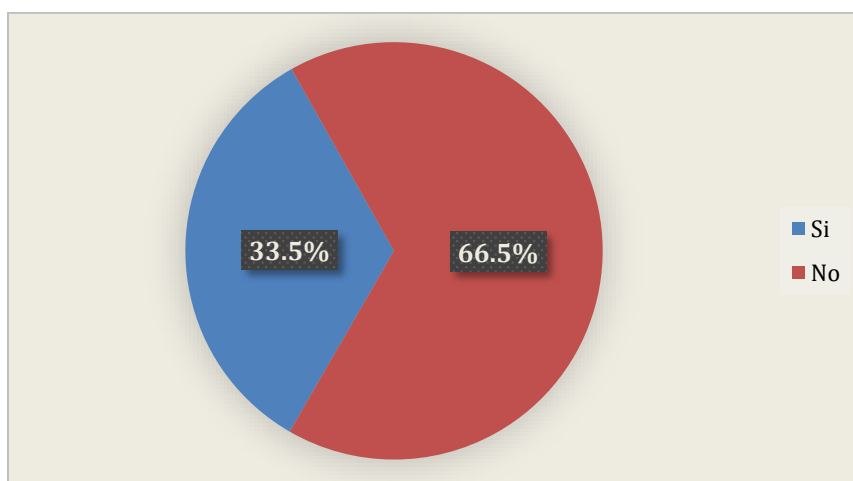
Para esta investigación, se ha realizado una encuesta de manera virtual a una muestra de 385 jóvenes y, para identificar la cantidad de los nuevos emprendimientos, se les preguntó: dentro del contexto de la pandemia por la COVID-19, ¿has emprendido un negocio? (ver Figura 4).

Como se aprecia en la Figura 4, el 33.5% sí han emprendido un negocio durante la pandemia por la COVID-19, y el 66.5% no ha emprendido ningún negocio, pero les gustaría poder hacerlo.

Dados los resultados, se cuenta con dos grupos a los cuales se les ha generado una serie de preguntas que permitirán aclarar dos perspectivas distintas sobre los emprendimientos dentro del contexto ya mencionado (ver Figura 5).

Figura 4

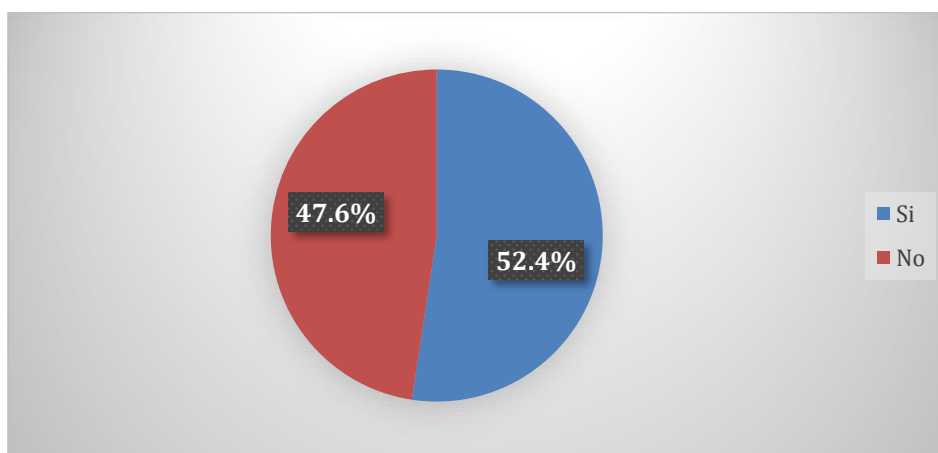
Emprendimientos juveniles dentro del contexto de la pandemia por la COVID-19, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Jóvenes empleados con emprendimientos, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

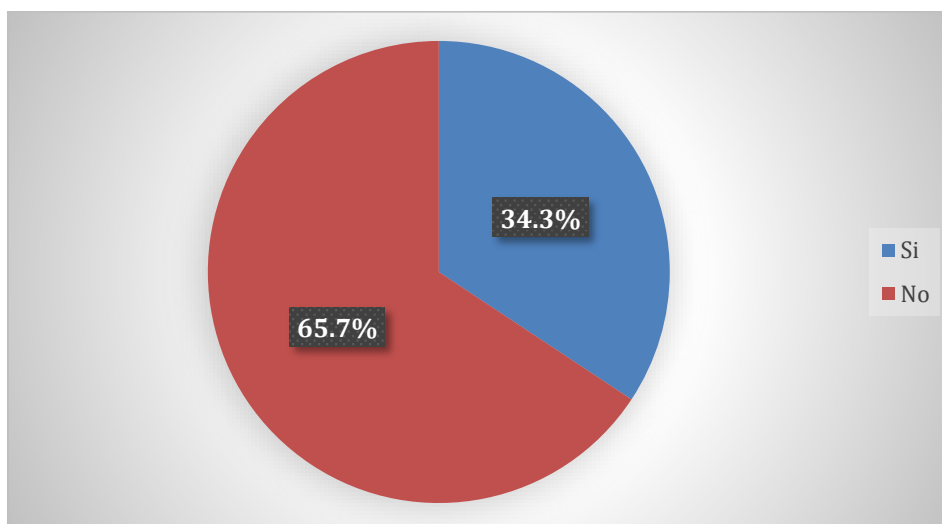
Como se observó, el primer grupo está conformado por aquellos que han emprendido un negocio durante la pandemia por la COVID-19, y de estos, el 60.4% son del género femenino, y el 39.6%, del género masculino. Asimismo, sus edades fluctúan entre 18 a 30 años; cuentan con niveles de estudios en su mayoría universitarios, y viven principalmente en la zona de Lima Norte, en los distritos de San Martín de Porres, Comas, Los Olivos, Carabaylo, Puente Piedra e Independencia. Además, se ha identificado que

el 52,4% sí cuenta con un empleo adicional al emprendimiento que realizó y que el 47,6% no cuenta con un empleo adicional.

El segundo grupo (ver Figura 6) está integrado por los jóvenes que no emprendieron un negocio durante la pandemia por la COVID-19, pero que les gustaría en el futuro poder realizarlo. El 60% son del género femenino, y el 40%, del género masculino. Sus edades fluctúan entre 18 a 30 años; sus niveles de estudios en su mayoría son universitarios; y viven principalmente en las zonas de Lima Norte, en los distritos de Los Olivos, San Martín de Porres, Comas y Carabayllo. A diferencia del grupo anterior, solo el 34,3% de los jóvenes cuenta con un empleo, y el 65,7%, no.

Figura 6

Jóvenes empleados sin emprendimientos, Lima Metropolitana, 2020



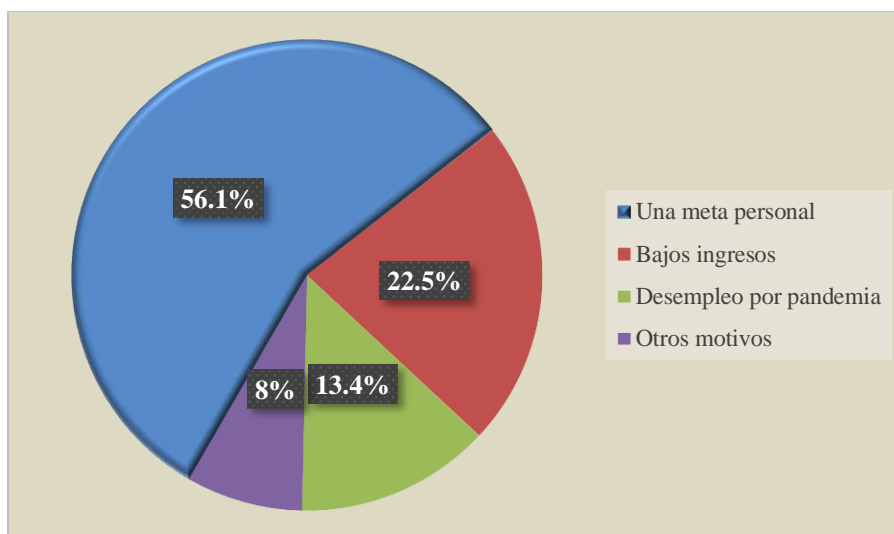
Fuente: Elaboración propia

Luego de haber caracterizado a los dos grupos de jóvenes identificados a través de las encuestas, se analizará los resultados obtenidos para el primer grupo que sí emprendió durante la pandemia por la COVID-19. A ellos se les formuló la siguiente pregunta: ¿cuál fue el motivo principal que te llevó a emprender tu negocio? (ver Figura 7).



Figura 7

*Motivo para emprendimiento de negocio de los jóvenes, Lima Metropolitana, 2020*



Fuente: Elaboración propia

Los jóvenes, en su mayoría, indicaron que fue por una meta personal con un 56.1%, seguido de los bajos ingresos, con 22.5%; además del desempleo por pandemia, con un 13.4%, y por otros motivos, con un 8%. Con ello, podemos inferir que los jóvenes ya tenían proyectado poner en marcha un emprendimiento y, dadas las circunstancias presentadas por la pandemia de la COVID-19, vieron la oportunidad de “lanzarse” al mercado.

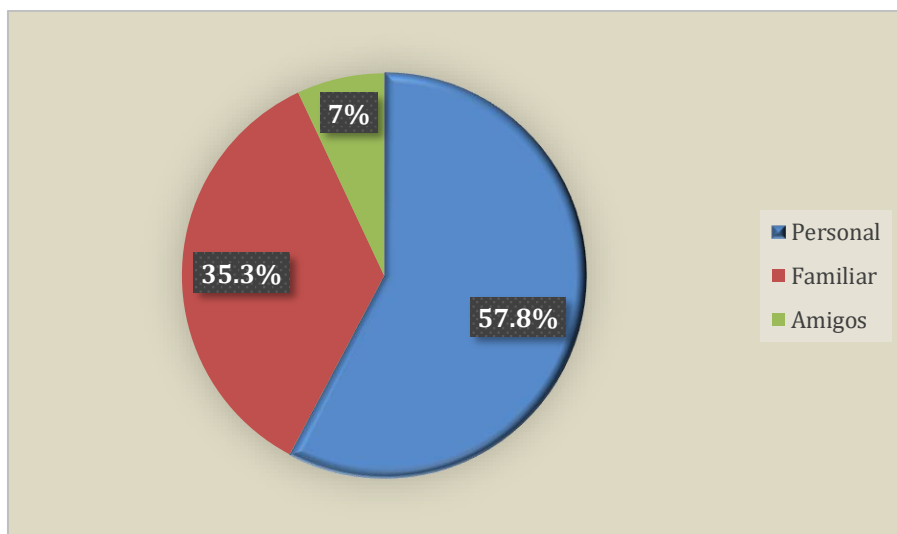
Así mismo, fueron conscientes de las consecuencias que estaba generando la pandemia como los despidos masivos para reducir el personal, las bajas remuneraciones, la disolución de las empresas, entre otros. A pesar de que la gran parte cuenta con un trabajo adicional, no dudaron en buscar otra fuente de ingresos que les permitiese cubrir sus necesidades básicas.

Otra de las preguntas formuladas fue la siguiente: ¿tu emprendimiento es personal, familiar o entre amigos? Con esta pregunta, se trató de indagar si es que el emprendimiento tenía un carácter familiar o era una meta personal (ver Figura 8).

Los encuestados indicaron que sus negocios en su mayoría son personales. Cabe mencionar que anteriormente respondieron que para ellos era una meta personal el iniciar un negocio. Además, siendo la primera vez que emprenden y al no tener la certeza de los resultados en plena pandemia, prefirieron asumir solos los riesgos o beneficios que este les podía generar. Es destacable, además, que sus ingresos generados por el emprendimiento eran principalmente para cubrir sus necesidades básicas.

Figura 8

Carácter del emprendimiento de los jóvenes, Lima Metropolitana, 2020

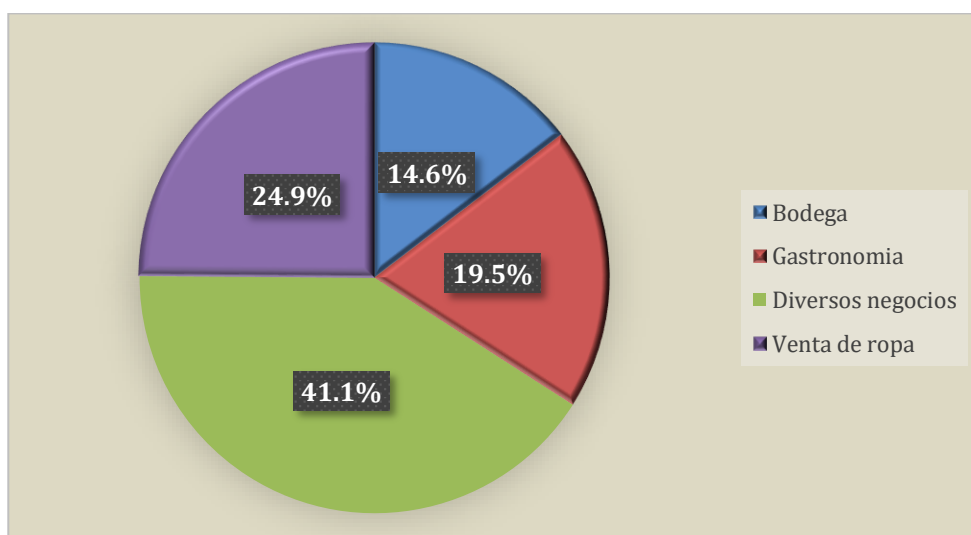


Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, para mayor conocimiento de los nuevos emprendimientos, se les preguntó a jóvenes lo siguiente: ¿qué tipo de negocio es tu emprendimiento? (ver Figura 9).

