



UNIVERSIDAD DE LAMBAYEQUE
FACULTAD DE CIENCIAS DE INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**ESTUDIO DEL NIVEL DE EMPRENDURISMO DE LOS
COMERCIANTES DE LA PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL
MERCADO MODELO-CHICLAYO, 2019**

**AUTOR:
MILAGRO DEL PILAR CORDOVA JARA**

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR EL GRADO DE
BACHILLER EN INGENIERIA COMERCIAL**

**Chiclayo – Perú
2019**

Dedicatoria

Ante todo, dedico la presente investigación a Dios quien me dio la posibilidad de crecer y formarme en una familia de bien.

A mis padres, Albina Jara Castillo y Daniel Córdova Salvador quienes me educaron y me impulsaron a seguir adelante ante los obstáculos que se presentaron, me dieron aliento con sus sabios consejos y apoyo incondicional, hasta hacer posible este logro en mi vida.

A mis hermanas y amigos que me apoyaron incondicionalmente durante mi formación académica.

A mis dos hermosas niñas Brigitte y Jahsmin para quien trato de ser ejemplo, apoyo y guía en su vida personal y profesional.

Agradecimiento

Expreso mi agradecimiento a Dios y a las siguientes personas, quienes fueron fundamentales para el desarrollo del presente trabajo e indispensables por su conocimiento y sabiduría.

Docente Ing. Enrique Santos Nauca Torres, quien me acompañó y dedicó su conocimiento esfuerzo, experiencia, comprensión y entereza para lograr que fuera posible el presente trabajo.

Docente Ing. Jorge Cumpa, quien con su paciencia y sabiduría me guió a través del desarrollo del presente trabajo, corrigiéndome desde sus inicios hasta la culminación del mismo.

Resumen

En el presente trabajo de investigación se muestra las características de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del mercado Modelo cuyo perfil es mujeres y hombres de 19 a más años de edad, con diferente nivel educativo motivados por el mayor ingreso y satisfacción e aprovechar sus habilidades. El problema a estudiar es, ¿Cuál será el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del mercado Modelo y tiene como objetivo general : Establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo, 2019, e identificar el perfil de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo, 2019, además identificar fuentes de financiamiento de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo - Chiclayo, 2019.

La metodología empleada es descriptiva no experimental, inicia con la revisión bibliográfica del emprendimiento como campo de investigación y de lo que significa ser emprendedor, para elaborar el marco teórico. Fueron encuestados 54 comerciantes, a quienes se les preguntó acerca de las características: el 76% son mujeres, el 41% tienen edades entre 19 y 30 años, para que un el negocio tenga éxito el 60% de los encuestados respondió que es muy importante conocer de la técnica de ventas como atender al cliente y el 46 % financia su negocio con sus propios ahorros. Se concluyó que, tener un modelo familiar de negocio influye en los emprendedores, las fuentes de financiamiento de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo el 46% financia su negocio con sus propios ahorros principalmente aquellos comerciantes que su negocio es pequeño por lo que nunca financian debido a la alta tasa de interés que ofrecen las entidades financieras, mientras que los negocios más grandes realizan 2 préstamos anuales uno para fiestas patrias y otro para campaña navideña por la cantidad de S/ 50.000 hasta S/200.000.

Palabras Claves: Perfil de los comerciantes, Financiamiento, Emprendimiento, Ventas y Capacitaciones.

Índice

I.	Problema de investigación.....	1
II.	Marco teórico y metodológico	3
	2.1 Antecedentes bibliográficos	3
	2.2 Materiales y métodos	7
	2.2.1 Tipo de estudio.	7
	2.2.2 Diseño de investigación.....	7
	2.2.3 Población y muestra en estudio; métodos,.....	7
	2.2.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	8
	2.2.5 Procesamiento de datos y análisis estadístico.....	9
III.	Resultados	10
	3.1. Identificar el perfil de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.....	10
	3.2. Identificar fuentes de financiamiento de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.....	20
IV.	Discusiones	23
V.	Conclusiones.....	24
VI.	Recomendaciones y trabajos a futuro	25
VII.	Referencias bibliográficas.....	27
ANEXOS	28
	Encuesta	28
	VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	30

Índice de tablas

Tabla 1 Sexo	10
Tabla 2 Edad	12
Tabla 3 Nivel de estudios.....	13
Tabla 4 Capacitación.....	14
Tabla 5 Actividad independiente de los padres o personas con los que vivió.....	15
Tabla 6 Idea del negocio propio.....	16
Tabla 7 Motivo para iniciar emprendimiento	17
Tabla 8 Financiamiento del negocio	18
Tabla 9 Autodefinición de la actividad que realiza	19
Tabla 10 Cantidad de veces que ha realizado prestamos	21
Tabla 11 Dinero aproximado que ha prestado	22
Tabla 12 Conocimientos importantes del emprendedor para tener éxito .26; Error! Marcador no definido.	
Tabla 13 Plan de capacitación para los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo.....	27

Índice de figuras

Figura 01 Sexo	10
Figura 02. Edad.....	12
Figura 03. Nivel de estudios	13
Figura 04. Capacitación	14
Figura 05. Actividad independiente de los padres o personas con las que vivió.....	15
Figura 06. ¿Como surgió la idea de negocio?.....	16
Figura 07. ¿Que le motivo a iniciar su emprendimiento?.....	17
Figura 08. Conocimientos importantes para que el emprendedor pueda tener éxito.....	18
Figura 09. Autodefinition de la actividad que realiza	19
Figura 10. Financiamiento del negocio.....	20
Figura 11. ¿Cantidad de veces que ha realizado préstamos?.....	21
Figura 12. ¿Cantidad de dinero aproximado que ha prestado?.....	22

I. Problema de investigación

Soriano (2007) define emprendedurismo como cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una nueva empresa, incluyendo cualquier intento de volverse auto-empleado.

En los últimos años la actividad emprendedora ha crecido aceleradamente, asimismo el ecosistema emprendedor se ha fortalecido a nivel mundial, Global Entrepreneurship Monitor, 2018, en un estudio realizado señala, el Perú ocupa el 3° lugar de ranking global del mundo con mayor índice en actividad emprendedora temprana, estudiado a 54 países y el 3° puesto de ranking de 11 países estudiados en Latinoamérica y el Caribe. Perú registró una tasa emprendedora de 24.6%, (involucrados en la puesta en marcha de un negocio o dueños-gerentes de negocios con menos de 3.5 años de funcionamiento).

El Perú es un país de emprendedores y se ubica dentro del grupo de las economías basada en la eficiencia, hay herramientas valiosas para desarrollar iniciativas que promuevan la actividad emprendedora tradicional y de alto impacto. Sin embargo es esencial la formulación de políticas públicas y programas gubernamentales que fomenten el potencial emprendedor del país, el acceso a la infraestructura comercial y profesional para aumentar su cartera de clientes, falta de financiamiento debido a que la tasa de costo efectivo anual es 5 a 6 veces más que las grandes empresas así como los costos laborales son las condiciones que siguen actuando en contra de la generación de emprendimientos en nuestro país. Existen emprendimientos que no forman parte del nivel formal, la tecnología que utilizan en su proceso de producción es antigua, la producción en su mayoría se destina al mercado local

El emprendimiento muchas veces surge como un autoempleo por necesidad para generar ingresos para subsistir ante situaciones de desempleo o por disconformidad del trabajo independiente, que en su inicio son mujeres las que se ven en la obligación de emprender un negocio, esto las convierte en ser el mismo jefe y pasar muchas horas en él produciendo nuevos ingresos, cuando se emprende un negocio por oportunidad, surge el interés de aprovechar o cumplir con aspiraciones personales, independencia laboral e incrementar sus ingresos, da elección de carrera, estatus y prestigio y atención mediática al emprendimiento, que permite conocer el nivel de ingreso y deducir con qué recursos propios cuenta para destinarlos al negocio.

La provincia de Chiclayo por su ubicación geográfica favorece mucho al emprendimiento, diariamente llegan comerciantes provenientes de los departamentos de Piura Cajamarca, La Libertad y Lima con productos que se ofrecen al por mayor y menor en el

mercado modelo, que es el principal centro de abastos de la ciudad gracias a ello tiene múltiples recursos, personas con espíritu innovador y alma emprendedora con ganas de asumir riesgos, también la provincia de Lambayeque con su capital Chiclayo ha sido reconocida a nivel nacional e internacional por su gastronomía.

Actualmente no se encuentran estudios de emprendedurismo en Chiclayo. Los comerciantes del mercado modelo de la Plataforma Cuglievan tuvieron la oportunidad de emprender un plan de negocio y recurrieron a sus ahorros, préstamos para financiar, posteriormente acondicionaron, implementaron, y ampliaron con la finalidad de hacer crecer su negocio y mejorar sus ingresos, sin embargo los emprendedores se han visto opacados por la falta de políticas, la enorme ineficiencia por parte de las autoridades en los trabajos por la reconstrucción del niño costero que nos dejó en el 2017, la inseguridad ciudadana a los alrededores del mercado que termina con destruir la imagen de la ciudad, el acceso de vías con huecos, carreteras y calles en mal estado, servicio de redes de alcantarillado obstruidas, conexiones eléctricas clandestinas. Espinoza Gonzales, (2018) recomienda implementar una política regional y municipal de empleabilidad juvenil, la cual, articulada con los programas nacionales tengan la fuerza para aprovechar las potencialidades económicas del departamento, como la agroindustria, comercio y servicios. Se obtuvo como objetivo general, establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 201 y como objetivos específicos, identificar el perfil de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019 e identificar fuentes de financiamiento de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.