Figura 9

Tipo de emprendimiento de los jóvenes, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

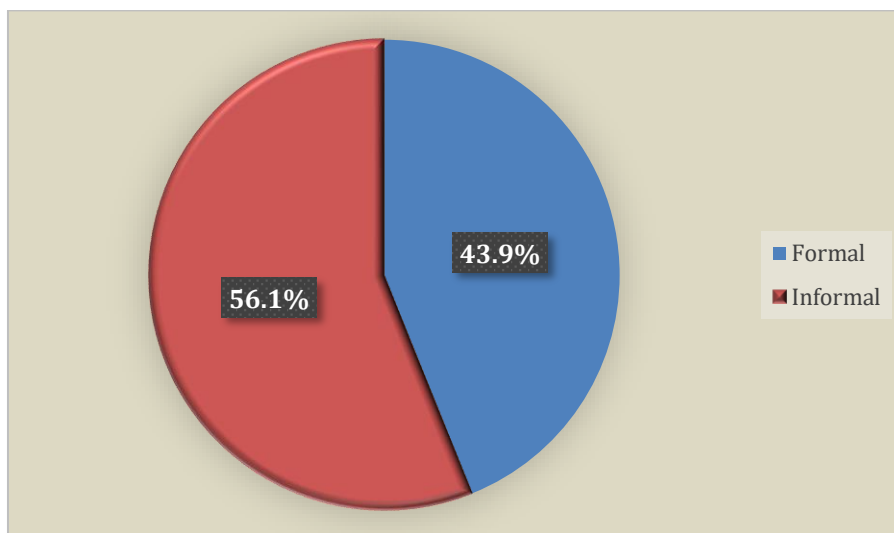
Con respecto a los tipos de negocio que han emprendido, la venta de ropa, la gastronomía y las bodegas son los principales rubros que han elegido los jóvenes para

satisfacer las necesidades del mercado. Por otra parte, se identificó un porcentaje mínimo en cada uno de los diversos negocios, como venta de productos de importación, venta de productos naturales, artículos de limpieza, salón de belleza, clases virtuales, tienda de regalos, servicios para el hogar, etc.

Por otro lado, la formalidad en los negocios es un factor contribuyente para el crecimiento y desarrollo de las empresas. Por tal motivo, se les preguntó lo siguiente: ¿tu negocio es formal o informal? La finalidad de esta pregunta fue saber si el joven emprendedor ha considerado fundamental este factor (ver Figura 10).

Figura 10

Formalidad de los emprendimientos juveniles, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

El resultado fue que el 56.1% son informales, y el 43.9%, formales. Como se aprecia, de acuerdo con el criterio de la mayoría de los jóvenes, al ser su negocio un emprendimiento y una nueva experiencia para ellos, prefieren de momento evitar trámites o regulaciones que los lleven a la formalidad, dado que es una mayor inversión y posiblemente aún no tengan claro cuál será el ciclo de vida del negocio.

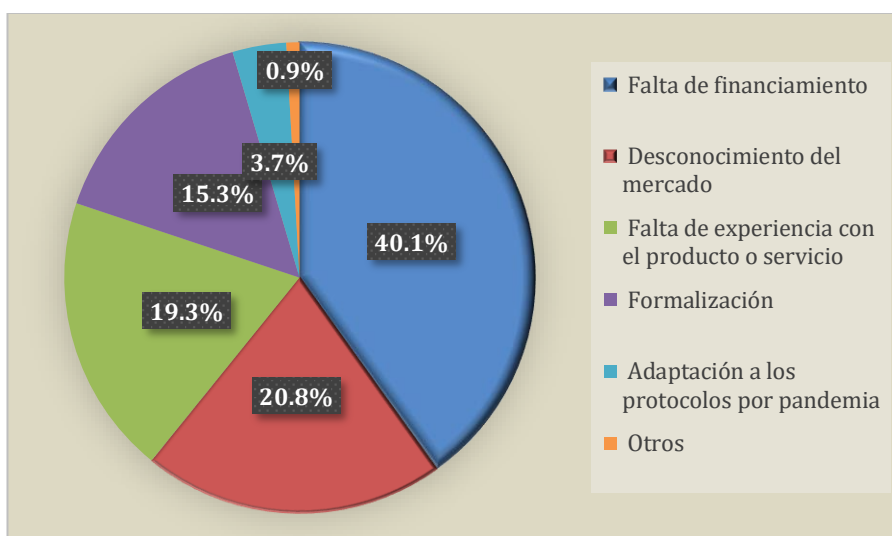
Por otra parte, para el porcentaje de emprendimientos que sí son formales, se puede inferir que estos jóvenes ya tienen una planificación previa que les permitirá alcanzar sus metas como invertir adquiriendo un local, comprar maquinarias, hacer uso de servicios básicos, pagar impuestos, entre otros. Además, posiblemente tengan conocimientos previos sobre la gestión empresarial y sepan cuáles son los beneficios de crecimiento que pueden obtener al constituirse en una empresa formal.

### 4.3 BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL

Existen muchas barreras para los emprendimientos y uno de los principales suele ser el financiamiento. Por ello, se ha preguntado a los jóvenes sobre este tema. La pregunta fue la siguiente: ¿cuáles consideras que son las principales dificultades que tiene un joven para emprender su negocio? (ver Figura 11).

Figura 11

Principales dificultades de los emprendedores durante la pandemia por la COVID-19, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, de acuerdo con la experiencia de los jóvenes que han emprendido durante la pandemia por la COVID-19, una de las principales dificultades que experimentaron para emprender fue la falta de financiamiento. Esto se debió a que no todos tienen la posibilidad de acceder al capital que les permita empezar su negocio. En consecuencia, regularmente deben acudir a una persona de confianza para que les pueda facilitar un préstamo o solicitar a una entidad financiera, pero cumpliendo estrictos requisitos.

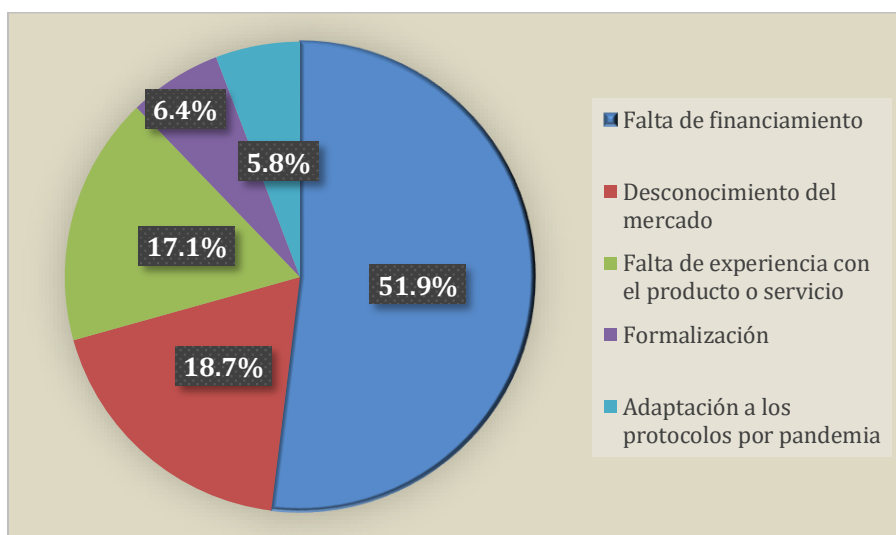
Por otra parte, el desconocimiento del mercado también es otra de las dificultades que en su mayoría identifica el emprendedor juvenil como una de las barreras que impide la ejecución de un emprendimiento. Al no tener un plan de negocio, el joven emprendedor no sabe por dónde empezar, ya que no ha realizado un estudio de mercado que le permita conocer su público objetivo, las necesidades que debe satisfacer, si es un producto o

servicio lo que va a ofrecer, qué medios de distribución utilizará, entre otros aspectos. Sencillamente, optan por imitar otros negocios existentes sin una dirección específica.

De igual manera, se optó por formular la misma pregunta a los jóvenes que no han emprendido, pero que desean hacerlo en el futuro. La pregunta fue la siguiente: ¿cuáles son las principales dificultades que tienes para emprender un negocio? Con esto, lo que se desea identificar es el motivo de que aún no lo pongan en marcha y si hay alguna coincidencia entre las barreras que indicó el primer grupo que sí emprendió (ver Figura 12).

Figura 12

Principales dificultades para emprender un negocio, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

En su mayoría indicaron que la falta de financiamiento es una de las principales barreras que impiden poner en acción su idea de negocio. Así mismo, coincide en el mayor porcentaje al igual que los jóvenes que si han emprendido, ciertamente esta barrera es uno de los recursos en que la población en general carece. No es fácil acceder a un crédito bancario, más aún si eres un joven que no cuenta con un trabajo o en tal caso, si tienes un sueldo, muchas veces está por debajo de lo que el banco solicita como mínimo para acreditar que podrás pagarlo.

#### 4.3.1 Financiamiento

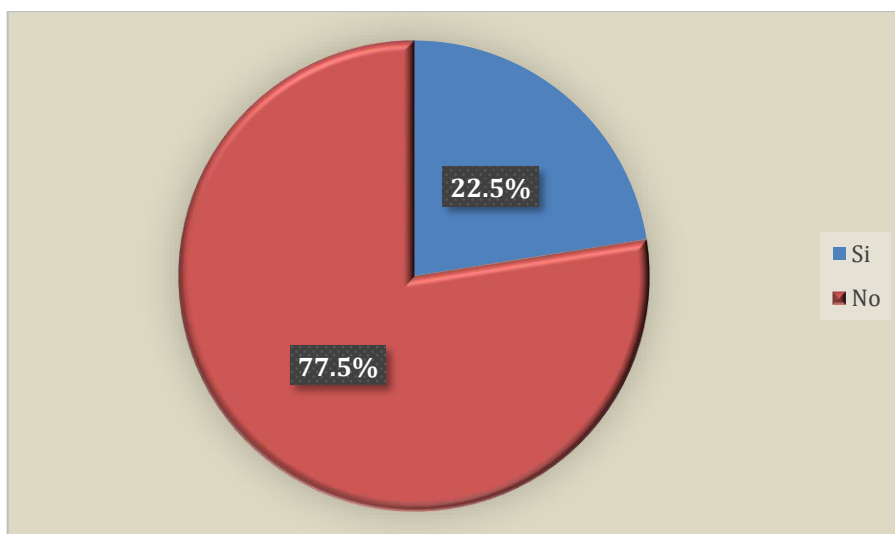
El financiamiento es un recurso importante para aquel que desee emprender; por ello, se consideró dentro del cuestionario una serie de preguntas para los jóvenes emprendedores

sobre cómo obtuvieron el capital para iniciar su negocio. La pregunta fue la siguiente: ¿has recibido préstamos de una entidad financiera para tu negocio? (ver Figura 13).

En su mayoría, los jóvenes emprendedores indicaron no haber recibido un préstamo por parte de una entidad financiera para emprender su negocio. A partir de ello, se puede inferir que el principal motivo de haberlo solicitado o no haberlo recibido son los requisitos que regularmente exigen.

Figura 13

Jóvenes que recibieron préstamos de una entidad financiera, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

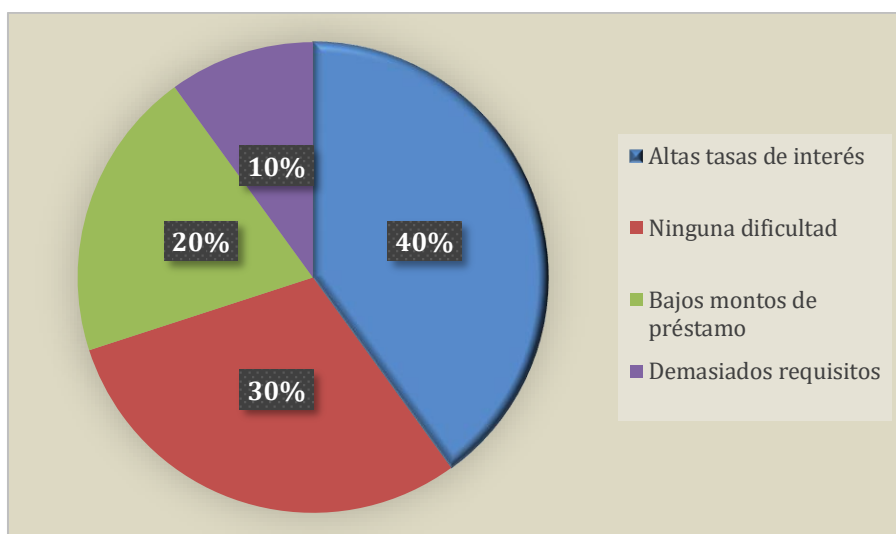
Sin embargo, hay una mínima parte que sí han adquirido préstamos de estas entidades. A este último grupo se le preguntó adicionalmente: ¿has tenido dificultades para tu préstamo bancario? (ver Figura 14).

Como se aprecia en la Figura 14, los jóvenes que adquirieron el préstamo indicaron como mayor dificultad las altas tasa de interés, pues es el factor más común que debe asumir todo aquel que solicita dinero a través de estos medios y que no es negociable, dado que ya está estipulado por la entidad financiera.

Así mismo, al grupo en general de los jóvenes emprendedores se le preguntó lo siguiente: ¿cuál es más factible para ti? (ver Figura 15).