Desde el punto de vista teórico científico se ha estudiado el perfil y fuentes de financiamiento de los emprendedores que conllevaría a intensificar el desarrollo y practica del emprendedurismo, asimismo nos permitirá tipificar en relación con las características del mundo interno, sus capacidades emprendedoras y motivación Para ello, el fundamento teórico de la variable se basa en estudiar el nivel del emprendedurismo el cual servirá para mejorar y así obtener buenos resultados y proyectarse en beneficio de los comerciantes que buscan el cambio y concibe la actitud para enfrentar los retos que se presenta en la sociedad; y el espíritu emprendedor por surgir de una idea empresarial que además es cultivado y fortalecido en la experiencia, esto nos servirá para desarrollar y apoyar la teoría en mayor medida al comportamiento de la variable o la relación que hay entre ella, según Hernández, Fernández y Baptista (2010). En su justificación práctica esta investigación es importante porque en los últimos años se le había restado importancia, pero actualmente se ve como posibilidad de

alcanzar al progreso de los comerciantes en vía de desarrollo. Entre las ventajas que tiene el emprendimiento empresarial, encontramos: la posibilidad que tiene los comerciantes de manejar su propio tiempo y ser su propio jefe, tomar decisiones autónomas, ingresos crecientes, además de que genera empleo. Para la justificación social Esta investigación se realiza con el fin de dar a conocer el desenvolvimiento emprendedor, de tal manera que se genere iniciativa de cada uno de los comerciantes y así se practique en las empresas de nuestro distrito de Chiclayo de modo que se inculcara y promoverá la virtud y vocación empresarial. Es importante la formación de educación empresarial para tener las herramientas necesarias y saber enfrentar el actual mercado e insertarse al mercado laboral formal.

II. Marco teórico y metodológico

2.1 Antecedentes bibliográficos

Según Alean, et al. (2017) en su artículo *¿El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano y Social?* Su análisis ha girado en torno a tres enfoques; económico, psicológico e institucional y concluye según el enfoque económico, el emprendimiento es el motor para el crecimiento económico de una nación, estos catalizan el cambio y la innovación al interior de los territorios, y se evidencia en el tejido empresarial con más y mejores empresas, el incremento en la rivalidad y la competencia entre las empresas lo cual se refleja en el desarrollo de la sociedad. En cuanto al enfoque psicológico, el emprendimiento se enmarca desde las capacidades que tiene un individuo para emprender. En este proceso encontramos las capacidades adquiridas de los individuos para realizar procesos innovativos que contribuyan a incrementar el número de emprendimientos en el tiempo. En el enfoque institucional, el emprendimiento está determinado por factores institucionales que condicionan la creación de nuevas empresas; desde lo informal con el espíritu emprendedor, actitudes hacia el emprendimiento entre otras y desde lo formal con organismos y medidas de apoyo para la creación de empresas, trámites y costos entre otros. Los resultados empíricos demuestran una relación entre el emprendimiento y el desarrollo humano, por lo tanto, esto abre posibilidades un campo que aún no se ha explorado y que presenta oportunidades para investigar y profundizar.

Según Asparano (2014) en su artículo *Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos* y tiene como objetivo analizar el desarrollo de gestión en materia de emprendimiento en América Latina a través de estudios realizados por entidades de gran reconocimiento como el Doing Business del Banco Mundial, entre otros, para ello se ha tomado en cuenta países de América Latina que han causado últimamente un impacto positivo en

materia de emprendimiento, tales como: Perú, Chile, Brasil, Argentina, Uruguay, Colombia, y México. Este análisis no sólo permitiría conocer su tendencia frente al entorno, la creación de empresas, generación de empleos, sino, el impacto frente a la gestión de proyectos, como aporte al desarrollo del país y la región. Asimismo se analizó el proceso emprendedor y posteriormente las principales actitudes, actividades y aspiraciones empresariales, que han impulsado el emprendimiento en América latina, llegando a la conclusión que en América Latina la TAE (tasa de actividad empresarial) para el año 2012, tuvo una baja de dos puntos al pasar de 20,78% a 18,88%, debido a que la TAE por oportunidad ha venido disminuyendo frente a la TAE por necesidad, puede ser el reflejo de la situación económica que atraviesan los países de América latina, e influyen en el proceso emprendedor y causa impacto no muy favorable en la gestión de proyectos. Además, países como Ecuador y Colombia tienen miedo al fracaso que impediría la creación de un nuevo negocio, en cambio Argentina, Uruguay y México, son los países que menos piensan en el fracaso al momento de emprender, es importante la interacción de las entidades educativas con el proceso emprendedor en cuanto a la capacitación y formación de nuevos empresarios en asumir riesgos frente a situaciones de negocios. Dentro de las aspiraciones como emprendedor, muestra a Colombia (50%), como el país de mayor expectativa de crecimiento seguido de Chile (37%) y Ecuador (10%) con pocas expectativas para crecer. En América Latina el 42% de los emprendedores identifican oportunidades de negocios, mientras que el 28% se convierten en emprendedores por necesidad, existen factores que se consideran fundamentales e influyen en el grado de emprendimiento tales como el sistema educativo que manejan los países, el apoyo gubernamental, que promueva el desarrollo de empresas a través de políticas de estímulo y exención de impuestos, el apoyo financiero para la disponibilidad de recursos, préstamos y subsidios. El PBI que tienen los países cuando es bajo la actividad emprendedora será mayor, si el PBI aumenta la actividad emprendedora tiende a disminuir. Los emprendedores, deben ser conscientes de la profesionalización, porque van a crear empresas y requieren herramientas y capacidades de empresarios, uso de tecnología, deben ser persistentes, aprender de las experiencias, mirar el lado positivo y tomar en cuenta que esto forma parte del proceso emprendedor, debe ser flexible y ajustarse a los cambios presentados en su país.