Figura 14

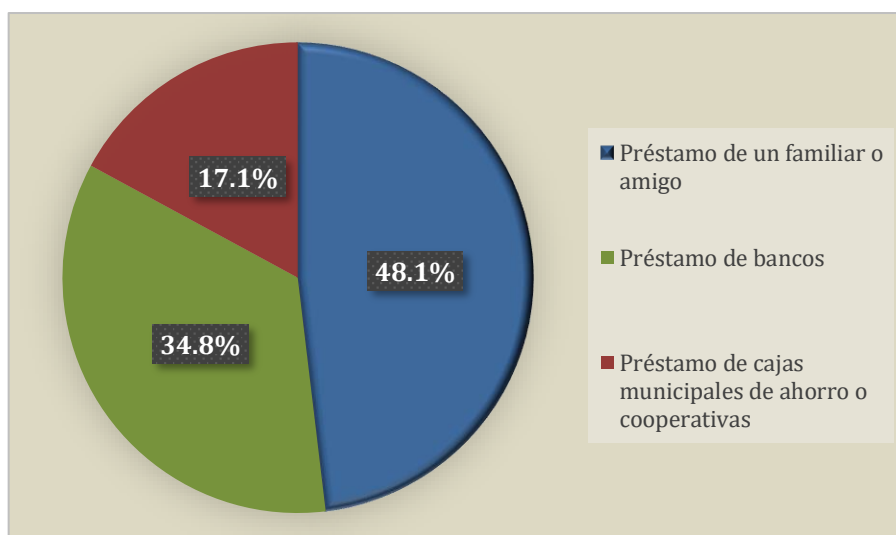
Principales dificultades del joven emprendedor al obtener un préstamo, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Factibilidad de obtener un préstamo para el joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

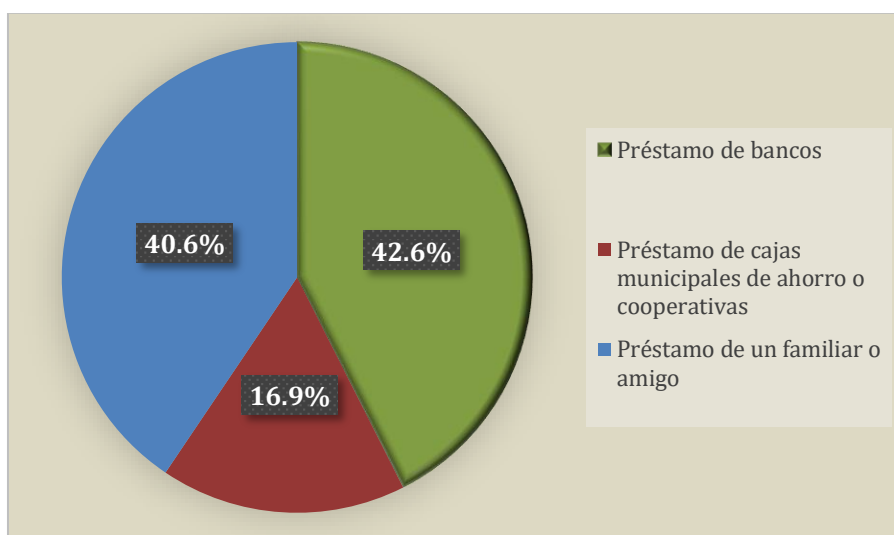
Se consideró la pregunta, dado que se pretende saber si a pesar de que hubo un grupo de jóvenes que pidieron un préstamo a una entidad financiera, estos estarían dispuestos a volver a hacerlo. Dado los resultados, los jóvenes emprendedores, en su mayoría, indicaron que es más factible pedir un préstamo a un familiar o amigo. Con ello,

se infiere que, al indicar que fueron las tasas de interés la principal dificultad, de preferencia, para una próxima inversión, les será más factible pedirle a un amigo o un familiar, dada la flexibilidad y lo negociable que puede ser establecer la tasa de interés, que será muy por debajo al de las entidades financieras. Así mismo, no les piden tener un historial crediticio o una garantía; comúnmente lo hacen por confianza y para apoyar la iniciativa del joven emprendedor.

De igual manera, se les hizo la misma pregunta a aquellos jóvenes que aún no emprenden, pero que sí desearían hacerlo. La pregunta fue la que sigue: Si tuvieras que solicitar un préstamo para emprender tu negocio, ¿cuál de las siguientes opciones sería más factible para ti al solicitar el préstamo?

Figura 16

Factibilidad de un joven para solicitar un préstamo, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Este grupo, se indicó que sería más factible pedir un préstamo a un banco, seguido de solicitar préstamo a cajas municipales de ahorro o cooperativas. Con este resultado, se infiere que los jóvenes no han averiguado detalladamente y no tienen conocimiento de cuáles son los procedimientos o los requisitos para acceder a dicho préstamo.

Para esta investigación, se ha revisado y tomado como ejemplo a la Financiera Compartamos (2022a) para analizar los principales requisitos y condiciones que esta solicita a las pequeñas y medianas empresas para acceder a un préstamo. Según la información que se encuentra en la página principal, para que los empresarios (persona



natural o persona jurídica) que cuenten con un negocio y tengan necesidad de capital de trabajo puedan solicitar un préstamo, se requiere lo siguiente:

- Destino
  - Capital de trabajo
- Montos (de acuerdo con la evaluación)
  - Mínimo: S/1000
  - Máximo: S/ 50 000
- Requisitos
  - DNI
  - Documentos del negocio.
  - Recibo de servicios.
  - Documentos que acrediten propiedad de vivienda o local comercial (titular, cónyuge o fiador)
- Condiciones
  - 6 meses de experiencia en el rubro
- Financiamiento
  - Hasta el 100%
- Plazo (de acuerdo a evaluación)
  - Mínimo: 1 cuota
  - Máximo: 18 meses
  - Primera cuota hasta 59 días

Como se observa, si una persona desea adquirir un préstamo, en primera instancia, el negocio debe ser formal, dado que solicitan documentos del negocio y del local en donde se encuentra. Para esto, la gran mayoría de jóvenes dentro del contexto de la pandemia por la COVID-19 optan por tener un negocio de manera virtual. En este caso sería un factor limitante el no contar con una tienda física. Por otro lado, indican un tiempo mínimo de experiencia en el rubro. Este es otro factor limitante para los jóvenes, dado que, al ser un emprendimiento, cómo podría contar con la experiencia suficiente si recién lo está poniendo en marcha.

Por otra parte, en la página de la Financiera Compartamos (Finandiera Compartamos, 2022b), se visualiza una sección que indica Créditos Grupales. Esta es una de las opciones más factibles que la financiera ofrece para hacer llegar el préstamo al

emprendedor. En este caso, se observa una diferencia con los requisitos anteriores: son menos estrictos. En su página, se menciona lo siguiente: “Porque creemos que la inclusión también debe ser financiera, tenemos el Crédito Grupal para quienes, como tú, se esfuerzan día a día por sus sueños” (párr. 1). Asimismo, se brinda la siguiente información:

- Beneficios
  - Crédito de fácil acceso.
  - Monto inicial desde S/ 1000.
  - Mayores montos sin evaluación al renovar tu crédito desde S/ 1300 a S/ 9900.
  - Tasa individualizada fija durante el plazo del crédito.
  - Posibilidad de elegir la fecha de tu primer pago.
  - Puedes renovar tu crédito antes de lo esperado con la Renovación Anticipada.
  - Tus pagos ya incluyen todo (no pagarás comisiones adicionales).
  - No requiere garantías prendarias.
  - Acompañamiento continuo de un Asesor.
  - Asesoría y recomendaciones sobre cómo manejar tu dinero.
  - Oportunidad de protegerte voluntariamente con un seguro pensado para ti a un precio accesible.
  - Oportunidad de acceder a un crédito paralelo.
  - Facilidad de pagar en cualquiera de los Bancos o establecimientos autorizados por COMPARTAMOS FINANCIERA conforme a su cobertura.
  - Podrás incluir en tu grupo hasta 5 personas que no cuenten con una buena calificación en el sistema financiero.
- Características
  - Pagos catorcenales / mensuales con cuotas fijas.
  - Plazo de 4, 5, 6, 7 y 8 meses.
  - Sin comisiones por apertura, administración o atraso.
- Requisitos
  - Tener un negocio (pudiendo ser estacional o de oportunidad) o querer emprender uno.

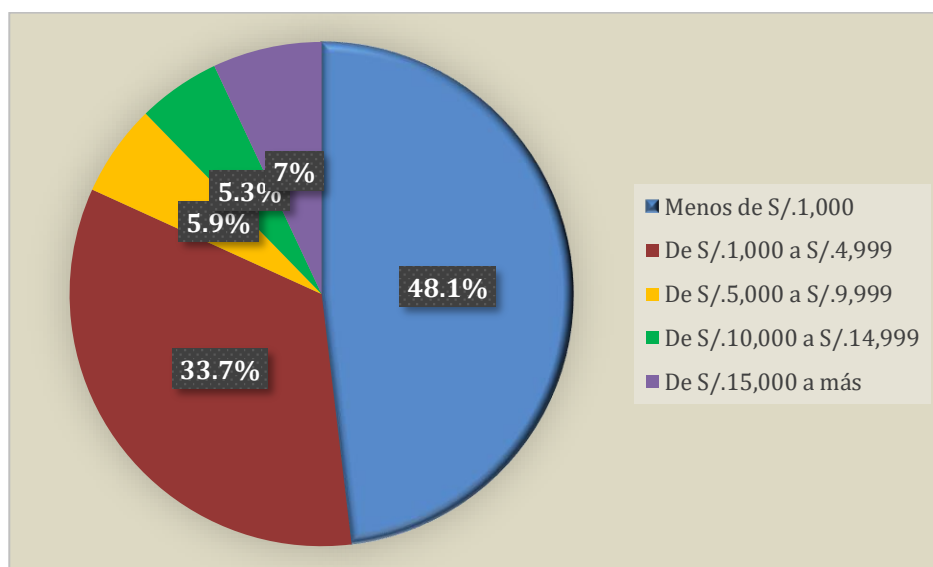
- Formar un grupo de 10 personas como mínimo (máx. 3 varones)\*.
- Presentar tu DNI y un recibo de luz, agua, teléfono u otro.

En este caso, los requisitos son más flexibles; sin embargo, el solicitar un préstamo de manera grupal se requiere de mucho compromiso, pero permite que muchos jóvenes emprendedores tengan la posibilidad de acceder a un préstamo y pongan en marcha su negocio. Esta iniciativa grupal que ha realizado la financiera debería ser replicada por otras entidades, por ejemplo, las cajas municipales, entre otras.

Por otra parte, se les preguntó a los jóvenes emprendedores lo siguiente: ¿cuánto ha sido el monto aproximado de inversión para tu actual negocio? (ver Figura 17).

Figura 17

Inversión aproximada del negocio del joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

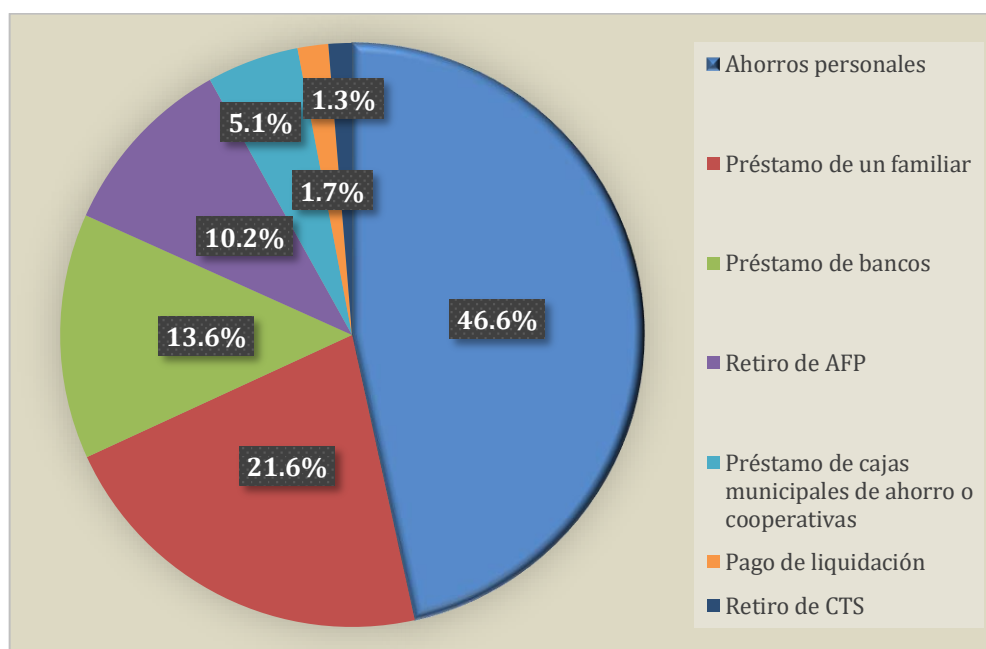
El resultado fue que iniciaron con una inversión de menos de S/ 1000.00. Este es un monto considerable dado los tipos de emprendimientos que se han identificado como la venta de ropa, la gastronomía y las bodegas. Cabe resaltar que los negocios empezaron dentro del contexto de la pandemia por la COVID-19; por ende, han tenido que hacerlo desde casa y, si en algún momento necesitaron algún recurso para la producción o comercialización de sus productos, usaron los implementos que podían encontrar en sus hogares. Con ello, evitaron generar costos adicionales como los servicios básicos de una tienda física (alquiler de local, almacén, maquinaria, etc.).

Por otro lado, analizadas las opiniones de los jóvenes emprendedores sobre los préstamos para iniciar sus negocios y el monto que en su mayoría han necesitado, se optó por preguntarles lo siguiente: ¿cuál ha sido tu fuente de financiamiento para iniciar tu actual negocio? (ver Figura 18).

El resultado obtenido fue que la fuente de financiamiento para la mayoría de los jóvenes emprendedores de esta investigación han sido sus ahorros personales. Como el monto de inversión fue menos de S/ 1000.00, y al ser una meta personal, los jóvenes han optado por invertir sus ahorros en sus emprendimientos, de manera que ello les permitiría crecer económicamente y así evitar financiarse por otros medios.

Figura 18

Principal fuente de financiamiento, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

También, un porcentaje de los consultados indicó que su fuente de financiamiento fue su propia familia o amigos. Como ya se indicó, fue más factible para ellos por la flexibilidad que pudieron obtener. Así mismo, se observa pequeños porcentajes de aquellos jóvenes que cuentan con un trabajo adicional, que han invertido lo obtenido en su AFP y en su CTS, dado que, en esos tiempos, el gobierno promulgó una ley para que pudieran retirar dinero de estos fondos.

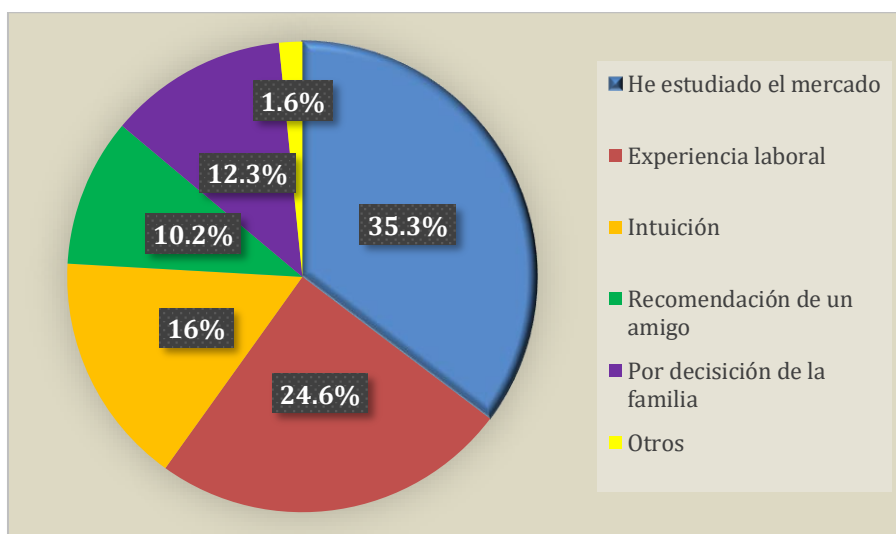
### 4.3.2 Desconocimiento del mercado

Para emprender un negocio y lograr que este crezca, no solo basta con que la persona cumpla con el perfil del emprendedor, como bien lo señaló Sánchez (2003), citado por Alcaraz (2011), en su libro *El emprendedor de éxito*. También, es necesario que conozca las necesidades que puede satisfacer en el mercado. Por tal motivo, se formuló la siguiente pregunta a los jóvenes emprendedores: ¿cómo identificaste qué productos o servicios debías ofrecer en tu negocio? (ver Figura 19).

Con respecto a esta pregunta, los jóvenes emprendedores indicaron en su mayoría haber realizado un estudio de mercado. Este paso ha sido fundamental para ellos, pues les ha permitido saber qué necesidades experimentaban las personas durante la pandemia por la COVID-19, y poder lanzarse, con mayor seguridad, al mercado con el objetivo de obtener los mejores rendimientos.

Figura 19

Identificación del producto o servicio a ofrecer en el mercado, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, existe un grupo de jóvenes que optó por ofrecer su producto en base a la experiencia laboral recibida. A ellos se les podría clasificar como emprendedor imitador, dado que generan sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de estos, según planteado por Schollhamer (1980), citado en Alcaraz (2011). Cabe resaltar que iniciar un negocio de esta manera podría tener ciertas dificultades en el futuro, ya que no hubo una planificación previa, y cuando no tengan los

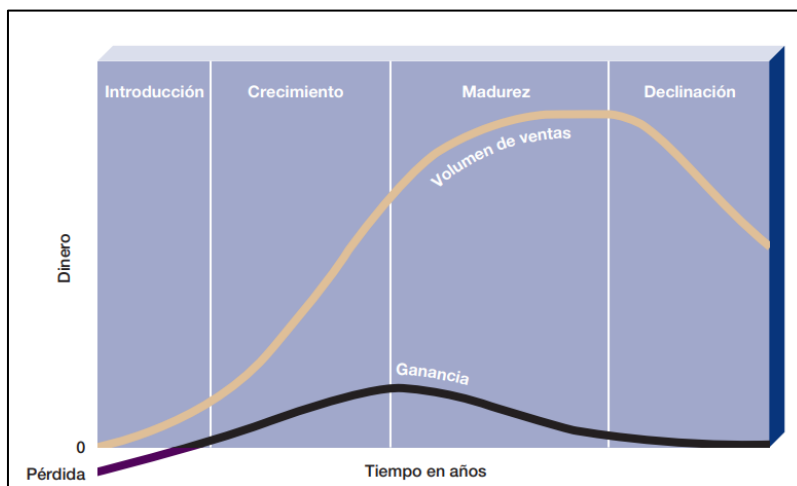
resultados esperados, no sabrán cómo afrontarlos. En consecuencia, en su mayoría deciden retirarse del mercado.

Todo emprendedor independientemente debe contar con una base de conocimientos sobre la gestión empresarial y considerar que, para ofrecer un producto o servicio al mercado, es fundamental conocer el sector a donde se va a introducir. Asimismo, debe conocer a sus competidores y clientes para que sepa diferenciarse de los demás. También, es necesario considerar todos los costos que va a generar el negocio y ser conscientes de que si están empezando, no pueden metalizarse en primera instancia en acaparar todo el mercado.

Por otra parte, el joven emprendedor debe comprender el ciclo de vida del producto (ver Figura 20). Como lo plantearon Staton, William, Etzel y Walker (2004) en el libro *Fundamentos del Marketing*: “El ciclo de vida de un producto consta de cuatro etapas: introducción, crecimiento, maduración y declinación. El concepto de ciclo de vida del producto se aplica a una categoría genérica del producto... y no a marcas específicas...” (p. 255).

Figura 20

Ciclo de vida del producto



Fuente: Staton et al. (2004)

La etapa de introducción ocurre cuando el producto recién se lanza al mercado y regularmente la competencia no es directa. Esto se debe a que el producto aún no es conocido en el mercado y el público objetivo no está familiarizado. En este caso, lo que se debe de hacer es invertir económicamente para promocionar e incitar a la demanda.

En la etapa de crecimiento, suben las ventas y las ganancias frecuentemente, lo que lleva a tener la competencia directa en el mercado. Ante esto, lo que hacen las empresas para seguir incrementando sus ventas y la participación de su producto es bajar los precios de manera gradual en esa etapa.

Luego, en la etapa de madurez inicial, la venta aumenta, pero a una frecuencia decreciente, debido a que hay una competencia intensa de precios. Regularmente, las empresas extienden su línea de productos y, en otros casos, ofrecen nuevas y mejores versiones del producto. En la parte final de esta etapa, algunos productores no pueden afrontar los altos costos, por lo que optan por retirarse del mercado, ya que no tienen los clientes o las ganancias esperadas.

Finalmente, la etapa de declinación se produce porque se introducen al mercado productos a menor costo que satisfacen las mismas necesidades y reemplazan al producto propio. Otro de los motivos es que la necesidad del producto desaparece pues el consumidor se cansó de lo mismo y busca nuevas opciones. Ante esto, las empresas, al percibir muy poca oportunidad de alcanzar sus ventas o ganancias, en su mayoría se retiran del mercado, pues son pocos los competidores que se mantienen, y esto es porque lograron crear un pequeño nicho de mercado que les permite tener un rendimiento significativo.

Por lo mencionado anteriormente, se puede inferir que los jóvenes emprendedores se encuentran en la etapa de crecimiento, pues realizaron la etapa de introducción a inicios del 2020, cuando el país se encontraba atravesando una crisis por la pandemia por la COVID-19. En este contexto, muchas de las empresas se encontraban cerradas sin poder producir ni vender, y los beneficiados fueron los jóvenes emprendedores al no tener competidores directos.

Sin embargo, conforme ha pasado el tiempo, se observó que cada vez iba incrementando la apertura de nuevos negocios, por lo que muchos de ellos han imitado y ofrecido productos o servicios similares. Además, con la reactivación económica de las empresas y las flexibilidades que se iban dando para retomar la comercialización, ha llevado a los jóvenes emprendedores a pasar a la etapa de crecimiento, dado que, ya tenían una competencia directa y por ende, sus precios debían ser más accesibles para seguir incrementando su ventas y para que los productos mantengan su participación en el mercado.

Revisada las etapas del ciclo de vida del producto, el joven emprendedor podrá saber cómo enfrentar las distintas circunstancias que se pueda presentar en cada etapa y de qué manera mantenerse en el mercado.

#### **4.4 LAS TIC Y EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL**

Las TIC han generado un gran cambio en la vida cotidiana de las personas, estas han llegado a ser imprescindibles gracias a los beneficios que se ha obtenido de ellas y más aún porque ha permitido a través de la virtualidad que las personas sigan en comunicación. Por tal motivo, se les preguntó a los jóvenes emprendedores lo siguiente: ¿Haces uso de aplicaciones digitales para la venta y publicidad de tus productos o servicios? (ver Figura 21).

Como resultado se obtuvo que el 78.1% indicó que, si los usa. Esto se debe a que, con el pasar del tiempo y por la misma circunstancia de la pandemia por covid-19 las empresas, entidades y personas en general han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías, ya que, para la gran mayoría de actividades que deseen realizar es necesario hacer uso de ellas. Por tal motivo, los jóvenes han considerado implementar y estar actualizados con las últimas tendencias en lo que se refiere a la tecnología y virtualidad para sus negocios. Así mismo, han identificado las ventajas que este les puede generar, como el ahorro de tiempo, ahorro en costos, interactividad con los clientes, comunicación inmediata, entre otros.

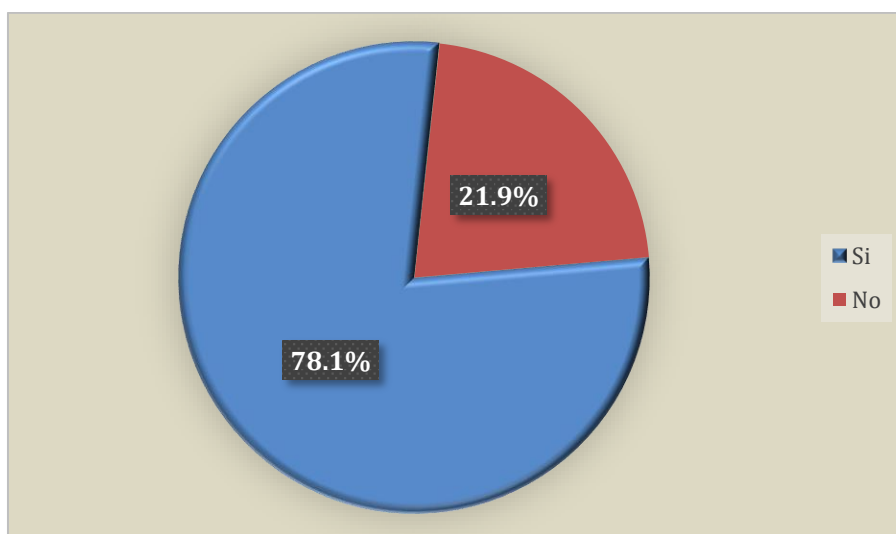
También, se sabe que son las aplicaciones de mensajería y las redes sociales los medios con mayor uso durante la pandemia por la COVID-19. Es por ello, que se les generó la siguiente pregunta: ¿qué tipo de aplicaciones utilizas con mayor frecuencia para la venta y publicidad de tus productos o servicios? (ver Figura 22).

Los resultados fueron con mayor porcentaje la red social Facebook, seguido de la aplicación de mensajería Whatsapp, estas son con las que más realizan sus actividades comerciales, debido a que, a inicios de la pandemia por covid-19, este tipo de aplicaciones ha permitido comunicar de manera inmediata e interactuar con las personas que han estado interesadas en adquirir algún producto, principalmente familiares y amistades. Además, sirvieron como canales de difusión para ofrecer el producto o servicio que el joven emprendedor había lanzado al mercado, así como las coordinaciones de pago y entregas a domicilios.



Figura 21

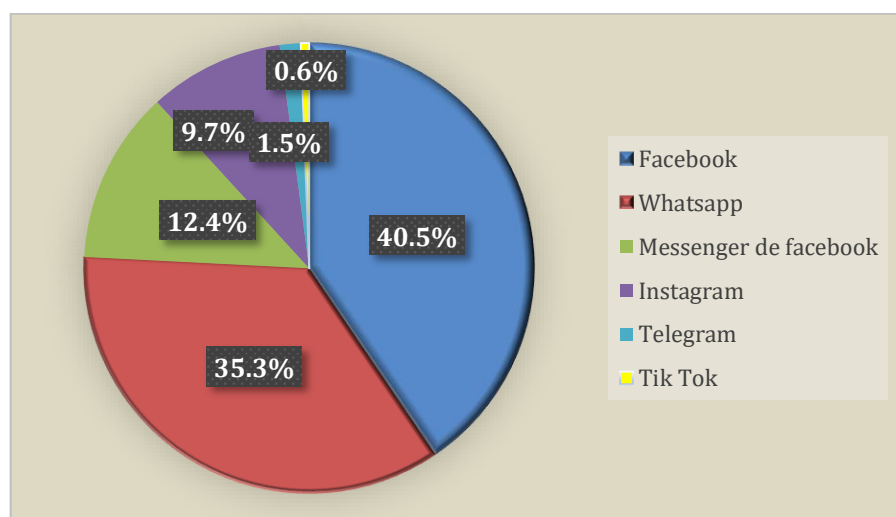
Uso de aplicaciones digitales para los negocios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Aplicaciones con mayor uso en los negocios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020

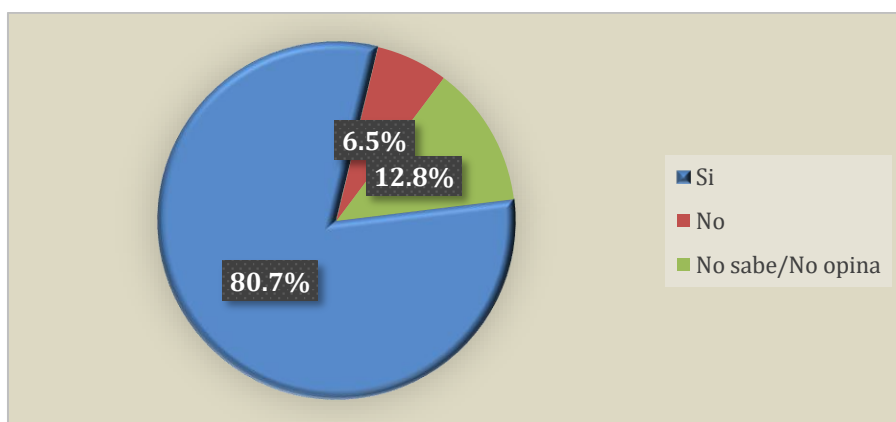


Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, esta investigación pretende conocer que tan beneficioso ha sido del uso de aplicaciones para los negocios de los jóvenes emprendedores. Por lo que se les preguntó: ¿El uso de las aplicaciones ha permitido que tu negocio crezca? (ver Figura 23).