Según Pinilla (2010), en su estudio realizado que tiene como título *Condiciones de éxito de los emprendedores emergentes de Lima en la globalización* cuyo objetivo es presentar un resumen de los diferentes enfoques de interpretación del sector económico socio-cultural “Emprendedores Emergentes” y que comúnmente se conoce con acepciones bastante despectivas, tales como “Sector informal” o “migrantes invasores” o “microempresarios”. Se

ha estudiado 5 corrientes de interpretación sobre el origen y características de emprendedores emergentes; enfoque economista estructuralista, enfoque neo institucional del derecho, enfoque social culturalista, enfoque tecnologista de la regulación francesa y enfoque historicista. realizado en entrevistas a profundidad y focus group relacionada con la auto descripción o auto identificación donde intenta dar cuenta de los condicionantes socioculturales que están en la base del origen y evolución experimentada por una parte de esas empresas, llegando a la conclusión que los emprendedores se sienten más identificados con los términos “empresarios populares” o “emprendedores emergentes” ya que consideran que recoge mejor el espíritu y los anima a trabajar, reconociendo una diferenciación de los empresarios tradicionales.

Según Castañeda (2017), en su trabajo de investigación que lleva por título *Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo. Año 2017*. Para optar el Título de Profesional de licenciada en administración de la Universidad Cesar Vallejo y tiene como objetivo determinar los factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, año 2017. Esta investigación es descriptiva de corte transversal y concluye que identifico sectores externos como: la falta de presencia por parte de las autoridades, generando incertidumbre en los emprendedores ante los desastres naturales del fenómeno del niño que se presentaron, la falta de formalización de sus empresas debido al desconocimiento y tramite engorroso, además la falta de capacitación a los colaboradores de los emprendedores genera un grado de competitividad bajo ofreciendo una atención deficiente a los clientes y por ende disminuye su fidelización. Otros factores internos como la motivación de emprender por el salario mínimo que percibían y no les alcanzaba para cubrir sus necesidades básicas, la experiencia laboral previa en el rubro. Los resultados evidencian que el tener un modelo familiar de negocios influye de manera positiva en los emprendedores debido a que tuvieron padres o tíos que sirvieron como modelo a seguir, por otro tener un grado de educación superior favorece en la toma de decisiones y cálculo de riesgos que se presentan en todo tipo de empresa, sin embargo no todos los emprendedores del sector Cacique cuentan con un grado de instrucción superior sin embargo ellos toman sus decisiones basados en su intuición. Los factores internos son los que favorecen el emprendimiento y favorecen por el estilo de vida que tienen y que sirven como modelo para su empresa

Según Puicon (2015), en su investigación *el sector informal urbano en la región Lambayeque durante el año 2014: caso del comercio ambulatorio* para optar el título de Magister del Programa Académico de Formación General de la Universidad Señor de Sipan,

esta investigación es de tipo descriptivo explicativa de la problemática, se tuvo una población desconocida con una muestra de 148 comerciantes ambulantes lo que facilitó conocer las características de los ambulantes, donde describe las actividades más importantes del comercio ambulatorio, así como la identificación de las principales características socioeconómicas y los principales factores que impulsan e incrementan el comercio ambulatorio llegando a la conclusión que el 38.4% de los comerciantes ambulantes de la Región Lambayeque son vendedores de fruta, 77.7% se encuentran ubicados en la provincia de Chiclayo ocupando principalmente los exteriores de los mercados, el 52.7 tiene más de 6 años de experiencia, el 32.4% alcanza ingresos entre 50 y 100 soles diarios. El principal motivo que interviene en el crecimiento del comercio ambulatorio es la falta de empleo (35.1%), resultando ser esta actividad un colchón al desempleo no sólo en épocas de crisis, sino también en las de auge, durante 15 años continuos el Perú ha logrado un crecimiento promedio de 5% anual. Así mismo los “bajos ingresos” es otra razón por la que los comerciantes ambulantes (33.1%) se insertan en esta actividad. Con los ingresos generados en esta actividad, los comerciantes ambulantes no solo logran el crecimiento del negocio, sino también se preocupan por el desarrollo familiar a través de inversiones como en educación superior de sus hijos (50.7%), la construcción de su vivienda (25%), la adquisición de un terreno (16.2%) o la compra de una casa (8.1%), involucrando en el trabajo a más de un miembro de la familia.

Según Ignacio (2019), en su investigación titulada *influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del mercado del pueblo 2019* para optar el grado académico profesional de bachiller en contabilidad cuyo objetivo es determinar la influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019, identificar la cantidad de Ahorro, conocer la Importancia del Ahorro, identificar las Fuentes de financiamiento y conocer el nivel de ingresos de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019. Esta investigación es de tipo cuantitativa correlacional no experimental, la muestra es de 36 comerciantes que es la totalidad de la población, sus resultados fueron: solo el 10% de los ingresos mensuales ahorran, el 33.3% ahorra con la finalidad de formar su propia empresa, el 47.2% de los comerciantes utiliza sus ahorros como fuente de financiamiento para sus actividades económicas, se estima que el 25% percibe ingresos a nivel personal de S/ 1000.00, lo que limita a los comerciantes al acceso a la banca de financiamiento formal. Se concluye que la cantidad ahorrada por los comerciantes del mercado del pueblo son del 10% y 20% de sus ingresos mensuales, de forma programada y bajo la modalidad de juntas (pandero), dicha modalidad les resulta factible porque se lleva a cabo en los ambientes del mercado y por los mismos comerciantes. Con la aplicación de la prueba estadística del Chi cuadrado de Pearson,

se verificó que no existe una influencia positiva del Ahorro en el Emprendimiento de los Comerciantes del Mercado del Pueblo, quedando en evidencia que los emprendedores inician solos sus negocios y los ahorros realizado no son suficientes.