Figura 23

Crecimiento de los negocios de los jóvenes emprendedores con el uso de aplicaciones, Lima Metropolitana, 2020



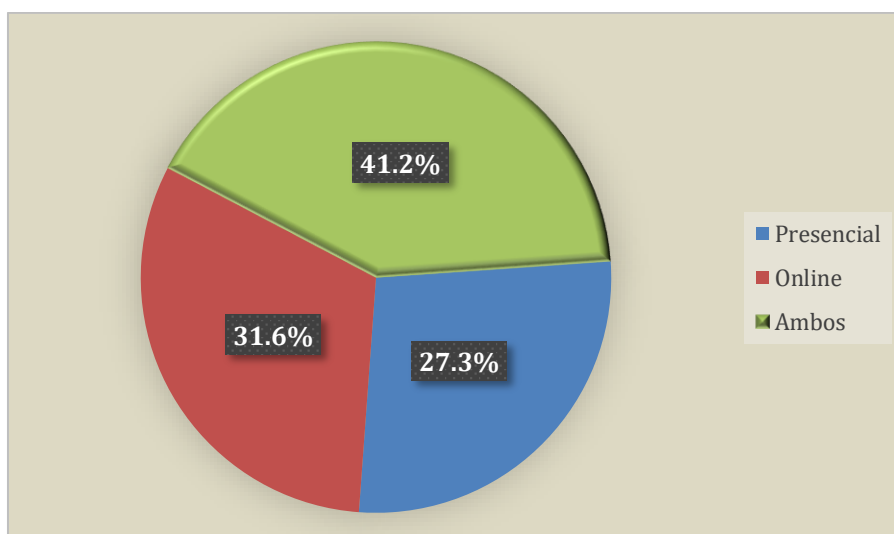
Fuente: Elaboración propia

Confirmándose por la gran mayoría de los jóvenes emprendedores, que el uso de las aplicaciones si han permitido el crecimiento de sus negocios. Recordemos que la gran mayoría de personas se vio obligada a sumergirse en el mundo de la virtualidad, es por ello que, al pasar mayor tiempo con un smartphone, tablet u otro equipo tecnológico, era inevitable no poder interactuar en las aplicaciones. Por ende, los emprendedores tenían la ventaja de hacer llegar todo tipo de publicidad sobre su negocio al público en general, permitiendo mayor acogida y rapidez para adquirir sus productos. Así mismo, los pagos también eran de manera inmediata y más seguro, dado que, para evitar el contacto con las personas se empezó a realizar las transferencias interbancarias por aplicativo y de esta manera, los jóvenes podían disponer en el momento de sus ingresos monetarios.

Por otra parte, durante el año 2020 las restricciones para la reactivación económica fueron variando, siendo el último trimestre del año donde han sido más flexibles para que las empresas puedan integrarse al mercado con mayor participación. Por lo tanto, los jóvenes emprendedores han tenido la oportunidad de no solo impulsar su negocio virtualmente, sino que, además, han tenido la oportunidad de llevarlo a la presencialidad a través de un espacio físico. Y para saber cuántos lograron hacerlo, se les preguntó: ¿De qué manera realizas la venta de tus productos o servicios? (ver Figura 24).

Figura 24

Tipo de venta de los productos o servicios de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

En su mayoría, indicaron que las ventas de sus productos o servicios las realizan de manera virtual y presencial. Recordemos que, de acuerdo al rubro del emprendimiento, los jóvenes han tenido que saber adaptarse a las exigencias sanitarias, protocolos de bioseguridad y a los decretos que con el tiempo se iban regularizando, para que puedan hacer llegar el bien o servicio a manos del cliente. Además, de asumir ciertos costos que no percibían al vender sus productos de manera online.

#### 4.5 INGRESOS Y EMPRENDIMIENTO

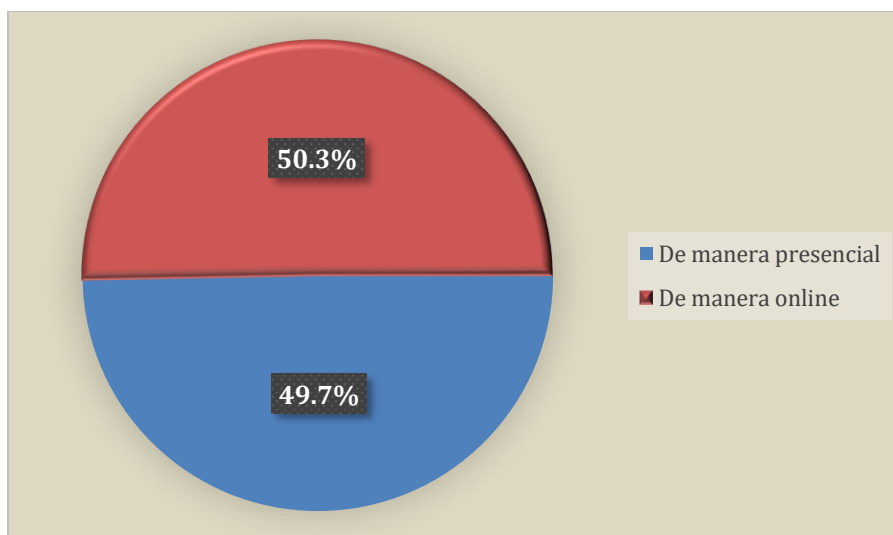
Como hemos observado, en los resultados de esta investigación, existe un porcentaje de jóvenes que han logrado poner en marcha sus emprendimientos, el motivo principal de hacerlo fue por una meta personal. Por un lado, muchos de ellos si contaban con un empleo, pero sus ingresos no eran lo esperado y, por otro lado, están los que no tenían ningún empleo, y todo esto a raíz de la llegada de la pandemia por covid-19.

Sin embargo, a pesar de la condición de empleabilidad, el grupo en general de jóvenes emprendedores, tenían un objetivo en común y era generarse una fuente de ingreso a través de un negocio para poder solventar sus gastos y las de sus familias.

Por tal motivo, se les preguntó lo siguiente: De acuerdo a las ventas realizadas en los últimos 3 meses, ¿De qué manera has obtenido mayores ingresos? (ver Figura 25).

Figura 25

Ingresos según el tipo de venta de los jóvenes emprendedores, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

El resultado fue que, los ingresos obtenidos en su mayoría son por las ventas de la manera online, debido a que, es el medio que hasta la actualidad ha permitido tener acceso con mayor facilidad para contactar con el cliente y que estos puedan hacer su compra de forma inmediata.

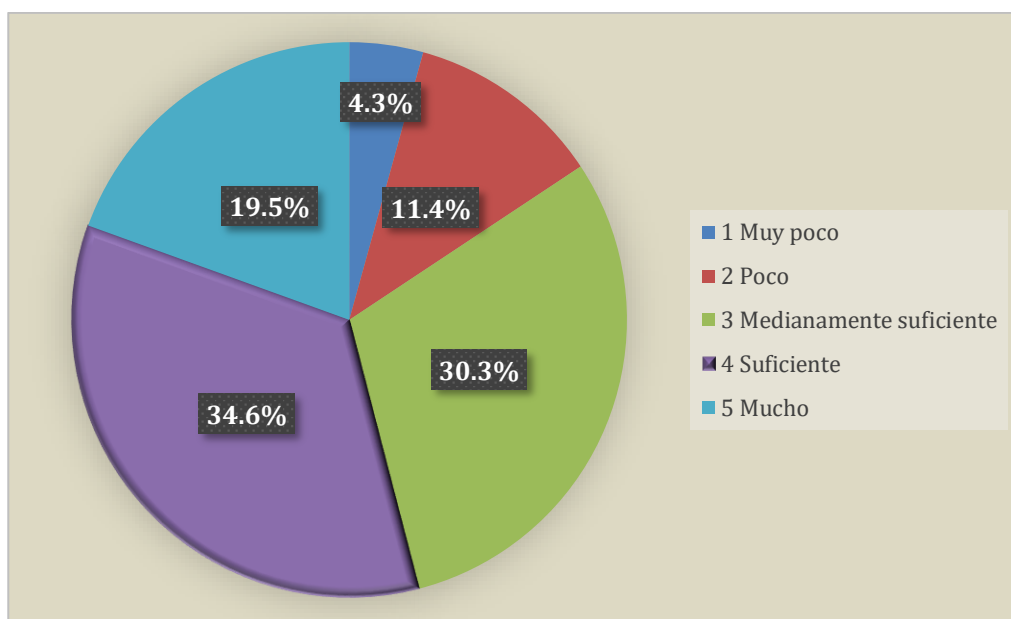
Por otra parte, a través de una escala del 1 al 5, siendo 1 muy poco y 5 mucho, se les preguntó: ¿Consideras que tu negocio actual te ha ayudado económicamente a solventar tus gastos personales o familiares? (ver Figura 26)

Los jóvenes emprendedores indicaron que, el emprendimiento que realizaron es suficiente económicamente para solventar sus gastos personales o familiares. Esto nos demuestra que, a pesar de haber iniciado un negocio durante la pandemia por covid-19 y de las barreras que hemos identificado como el financiamiento, los jóvenes han logrado obtener con éxito un buen rendimiento comercial que les ha permitido obtener los ingresos esperados.

De igual manera, se le formuló la misma pregunta a los jóvenes que no han emprendido, pero que si desean hacerlo. Dentro del contexto de la pandemia por Covid-19, en una escala del 1 al 5 ¿Consideras que emprender un negocio te ayudaría económicamente a solventar tus gastos personales o familiares? (ver Figura 27).

Figura 26

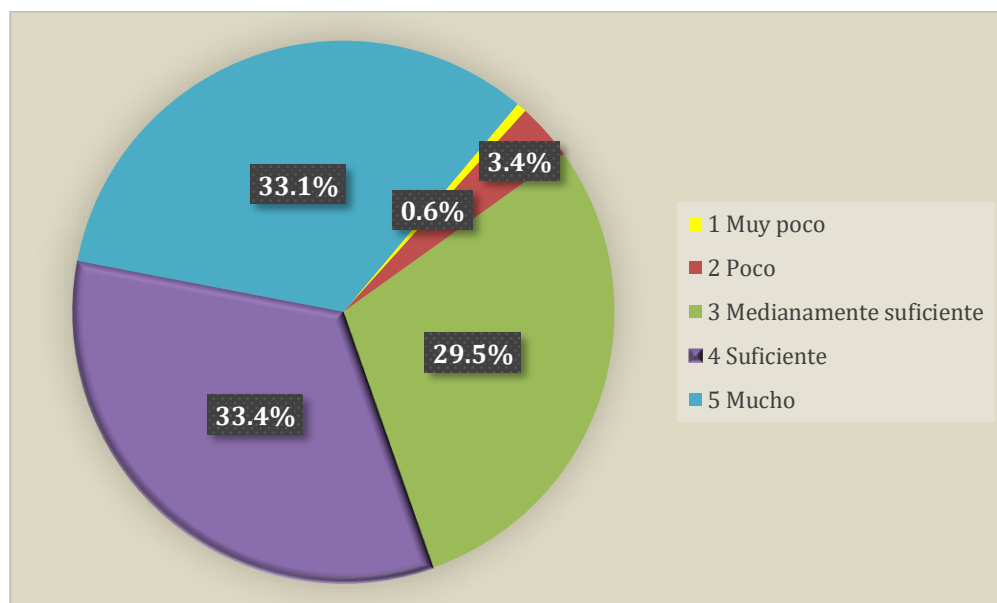
Nivel de solvencia económica del negocio del joven emprendedor, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

Figura 27

Nivel de solvencia económica de un negocio para un joven que desea emprender, Lima Metropolitana, 2020



Fuente: Elaboración propia

El resultado que se obtuvo en su mayoría fue que emprender un negocio sería suficiente para solventar sus gastos personales o familiares. Se puede inferir que a este grupo de jóvenes observar el éxito que han logrado sus parientes, amigos o jóvenes en general con sus emprendimientos les da la iniciativa y seguridad de que ellos también pueden lograrlo y tener su propia fuente de ingreso.

Finalmente, recogidas y analizadas las estadísticas de la presente investigación, se colige que, para obtener los resultados esperados en un negocio, es importante conocer la gestión empresarial, dado que, como lo planteó Hernández (2011), esto permite diseñar y ejecutar los propósitos que tiene una empresa a través de estrategias con los recursos, económicos, tecnológicos, humanos, entre otros.

Además, al ser jóvenes que tienen como finalidad poseer una fuente de ingresos, deben considerar que el perfil del emprendedor se debe cumplir desde el inicio y durante el emprendimiento. Según los resultados de la investigación, en su mayoría estos empezaron su negocio por una meta personal y, con ello, cumplen con las características que mencionó Sánchez (2003), citado por Alcaraz (2011), como iniciativa personal, capacidad de decisión, individualista, optimista y perseverante.