2.2 Materiales y métodos

2.2.1 Tipo de estudio.

En el presente estudio, el nivel de investigación que se va a utilizar es descriptivo porque detalla la situación en que se encuentran los comerciantes en cuanto al nivel de emprendedurismo, describe sus particularidades, características, perfil, sus limitaciones y puntos críticos.

2.2.2 Diseño de investigación

El diseño es el plan o estrategia concebida para obtener información que se desee, en esta investigación se utilizó el diseño no experimental–descriptivo, debido a que los datos reunidos se obtuvieron de los comerciantes del Mercado Modelo de la Plataforma Cuglievan, fue de manera natural sin manipulación de ninguna prueba experimental y nos permitió conocer el nivel de emprendedurismo Durante la investigación se hizo necesaria la revisión de documentos y bibliografías relacionadas con el tema objeto de estudio.

2.2.3 Población y muestra en estudio; métodos,

2.2.3.1 Población

La investigación se realizó en el mercado modelo de Chiclayo. La población está conformada por los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del mercado modelo. Para ello se realizó un conteo de los stands y además se nos facilitó la información del número de comerciantes que conforman la plataforma Cuglievan por parte de la administración del mercado. De esta manera se obtuvo como población a 202 stands. Este estudio consiste en establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes, en tal sentido los resultados del trabajo de investigación son pertinentes en particular.

2.2.3.2 Muestra de la población

Para calcular la muestra primero se aplicó la fórmula de proporción esperada con población conocida, el detalle es el siguiente: La proporción esperada se consiguió de la muestra.

Cálculo de la muestra

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

N = Total de población (202 microempresarios)

$Z\alpha$ = Valor estándar del nivel de confianza, 1.96 (si la seguridad es del 95%)

p = proporción de comerciantes que están de acuerdo con el crédito (en este caso 95% = 0.95)

q = 1 – p (en este caso 1-0.95 = 0.05)

e = Representa el error de la estimación, precisión (en su investigación use un 5%)

$$n = \frac{202*1.96^2*0.95*0.05}{0.05^2*(202-1) + 1.96^2*0.95*0.05} = 53.81 = 54$$

2.2.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.2.4.1. Métodos

- a) **Método descriptivo:** fundamentalmente fue necesario utilizar la investigación bibliográfica como; libros, artículos de revistas e internet con el propósito de obtener un conocimiento más amplio del tema que permitió efectuar un análisis a profundidad, además la observación directa del comportamiento de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del mercado de Chiclayo.
- b) **Método deductivo:** para el presente trabajo de investigación se recopiló información de internet, revistas, opiniones de diferentes autores y sus teorías para luego escoger o seleccionar la información más relevante, y determinar elementos puntuales sobre la base de elementos generales, leyes paradigmas que nos proporcionan la contabilidad, administración, finanzas, economía, proyectos, riesgos y todas las áreas relacionadas y teóricamente fundamentadas.
- c) **Método Inductivo:** para esta investigación se empleó este método para obtener conclusiones de carácter general sobre la base del análisis de la información descrita en hechos del nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo. La investigación se logró gracias al trabajo de campo y antecedentes planteados en la investigación.

2.2.4.2. Técnica de recolección de datos

Para la realización de la presente investigación se recurrió a las siguientes técnicas:

- a) **Fuentes Bibliográficas.** Las fuentes bibliográficas nos proporcionan una gran y variada información en un determinado momento estableciendo diversos elementos primordiales para lograr responder las necesidades de un libro, artículo, revista, base de datos, bibliotecas On-line, repositorios entre otros.
- b) **Encuestas** Es un procedimiento de investigación, y como esta investigación es descriptiva se hará uso de este instrumento (cuestionario) para estudiar el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del Mercado Modelo de Chiclayo, que será diseñado por el investigador con preguntas cerradas y medidas en forma cuantitativa de acuerdo a los objetivos para recopilar información y obtener datos.
- c) **Entrevistas.** Se realizaron por el investigador con la finalidad de desarrollar una conversación con una o más personas y poder hablar temas de interés que aporten al desarrollo de la investigación.
- d) **Análisis documental:** En estos tipos de documentos se usa información cualitativa, de diferentes documentos, las cuales son recopiladas en normas, programas, leyes, informes, discursos, recortes periodísticos, entre otros.