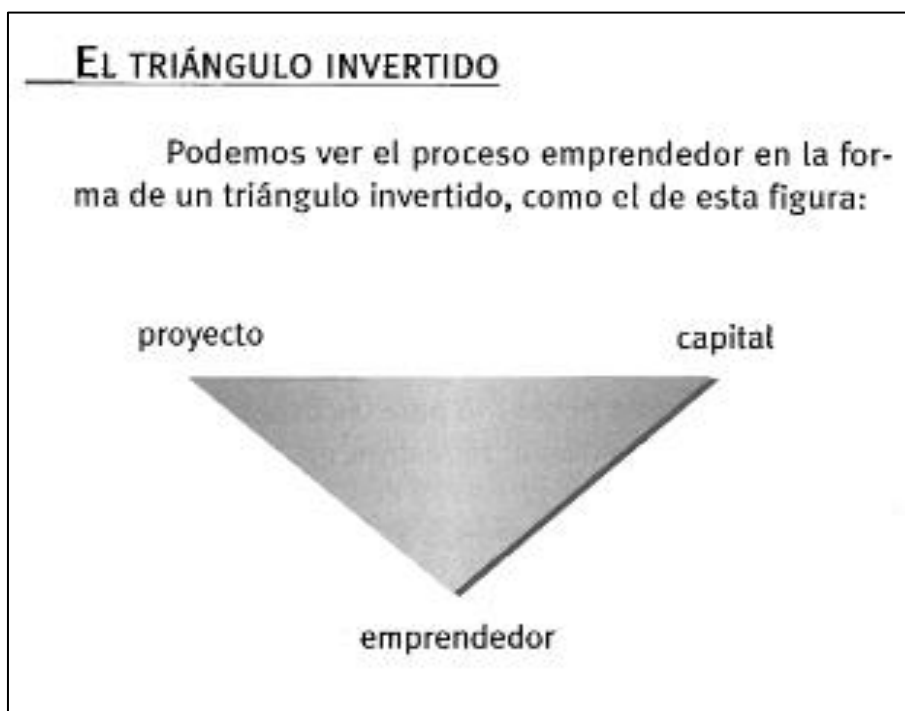
Esta última es una de las características que más resaltan de los jóvenes que han emprendido, porque, a pesar de las circunstancias y dificultades que se generaron por la pandemia de la COVID-19, no se rindieron, lograron el éxito y, por sobre todo, la solvencia que esperaban para sus gastos personales o familiares.

Así mismo, los jóvenes emprendedores, con la experiencia ganada durante ese tiempo, se han podido dar cuenta de lo importante que es trabajar con los recursos en conjunto, así como se indica en la teoría del triángulo invertido de Freire (2004), la cual plantea que el proceso emprendedor está compuesto por el proyecto, el capital y el emprendedor (ver Figura 28).

Entonces, si no se percibe el éxito en un negocio, es porque uno de estos componentes no está funcionando como se debe, ya sea de manera individual o en conjunto, y es en ese punto donde el líder emprendedor debe mostrar su capacidad de llevar a flote su emprendimiento.

Figura 28. El triángulo invertido

El triángulo invertido



Fuente: Freire (2004)

#### 4.6 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para efectos de validar algunos resultados, se ha considerado la siguiente hipótesis: el acceso al financiamiento es un factor que limita el emprendimiento. Para esta hipótesis, se ha considerado la prueba del coeficiente de chi-cuadrado de Pearson (ver Tabla 6). Esta se emplea para estudiar si existe asociación entre dos variables categóricas (si las proporciones de una variable son diferentes dependiendo del valor que adquiera la otra variable, cuando los datos son independientes).

La hipótesis estadística se ha planteado de la siguiente manera:

- Hipótesis nula: El acceso al financiamiento no es un factor que se relaciona con el emprendimiento juvenil.
- Hipótesis alternativa: El acceso al financiamiento es un factor que se relaciona con el emprendimiento juvenil.
- Nivel de significancia:  $\alpha=5\%$

Tabla 6

## Pruebas de chi-cuadrado (hipótesis 1)

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	255,196 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	252,256	1	,000		
Razón de verosimilitud	306,280	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	254,705	1	,000		
N.º de casos válidos	520				

*Nota.* a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 88,47.

b. Solo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente: Elaboración propia

Se cumple que  $p\text{-value} < \alpha$ , lo cual prueba la hipótesis de que el financiamiento es un factor que incide en la posibilidad de emprendimiento juvenil (ver Tabla 7 y Figura 29).

Tabla 7

## Tabla cruzada Negocio\*financiamiento

		Recuento		Total
		Financiamiento No	Financiamiento Sí	
Negocio	No emprendió negocio.	82	259	341
	Emprendió negocio.	175	4	179
Total		257	263	520

Fuente: Elaboración propia

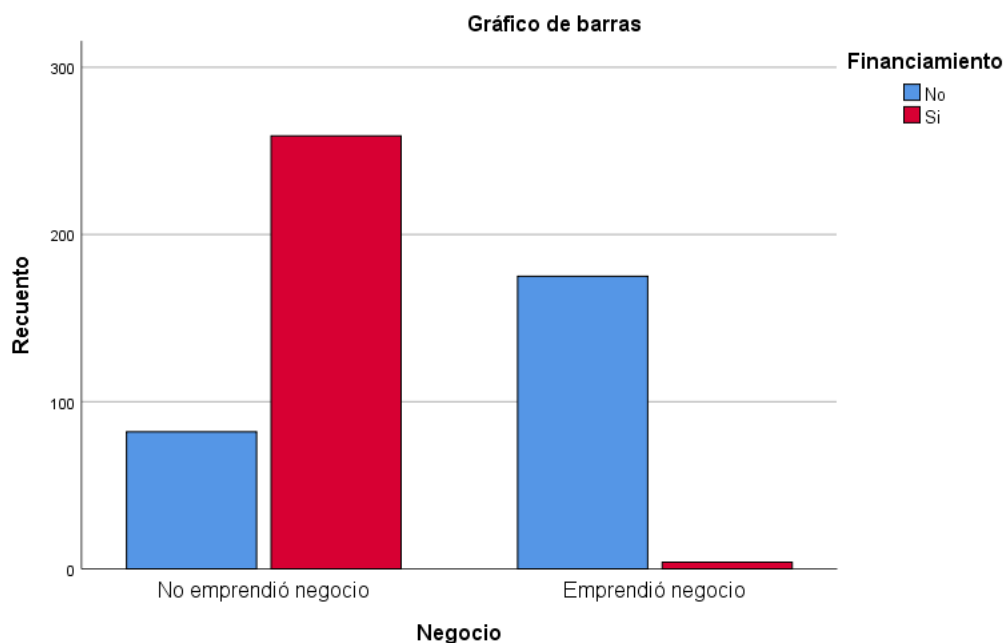
A continuación, se muestran las tablas cruzadas en donde se demuestra que el financiamiento es un factor importante para emprender un negocio. Se observa que



aquellos que no emprendieron negocio por este factor fueron 259 personas frente a las 4 que a pesar de ese factor lo hicieron posible.

Figura 29

Recuento-negocio-financiamiento



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, la segunda hipótesis estadística se ha planteado de la siguiente manera (ver Figura 30 y Tabla 8):

- Hipótesis nula: El nivel de conocimiento del mercado no es un factor que se relaciona con el emprendimiento juvenil.
- Hipótesis alternativa: El nivel de conocimiento del mercado es un factor que se relaciona con el emprendimiento juvenil.
- Nivel de significancia:  $\alpha=5\%$

Tabla 8  
Pruebas Chi-cuadrado (hipótesis 2)

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	45,290 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	43,529	1	,000		
Razón de verosimilitud	68,744	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	45,203	1	,000		
N.º de casos válidos	520				

*Nota.* a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 25,47.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente: Elaboración propia

Se cumple que  $p\text{-value} < \alpha$ , lo cual prueba la hipótesis de que el conocimiento de mercado es un factor que incide en la posibilidad de emprendimiento juvenil.

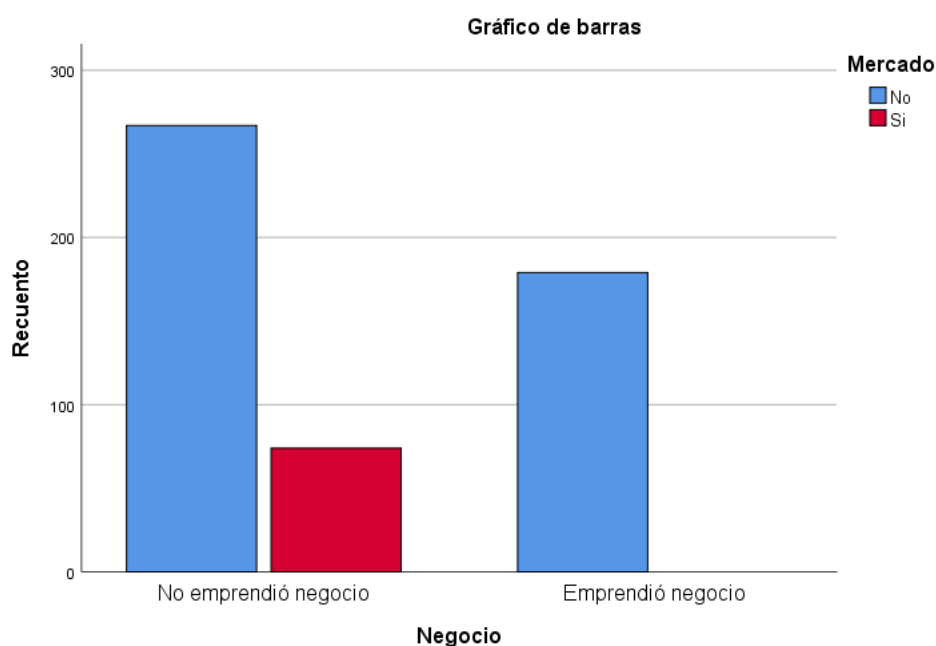
También se muestra el gráfico de las variables en forma cruzada en donde se coloca a la información de mercado como un elemento importante para llevar a cabo un negocio. Según esta tabla se observa que este también fue un elemento importante para disuadir a los jóvenes de emprender un negocio.

Después del análisis realizado, se ha corroborado que aquellas hipótesis que se consideraron como partida se han cumplido en esta investigación, pero que también coinciden con los hallazgos de las tesis revisadas al inicio de aquella.

Se revisó la tesis *Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito Comas, 2017*, elaborada por Pereyra (2018). En esta, la autora realizó una investigación con respecto a las condiciones financieras, las políticas gubernamentales de apoyo, la educación emprendedora, el conocimiento tecnológico, la apertura de mercado interno, entre otros aspectos. Concluyó que las condiciones no son favorables; sin embargo, son los mismos emprendedores quienes hacen lo posible por plasmar su idea de negocio con los pocos recursos que poseen.

Figura 30

Recuento negocio-mercado



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la presente investigación, se coincide en dos puntos principales: (a) el aspecto financiero y (b) la educación emprendedora (esta última coincide con el desconocimiento del mercado). Definitivamente, los aspectos mencionados son las principales barreras que impiden al joven emprendedor ejercer un negocio. De acuerdo con los resultados obtenidos, por un lado, es complicado para un joven acceder a un préstamo bancario y son muy pocas las entidades que ofrecen productos financieros con requisitos menos estrictos. Por tal motivo, el joven prefiere optar por algún préstamo familiar o, en este caso, hacer uso de sus ahorros personales. Por otro lado, la poca educación emprendedora de la que dispone un joven para ejercer su negocio es también un limitante. En algunos casos, los resultados pueden ser favorables, pero si aquel hubiese adquirido algunos conocimientos básicos sobre gestión empresarial, el desconocimiento del mercado no sería una barrera que impida al negocio resultados favorables para su crecimiento en el mercado.

También, en el ámbito internacional, se revisó la tesis *La formación de Jóvenes para emprendimientos como alternativa para el desarrollo local*, de Vélez (2011). La autora, en una de sus conclusiones, indicó que las capacidades y aptitudes emprendedoras pueden potenciarse a través de la educación, la formación y el aprendizaje permanente,

dado que estos aspectos contribuyen de manera significativa promoviendo los intereses de las personas como el empleo, la erradicación de la pobreza, la inclusión social y el crecimiento económico sostenido en una economía mundializada.

En la presente investigación, en concordancia con el objetivo de determinar si el desconocimiento de las necesidades del mercado es una de las principales barreras de los jóvenes para emprender un negocio, se puede afirmar que ello coincide con lo planteado por Vélez (2011), pues es de suma importancia que los jóvenes dispongan de una base fundamental de conocimientos con respecto a la gestión empresarial. Así mismo, se coincide que el hecho de que emprender genera en el joven un empleo, ingresos monetarios, crecimiento económico, entre otros, aún más si la actividad se ejecutó en el contexto de la pandemia por la COVID-19.

Por otro lado, se revisó la tesis *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador*, presentada por Valencia (2018). En esta investigación, la autora partió de la necesidad de la población de Santa Elena por mejorar su situación económica, caracterizada por la falta de empleo y la poca existencia de empresas.

Valencia (2018) concluyó que sí hay un impacto moderado de los emprendimientos en el sector artesanal, gracias a la asociatividad, la sinergia y la armonía con el ambiente entre los artesanos, lo cual permite el progreso y un equilibrio económico-social. Ello coincide con otro de los resultados de la presente investigación, ya que los emprendimientos sí han generado ingresos a las familias de los jóvenes en el contexto de la pandemia por la COVID-19. Estos han producido estabilidad económica y un impacto moderado en los distintos rubros que se han identificado como venta de ropa, gastronomía, bodegas, entre otros. Esto se debió a que eran lo que más demandaba y necesitaba la población a falta de la comercialización por las empresas grandes durante esos tiempos.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo final, se presentan las conclusiones parciales y generales. Así mismo, se ofrecen las recomendaciones de acuerdo con los objetivos plasmados y los resultados del trabajo en estudio.

Con respecto a las conclusiones, se ha arribado a conclusiones parciales y generales. Las conclusiones parciales son las que siguen:

- En la determinación de si el desempleo es el motivo principal de los jóvenes para emprender un negocio dentro del marco de la pandemia por la COVID-19, se ha podido demostrar que el motivo principal de emprender, en su mayoría, fue por una meta personal, con un 56.1%. Esto se debió a que “vieron” la oportunidad de introducirse en el mercado y de poner en marcha un proyecto que ya tenían pensado, aprovechando la etapa en que la población presentaba muchas necesidades y que no podían obtenerlas tan fácilmente por las restricciones dadas a nivel nacional. De alguna manera, estos emprendimientos lograron satisfacerlas.
- En la determinación de si el financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19, se ha podido demostrar que la principal barrera para los jóvenes en su mayoría es el financiamiento. Esto ha sido manifestado por lo jóvenes que sí emprendieron, con un 40.1%, y por los jóvenes que no han emprendido, con un 51.9 %. Esto se debe a que para ellos no es fácil acceder a un crédito que les permita obtener un capital para su negocio. A ello se suman los estrictos requisitos que solicitan las entidades financieras, por ejemplo, los que exige la financiera Compartamos para las pequeñas y medianas empresas.
- Entre las opciones de barreras para emprender, el 20.8% de los jóvenes que emprendieron indicaron que el desconocimiento del mercado es otra de las dificultades; al igual que los jóvenes que no emprendieron, con un 18.7%. Regularmente esto sucede cuando la persona no sabe cómo empezar o no realiza un estudio de mercado que le permita conocer la necesidad que debe

satisfacer, y opta solo por imitar lo que hacen otros negocios. Cabe resaltar que no solo basta con poseer las características de un emprendedor, sino que se debe saber cómo ejercerlas a través de un plan de negocio.

- Al determinar si las TIC permiten a los jóvenes emprendedores perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19, se ha demostrado que efectivamente los negocios han tenido un gran crecimiento con el uso de estas herramientas y que es un soporte para perdurar en el tiempo. Un 78.1% de los jóvenes emprendedores manifestaron vender y publicitar su emprendimiento a través de las aplicaciones digitales, pues las ventajas obtenidas de estas son el ahorro de tiempo, el ahorro en costos, mayor interacción con los clientes, comunicación inmediata, ente otros.
- Al determinar si los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en el marco de la pandemia por la COVID-19, se ha podido demostrar con un 34.6% que los jóvenes en su mayoría indicaron que sus ingresos fueron suficientes para solventar sus gastos personales o familiares. Cabe resaltar que el 52.4% de los jóvenes que han emprendido ya tenían un empleo; sin embargo, con los ingresos de sus negocios, han podido lograr la solvencia en su hogar.

Por otro lado, las conclusiones generales son las que siguen:

- A pesar de las circunstancias económicas del país motivadas por la pandemia de la COVID-19, se han logrado crear nuevos emprendimientos gracias a la iniciativa y a las metas personales de los jóvenes por generar sus propios ingresos. De todos los jóvenes que habitan en Lima Metropolitana, el 33.5% ha emprendido y, aunque parezca un porcentaje mínimo, estos negocios han demostrado que a pesar de haber iniciado su emprendimiento en una etapa muy difícil económicamente para el país y considerando como principal barrera el financiamiento así como el no contar con un plan de negocio, la mayoría de los jóvenes emprendedores han podido obtener los ingresos esperados con éxito y, sobre todo, han cumplido con el objetivo principal que es solventar sus gastos familiares.

Para ello, contaron con el apoyo de las herramientas digitales, que han sido de mucha ventaja para las ventas de sus productos, dado que, en la

actualidad, la gran mayoría de los jóvenes cuenta con un *smartphone* y han sabido aprovecharlo para captar a sus clientes a través de las redes sociales.

Finalmente, se exponen las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a las entidades financieras incluir, dentro de sus productos financieros, opciones colectivas para los jóvenes emprendedores que tomen la iniciativa planteada por la Financiera Compartamos, que, a través de un grupo de personas con sueños por tener su negocio, ofrece facilidad y flexibilidad para que esto se cumpla otorgándoles un capital y con requisitos accesibles. Con esto, las personas tienen la seguridad de que podrán pagar las cuotas del préstamo sin dificultades y así iniciar con su historial crediticio para el futuro.
- Es recomendable que los jóvenes puedan recibir algunos cursos sobre gestión empresarial, de manera que esto les permita tener una base para poder saber administrar mejor sus recursos y, a su vez, saber enfrentar distintos escenarios positivos o negativos del negocio. Para esto, sería bueno que se incluya, en los estudios secundarios de cuarto y quinto año, un curso sobre gestión empresarial, con apoyo de las universidades a través de convenios, ya que una vez que los jóvenes finalizan sus estudios, no todos tienen la posibilidad de estudiar una carrera universitaria, técnica o de conseguir un empleo. Sin embargo, si poseen los conocimientos básicos empresariales desde el colegio, podrán solventar sus gastos a través de un negocio en el futuro.
- Se recomienda a los jóvenes emprendedores y a los que desean hacerlo, ampliar sus conocimientos con estudios técnicos o universitarios sobre la administración de una empresa, de manera que sus negocios puedan seguir creciendo y obtengan los rendimientos esperados. Se debe comprender que, en un mundo globalizado y con el transcurrir del tiempo, surgen nuevas tendencias que se reflejan en las exigencias y necesidades del cliente.

## REFERENCIAS

- Albarrasin, D. (2016). *Estudio de las estrategias de comercialización de leche y su incidencia en los ingresos económicos del grupo de mujeres Nueva Esperanza, Parroquia Mulaló, Cantón Latacunga periodo 2015* [tesis de posgrado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. Repositorio Institucional. Recuperado de <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/165/1/Trabajo%2043%20Albarrasin%20Madril%20Dolores%20Natalia.pdf>
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor de éxito* (4ª ed.). México: Mc Graw. Global Entrepreneurship Monitor (2016-217). Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2017/10/12/GEM%202016-2017%20VF.pdf>
- Arango, J. (2011). *Identificación de los factores que tienen mayor relevancia en la creación de una nueva empresa en la ciudad de Medellín desde la perspectiva del emprendedor empresarial* [tesis de posgrado, Universidad de Medellín]. Repositorio Institucional. Recuperado de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/24/IDENTIFICACION%20DE%20LOS%20FACTORES%20QUE%20TIENEN%20MAYOR%20RELEVANCIA%20EN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ascencio, O. (2014). *Centros de Emprendimiento en zonas pobres del país como una herramienta adicional para combatir la pobreza atacando la desigualdad de oportunidad* [tesis de posgrado, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129902/Centros%20de%20emprendimiento%20en%20zonas%20pobres%20del%20pa%20como%20una%20herramienta%20adicional%20para%20combatir%20la%20pobreza%20ataca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- Becerra, L. (2016). *Diagnóstico de los factores que podrían contribuir a la sostenibilidad de los microemprendimientos del proyecto de generación de negocios de la ONG Socios en la Salud en la provincia de Lima Metropolitana y el Callao* [tesis de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional. Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7174/BECERRA\\_PANDO\\_LILIANA\\_DIAGNOSTICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7174/BECERRA_PANDO_LILIANA_DIAGNOSTICO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bóveda, J., Oviedo, A. y Yakusik, A. (2015). Manual del emprendedorismo. *San Lorenzo, Paraguay: Productiva Servicio de Desarrollo Empresarial*. Recuperado de [https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_01.pdf](https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf)
- Burch, J. (1986). *Entrepreneurship*. TX: Wiley and Sons.
- Castillo, J. (2000). Desempleo y subempleo. *Gestión en el tercer milenio*, 3(5), 61. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/10037/8781>
- Castillo, J. (2014). Capacidad de gestión y desarrollo empresarial en las Pymes de confecciones del complejo de Gamarra. *Gestión en el tercer Milenio*, 17-I (13), 31-38. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/11685/10478>
- Datum Internacional. (2020). *Emprendedores en contexto COVID-19 diciembre 2020*. Recuperado de [https://www.datum.com.pe/new\\_web\\_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3\\_220405035510.pdf](https://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Estudio%20Emprendedor%20COVID-19%20-v3_220405035510.pdf)
- Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM. Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19. Presidencia de la República del Perú (2020)

- Duarte, T. y Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo enterprising, an option to the development. *Scientia et Technica*, 15(43), 326-331. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/660/emprendimiento%20una%20opcion-para-desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esan. (2018). *La intención de emprender y el espíritu emprendedor en la población peruana. Global Entrepreneurship Monitor 2017-2018 Capítulo Perú*. Recuperado de [https://www.esan.edu.pe/migration-files/sala-de-prensa/2018/07/03/Nota%20de%20prensa%201\\_Valores%20sociales%20y%20autopercepci%C3%B3n%20hacia%20el%20emprendimiento%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf](https://www.esan.edu.pe/migration-files/sala-de-prensa/2018/07/03/Nota%20de%20prensa%201_Valores%20sociales%20y%20autopercepci%C3%B3n%20hacia%20el%20emprendimiento%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf)
- Financiera Compartamos. (2022a). *Créditos. Crédito Pyme*. Recuperado de <https://www.compartamos.com.pe/Peru/Credito/CreditoNegocio/PYME>
- Financiera Compartamos. (2022b). *Crédito grupal*. Recuperado de <https://www.compartamos.com.pe/Peru/Credito/CreditoNegocio/PYME>
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Recuperado de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara. Recuperado de <https://toaz.info/doc-viewer>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor: informe GEM España 2017-2018*. Recuperado de <https://www.cise.es/pdf/informe-gem-2017-18.pdf>
- Hernández, S. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana Editores. Recuperado de [https://www.academia.edu/37509708/Fundamentos\\_de\\_Gestion\\_Empresa](https://www.academia.edu/37509708/Fundamentos_de_Gestion_Empresa)

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2014). *Una mirada a Lima Metropolitana*. Recuperado de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib168/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib168/libro.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2018). *Censos Nacionales 2017: XII de población, VII de vivienda y III de comunidades indígenas. Sistema de Consulta de Base de Datos a nivel de manzana*. Recuperado de <https://censos2017.inei.gob.pe/pubinei/index.asp>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2020a). *La población de Lima supera los nueve millones y medio de habitantes*. Recuperado de [https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-de-lima-supera-los-nueve-millones-y-medio-de-habitantes-12031/#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica,del%20Per%C3%BA%20\(32%20625%20948](https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-de-lima-supera-los-nueve-millones-y-medio-de-habitantes-12031/#:~:text=El%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%C3%ADstica,del%20Per%C3%BA%20(32%20625%20948)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2020b). *Demografía Empresarial*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/2020/1/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020c). *Demografía empresarial en el Perú: IV trimestre de 2020*. Recuperado de [https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin\\_demografia\\_empresarial\\_3.pdf](https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2020d). *Informe de Empleo*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/informe-de-empleo/2020/1/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021). *Anual: Enero-diciembre 2020. Trimestre: Octubre-noviembre-diciembre 2020*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-empleo-nacional-oct-nov-dic-2020.pdf>

- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W. y Palich, L. (2008). *Administración de pequeñas empresas-enfoque emprendedor*. Mexico: Cosegrad. Recuperado de [https://www.academia.edu/35744289/Longenecker\\_Moore\\_Petty\\_Palich\\_ADMINISTRACION\\_DE\\_PEQUEÑAS\\_EMPRESAS](https://www.academia.edu/35744289/Longenecker_Moore_Petty_Palich_ADMINISTRACION_DE_PEQUEÑAS_EMPRESAS)
- Marulanda J. A., Correa, G., y Mejía, F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 66, 153-168. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2020, 15 de diciembre). *Pérdida de 81 millones de empleos a raíz de los efectos adversos de la COVID-19 en Asia y el Pacífico*. Recuperado de [https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_764220/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_764220/lang--es/index.htm)
- Organización Mundial de la Salud [OMS]. (2020, 27 de abril). *COVID-19: cronología de la actuación de la OMS*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Pereyra, A. (2018). *Condiciones marco para el emprendimiento juvenil en el distrito Comas, 2017* [tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. Recuperado de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12750/Pereyra\\_SAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12750/Pereyra_SAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Real Academia Española [RAE]. (2021). *Diccionario de la lengua española, 23.ª ed.* [versión 23.4 en línea]. Recuperado de <https://dle.rae.es>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, 94-119. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762009000100005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005&lng=en&tlng=es).  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s1657-62762009000100005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1657-62762009000100005)

- Rubio, P. (2012). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/ucss/51529?page=1>
- Somarriba, F. (2015). *Actividad emprendedora en el desarrollo económico local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013* [tesis de posgrado, Universidad de Alcalá]. Repositorio Institucional. Recuperado de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=NJ7BpKuYz4g%3D>
- Staton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2004). *Fundamentos del Marketing* (14ª ed.). México DF: McGraw Hill Interamericana. Recuperado de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Stevenson, H. y Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=1505897>
- Valencia, L. (2018). *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador* [tesis de posgrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis. Recuperado de [https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/9734/Valencia\\_cl.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/9734/Valencia_cl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vélez, M. (2011). *La formación de Jóvenes para emprendimientos como alternativa para el desarrollo local* [tesis de posgrado, Universidad Tecnológica Equinoccial]. Repositorio Institucional. Recuperado de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/12404/1/47963\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/12404/1/47963_1.pdf)
- Zavaleta, M. (2020). El emprendimiento empresarial en mujeres y su incidencia en el desarrollo sostenible de la ciudad de Trujillo, año 2019. (Tesis de postgrado, Universidad César Vallejo). Recuperado el 25 de abril de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55127/Zavaleta\\_CMZ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55127/Zavaleta_CMZ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zorrilla, S. (2003). *Aspectos socioeconómicos de la problemática en México*. (6<sup>a</sup> ed.). México: LIMUSA.