2.2.4.3 Instrumentos de recolección de datos La investigación para recabar la Información se hará utilizando las siguientes técnicas e instrumentos:

- a) **Cuestionario.** Instrumento principal que sirve para obtener información necesaria para establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes del Mercado Modelo de la Plataforma Cuglievan. Se adjunta la hoja de encuesta en los anexos.
- b) **Guía de observación** El investigador y observador deben llevar una libreta para anotar toda la información de su interés que está a su alrededor para la investigación.
- c) **Guía de entrevista.** Se utilizó con la finalidad de reforzar la información, y corroborar con lo expuesto en el desarrollo de la investigación. Para profundizar se entrevistó al a los comerciantes de la Plataforma Cuglievan y el administrador del Mercado Modelo.

2.2.5 Procesamiento de datos y análisis estadístico

2.2.5.1 Etapa de reconocimiento. Se ejecutó visitas a la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo de la ciudad de Chiclayo, con la finalidad de observar el nivel de emprendedurismo.

2.2.5.2 Aplicación de encuestas. Se empleó la encuesta para saber si los comerciantes están de acuerdo con el nivel de emprendedurismo. Los comerciantes ya sean dueños o empleados fueron visitados en sus puestos de atención pública, para ser encuestados.

2.2.5.3 Procesamiento de información La información de las encuestas, se procesó a través del software Excel 2013 para la obtención de indicadores y su posterior interpretación.

III. Resultados

Después de realizar la encuesta, a continuación presentamos el resultado de la variable estudio del nivel de emprendedurismo, constituida por dos dimensiones: el perfil de los comerciantes y fuentes de financiamiento.

Las calificaciones obtenidas de la encuesta con los respectivos instrumentos, fueron recodificados en los respectivos rangos, de tal modo que se han obtenido los resultados siguientes:

3.1. Identificar el perfil de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019

Tabla 1.

Sexo

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Masculino	13	24%
Femenino	41	76%
Total	54	100%

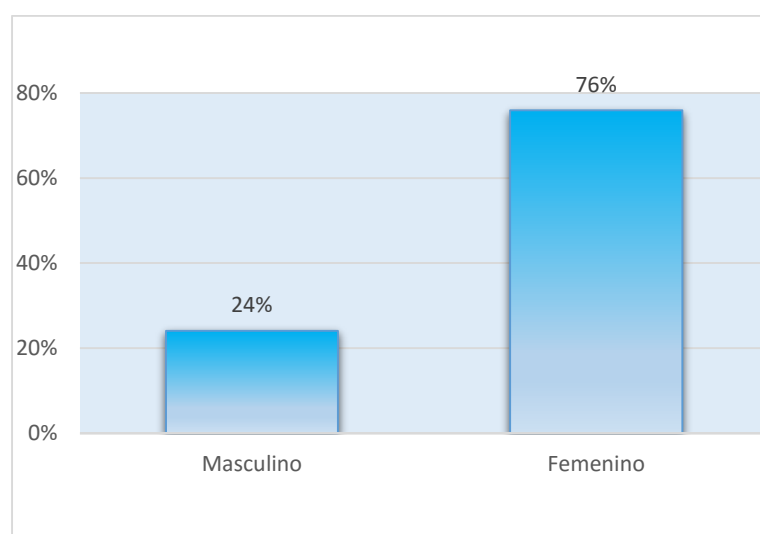


Figura 01. Sexo

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

En la tabla 1 y figura 1 se observa en la escala de sexo el 76% de los comerciantes son del sexo femenino y el 24% son del sexo masculino, con ello se puede determinar que la mayoría de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo – Chiclayo, son mujeres.

Tabla 2

Edad de los Comerciantes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18-29 Años	22	41%
30-39Años	12	22%
40-49Años	13	24%
> 50 Años	7	13%
Total	54	100%

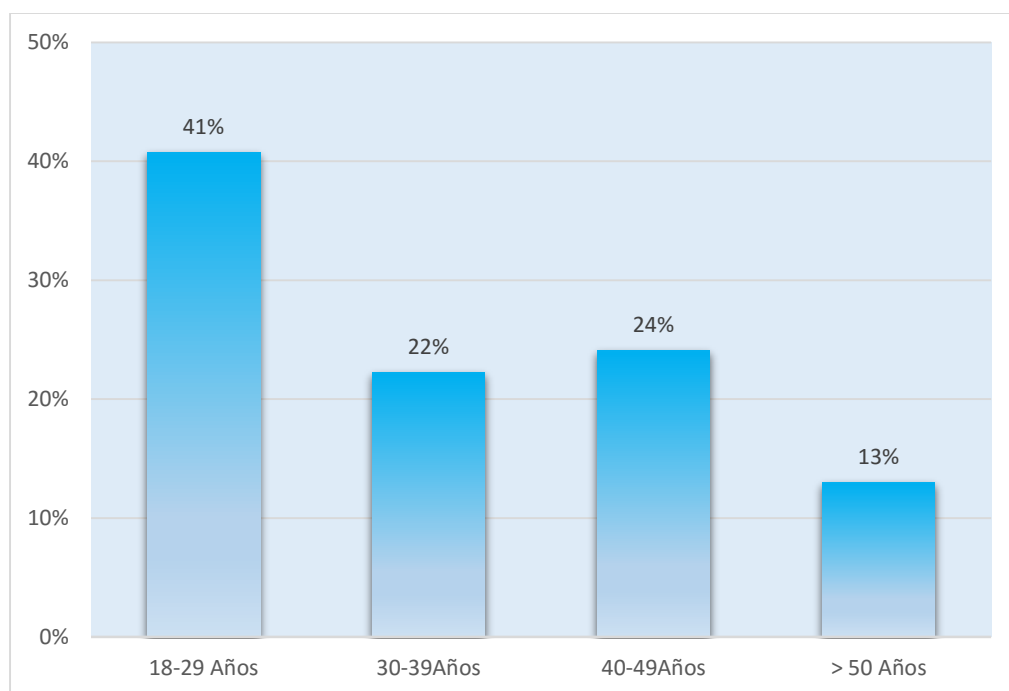


Figura 02. Edad

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

Según la tabla 2 y figura 2, se observa que el 41% de los comerciantes tienen entre 18 y 29 años, el 24% tienen entre 40 y 49 años, el 22% tienen entre 30 y 39 años y solo el 13% de los comerciantes tienen 50 años a más, esto evidencia que el 59% de los comerciantes oscilan entre las edades de 30 años a más de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo.

Tabla 3.

Nivel de estudios

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Primaria	1	2%
Secundaria	33	61%
Técnico	16	30%
Universitario	4	7%
Total	54	100%

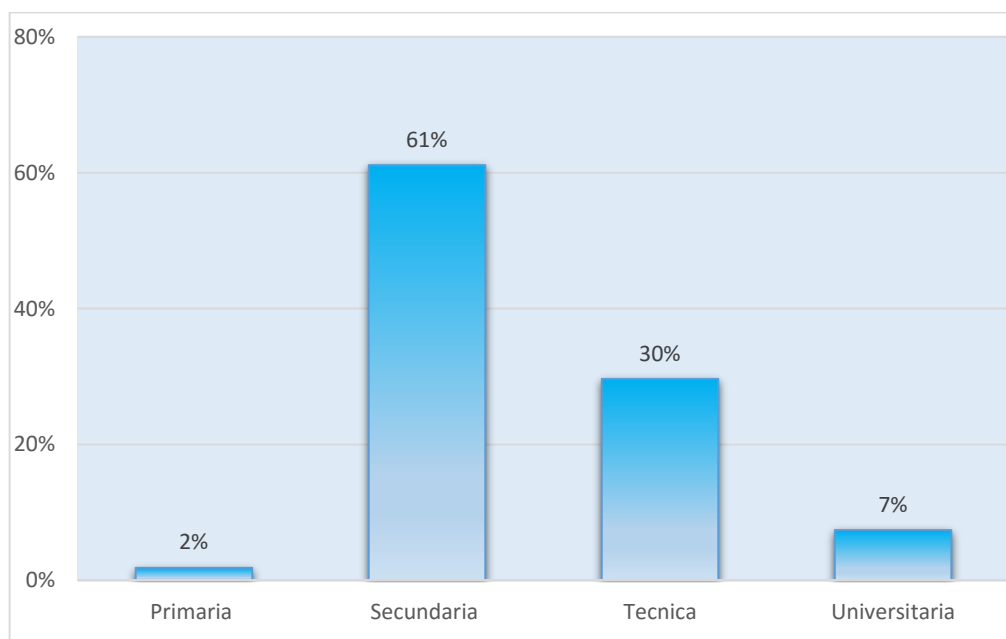


Figura 03. Nivel de estudios

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

Se observa que solo el 2% de los comerciantes tienen un nivel educativo primario, el 61% secundaria completa, el 30% nivel superior técnico y el 7% tienen nivel de estudios universitario, con ello se puede determinar que la mayoría de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo, tienen secundaria completa.

Tabla 4.

Capacitación

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Si	17	31%
No	32	59%
Tal ves	5	9%
Total	54	100%