Zorrilla, D. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho. Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET 2007-2009* [tesis de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional. Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5508/ZORRILLA\\_MEJIA\\_DAVID\\_FACTORES\\_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5508/ZORRILLA_MEJIA_DAVID_FACTORES_INPET.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Variables
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Es el emprendimiento una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana a consecuencia de la pandemia por la COVID-19?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si el emprendimiento es una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana a consecuencia de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El emprendimiento es una manera de generar ingresos para las familias de los jóvenes desempleados en Lima Metropolitana, a pesar de la existencia de barreras como la falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado, logrando perdurar con el uso de las TIC en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	$E = f(D^-, FF^-, DS^-, TIC^+)$
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿El desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si el desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El desempleo es el motivo principal de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	$E=f(D)$
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿La falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras para que los jóvenes en Lima Metropolitana puedan emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si el financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras de los jóvenes en Lima Metropolitana para emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La falta de financiamiento y el desconocimiento de las necesidades del mercado son las principales barreras para que los jóvenes puedan emprender un negocio en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	$NE=f(F^-, NM^-)$
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Son las TIC lo que permite a los jóvenes emprendedores en Lima Metropolitana perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si las TIC permiten a los jóvenes emprendedores en Lima Metropolitana a perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las TIC permiten a los jóvenes emprendedores en Lima perdurar en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	$PN=f(TICS)$
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana en el marco de la pandemia por la COVID-19?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar si los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima Metropolitana en el marco de la pandemia por la COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los emprendimientos han generado ingresos para las familias de los jóvenes en Lima a consecuencia de la pandemia la COVID-19.</li> </ul>	$I=f(E)$

## Anexo 2. Cuestionario A

### CUESTIONARIO A

**Tesis:** Guianella Centeno Sihuas

**Tesis:** El emprendimiento como generador de ingresos para las familias de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por covid-19. Lima Metropolitana. 2020

**Maestría en Administración de Negocios y Finanzas Internacionales – MBA Internacional**

**Escuela de Postgrado de la Universidad Católica Sedes Sapientiae**

Hola. ! me encuentro realizando una investigación sobre los emprendimientos juveniles en Lima Metropolitana y me gustaría que contribuyas con esta investigación. Si has emprendido un negocio en estos tiempos de pandemia o te gustaría emprender y te encuentras en la edad entre 18 a 30 años, por favor apóyame respondiendo algunas preguntas.

\*Cabe resaltar que la información y detalle que vas a brindarme son de carácter confidencial.

1. **Dentro del contexto de la pandemia por Covid-19, ¿has emprendido un negocio?**

- Sí
- No

2. **¿Cuál es tu edad?**

\_\_\_\_\_

3. **Género:**

- Femenino
- Masculino

4. **Nivel de estudio:**

- Primaria
- Secundaria
- Técnico
- Universitario

5. **¿En qué distrito vives?**

- Ancón
- Puente Piedra
- Santa Rosa
- Carabayllo
- Comas
- Los Olivos
- Independencia
- San Martín de Porres
- San Juan de Lurigancho
- Santa Anita
- Cieneguilla
- Ate Vitarte
- La Molina
- Chaclacayo
- Lurigancho
- El Agustino
- San Juan de Miraflores



- Villa María del Triunfo
  - Villa el Salvador
  - Lurín
  - Pachacamac
  - Otros: \_\_\_\_\_
6. **¿Actualmente, cuentas con un empleo adicional a tu emprendimiento?**
- Sí
  - No
7. **¿Cuál fue el motivo principal que te llevó a emprender tu negocio?**
- Desempleo por pandemia
  - Incertidumbre a ser desempleado(a)
  - Bajos ingresos
  - Una meta personal
  - Otros: \_\_\_\_\_
8. **¿Tu emprendimiento es personal, familiar o entre amigos?**
- Personal
  - Familiar
  - Amigos
9. **¿Qué tipo de negocio es tu emprendimiento?**
- Bodega
  - Boutique
  - Barbería
  - Salón de belleza
  - Pastelería
  - Fuente de soda
  - Comida rápida
  - Restaurante
  - Artículos de limpieza
  - Otros: \_\_\_\_\_
10. **¿Tu negocio es formal o informal?**
- Formal
  - Informal
11. **¿Conoces o has participado de los programas de formalización de emprendimientos que dispuso el estado durante la emergencia sanitaria por la pandemia de la COVID-19?**
- Conozco los programas de formalización de emprendimientos.
  - He participado de los programas de formalización de emprendimientos.
  - Conozco de los programas de formalización de emprendimientos pero no participo.
  - No conozco ni he participado de los programas de formalización de emprendimientos.
12. **Según tu experiencia, ¿cuáles consideras que son las principales dificultades que tiene un joven para emprender su negocio? (Puedes marcar 2 opciones)**
- Falta de financiamiento
  - Desconocimiento del mercado
  - Formalización
  - Falta de experiencia con el producto o servicio
  - Adaptación a los protocolos por pandemia
  - Otros: \_\_\_\_\_
13. **¿Has recibido préstamos de una entidad financiera para tu negocio?**
- Sí

- No

*\*Si la respuesta es NO, el programa pasará a la pregunta 15.*

**14. ¿Has tenido dificultades para tu préstamo bancario? (Puedes marcar más de una opción)**

- Ninguna dificultad
- Altas tasas de interés
- Demasiados requisitos
- Bajos montos de préstamo
- Otros: \_\_\_\_\_

**15. De las siguientes dos opciones de préstamo, ¿cuál es más factible para ti?**

- Préstamo de bancos
- Préstamo de cajas municipales de ahorro o cooperativas
- Préstamo de un familiar o amigo

**16. ¿Alguna vez has participado de cursos o talleres sobre emprendimiento?**

- Sí
- No

**17. ¿Cómo identificaste qué producto o servicio debías ofrecer en tu negocio?**

- He estudiado el mercado
- Experiencia laboral
- Intuición
- Recomendación de un amigo
- Por decisión de la familia
- Otros: \_\_\_\_\_

**18. ¿Cuánto ha sido el monto aproximado de inversión para tu actual negocio?**

- Menos de S/1,000
- De S/1,000 a S/4,999
- De S/ 5,000 a S/9,999
- De S/10,000 a S/14,999
- De S/15,000 a más

**19. ¿Cuál ha sido tu fuente de financiamiento para iniciar tu actual negocio? (Puedes marcar más de una opción)**

- Retiro de AFP
- Retiro de CTS
- Pago de liquidación
- Préstamo de bancos
- Préstamo de cajas municipales de ahorro o cooperativas
- Préstamo de un familiar
- Ahorros personales
- Otros: \_\_\_\_\_

**20. ¿Haces uso de aplicaciones digitales para la venta y publicidad de tus productos o servicios?**

- Sí
- No

**21. ¿Qué tipo de aplicaciones utilizas con mayor frecuencia para la venta y publicidad de tus productos o servicios? (Puedes marcar más de una opción)**

- Ninguna
- Instagram
- Facebook
- Messenger de Facebook
- WhatsApp
- Telegram
- Otros: \_\_\_\_\_

22. *¿El uso de las aplicaciones ha permitido que tu negocio crezca?*
- Sí*
  - No*
  - No sabe/ No opina*
23. *¿De qué manera realizas la venta de tus productos o servicios?*
- Presencial*
  - Online*
  - Ambos*
24. *De acuerdo a las ventas realizadas en los últimos 3 meses, ¿de qué manera has obtenido mayores ingresos?*
- De manera presencial*
  - De manera online*
25. *En una escala del 1 al 5, ¿consideras que tu negocio actual te ha ayudado económicamente a solventar tus gastos personales o familiares?*
- 1 Muy poco*
  - 2 Poco*
  - 3 Medianamente suficiente*
  - 4 Suficiente*
  - 5 Mucho*
26. *En una escala del 1 al 5, ¿consideras que tu negocio es exitoso y que perdurará en el tiempo?*
- 1 Muy poco*
  - 2 Poco*
  - 3 Medianamente suficiente*
  - 4 Suficiente*
  - 5 Mucho*

### Anexo 3. Cuestionario B

#### CUESTIONARIO B

**Tesista:** Guianella Centeno Sihuas

**Tesis:** El emprendimiento como generador de ingresos para las familias de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por covid-19. Lima Metropolitana. 2020

**Maestría en Administración de Negocios y Finanzas Internacionales – MBA Internacional**

**Escuela de Postgrado de la Universidad Católica Sedes Sapientiae**

*Hola. ! me encuentro realizando una investigación sobre los emprendimientos juveniles en Lima Metropolitana y me gustaría que contribuyas con esta investigación. Si has emprendido un negocio en estos tiempos de pandemia o te gustaría emprender y te encuentras en la edad entre 18 a 30 años, por favor apóyame respondiendo algunas preguntas.*

**1. Dentro del contexto de la pandemia por Covid-19, ¿has emprendido un negocio?**

- o Sí*
- o No*

**2. ¿Te gustaría emprender un negocio?**

- o Sí*
- o No*

*De ser su respuesta no, agradecemos su participación.*

**3. ¿Cuál es tu edad?**

\_\_\_\_\_

**4. Género:**

- o Femenino*
- o Masculino*

**5. Nivel de estudio:**

- o Primaria*
- o Secundaria*
- o Técnico*
- o Universitario*

**6. ¿En qué distrito vives?**

- o Ancón*
- o Puente Piedra*
- o Santa Rosa*
- o Carabayllo*
- o Comas*
- o Los Olivos*
- o Independencia*
- o San Martín de Porres*
- o San Juan de Lurigancho*
- o Santa Anita*
- o Cieneguilla*

- Ate Vitarte*
  - La Molina*
  - Chaclacayo*
  - Lurigancho*
  - El Agustino*
  - San Juan de Miraflores*
  - Villa María del Triunfo*
  - Villa el Salvador*
  - Lurín*
  - Pachacamac*
  - Otros: \_\_\_\_\_*
7. ***¿Actualmente, cuentas con un empleo?***
- Sí*
  - No*
8. ***¿Qué tipo de negocio te gustaría emprender?***
- Bodega*
  - Boutique*
  - Barbería*
  - Salón de belleza*
  - Pastelería*
  - Fuente de soda*
  - Comida rápida*
  - Restaurante*
  - Artículos de limpieza*
  - Otros: \_\_\_\_\_*
9. ***¿Alguna vez has participado de cursos o talleres sobre emprendimiento?***
- Sí*
  - No*
10. ***¿Cuáles son las principales dificultades que tienes para emprender un negocio?***
- Falta de financiamiento*
  - Desconocimiento del mercado*
  - Formalización*
  - Falta de experiencia con el producto o servicio*
  - Adaptación a los protocolos por pandemia*
  - Otros: \_\_\_\_\_*
11. ***Si tuvieras que solicitar un préstamo para emprender tu negocio, ¿cuál de las siguientes opciones sería más factible para ti solicitar el préstamo?***
- Préstamo de bancos*
  - Préstamo de cajas municipales de ahorro o cooperativas*
  - Préstamo de un familiar o amigo*
12. ***Dentro del contexto de la pandemia por Covid-19, en una escala del 1 al 5, ¿consideras que emprender un negocio te ayudaría económicamente a solventar tus gastos personales o familiares?***
- 1 Muy poco*
  - 2 Poco*
  - 3 Medianamente suficiente*
  - 4 Suficiente*
  - 5 Mucho*

## Anexo 4. Validación de encuesta

### VALIDACIÓN DE ENCUESTA

**Tesis:** El emprendimiento como generador de ingresos para las familias de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por covid-19. Lima Metropolitana. 2020

**Tesista:** Guianella Paola Centeno Sihuas

**Usuario a encuestar:** Jóvenes

#### 1. Ítems a evaluar

Criterios	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación y orden del cuestionario	X			
Claridad en la redacción del contenido		X		
Coherencia entre la variable y los indicadores	X			
Importancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Observaciones:

.....

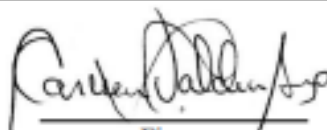
.....

.....

.....

#### 2. Datos del experto

Validado por	Mg. Carmen Rosa Valdivia Arenas
DNI o Carnet de Extranjería	21796501
Grado Académico	Maestría
Profesión	Economista
Lugar de trabajo	UCSS, UNFV, UPN
Cargo que desempeña	Docente universitario
Lugar y fecha de validación	Lima, 24 de agosto del 2021

  
Firma

## Anexo 5. Validación de encuesta

### VALIDACIÓN DE ENCUESTA

**Tesis:** El emprendimiento como generador de ingresos para las familias de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por covid-19. Lima Metropolitana. 2020

**Tesista:** Guianella Paola Centeno Sihuas

**Usuario a encuestar:** Jóvenes

#### 1. Ítems a evaluar

Criterios	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación y orden del cuestionario		X		
Claridad en la redacción del contenido		X		
Coherencia entre la variable y los indicadores		X		
Importancia del contenido		X		
Factibilidad de aplicación		X		

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

#### 2. Datos del experto

Validado por	Román Junior Balvin Azaña
DNI o Carnet de Extranjería	45241107
Grado Académico	Maestro
Profesión	Administrador
Lugar de trabajo	Escuela de Postgrado UCSS
Cargo que desempeña	Director Administrativo
Lugar y fecha de validación	Lima, 27 de agosto de 2021

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma

## Anexo 6. Validación de encuesta

### VALIDACIÓN DE ENCUESTA

**Tesis:** El emprendimiento como generador de ingresos para las familias de los jóvenes a consecuencia de la pandemia por covid-19. Lima Metropolitana. 2020

**Tesista:** Guianella Paola Centeno Sihuas

**Usuario a encuestar:** Jóvenes

#### 1. Ítems a evaluar

Criterios	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación y orden del cuestionario	X			
Claridad en la redacción del contenido	X			
Coherencia entre la variable y los indicadores	X			
Importancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Observaciones:

.....

.....

.....

.....

#### 2. Datos del experto

Validado por	Mg. Grimaldo Querevalú Suárez
DNI o Carnet de Extranjería	06683186
Grado Académico	Magister
Profesión	Economista
Lugar de trabajo	UCSS – ESCPOGRA
Cargo que desempeña	Docente
Lugar y fecha de validación	Lima, 30 de Agosto de 2021



Firma