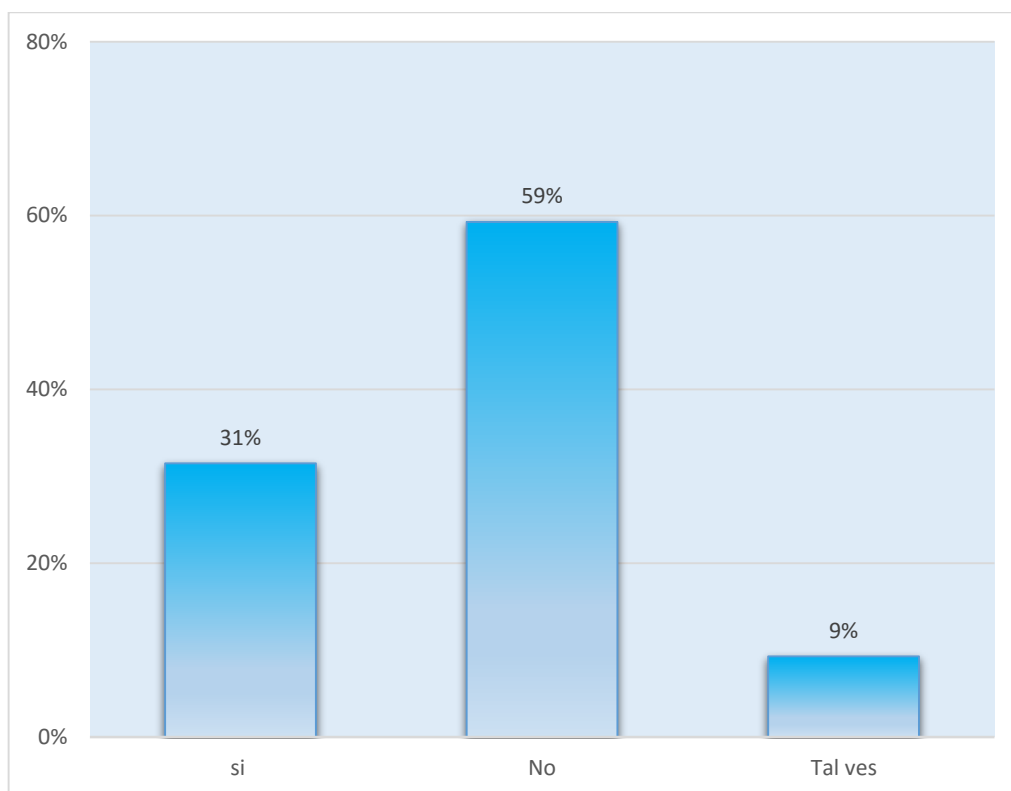


Figura 04. Capacitación

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

En la tabla 4 y figura 4, señala que el 31% de los emprendedores como de sus colaboradores recibieron capacitación por parte de la Municipalidad de Chiclayo, el 59% manifiesta no haber recibido ningún tipo de capacitación y el 9% no sabe, no se acuerda que tal vez hayan recibido capacitación.

Tabla 5.

¿Sus padres o la persona con la que vivió tuvieron alguna actividad como independiente que influyó en su emprendedurismo?

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Si, persona a cargo	1	2%
Sí, ambos padres	20	37%
Sí, sólo la madre	4	7%
Sí, sólo el padre	1	2%
No	28	52%
Total	54	100%

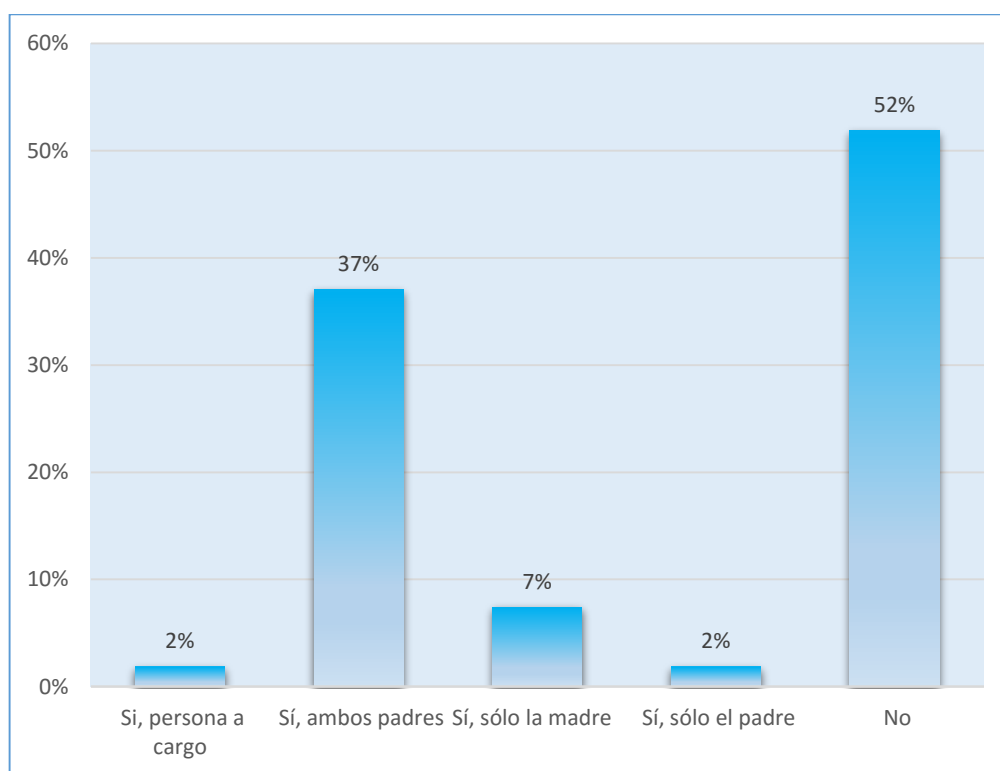


Figura 05. Actividad independiente de los padres o personas con las que vivió

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

En la tabla 5 y figura 5, es relevante señalar que el 52% de los entrevistados no han tenido influencia de emprendimiento por parte de sus familiares o personas con las que vivió, el 37% de los comerciantes si han tenido antecedente de influencia por ambos padres, el 7% si ha tenido influencia por parte de la madre y el 2% solo del padre o de la persona a cargo. Con ello se puede determinar que el 48% de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan han tenido antecedentes familiares de emprendimiento.

Tabla 6.

Idea del negocio propio

categoría	Frecuencia	Porcentual
Otras personas	5	9%
Idea propia	21	39%
Necesidad	7	13%
Oportunidad	10	19%
Tradición familiar	11	20%
Total	54	100%

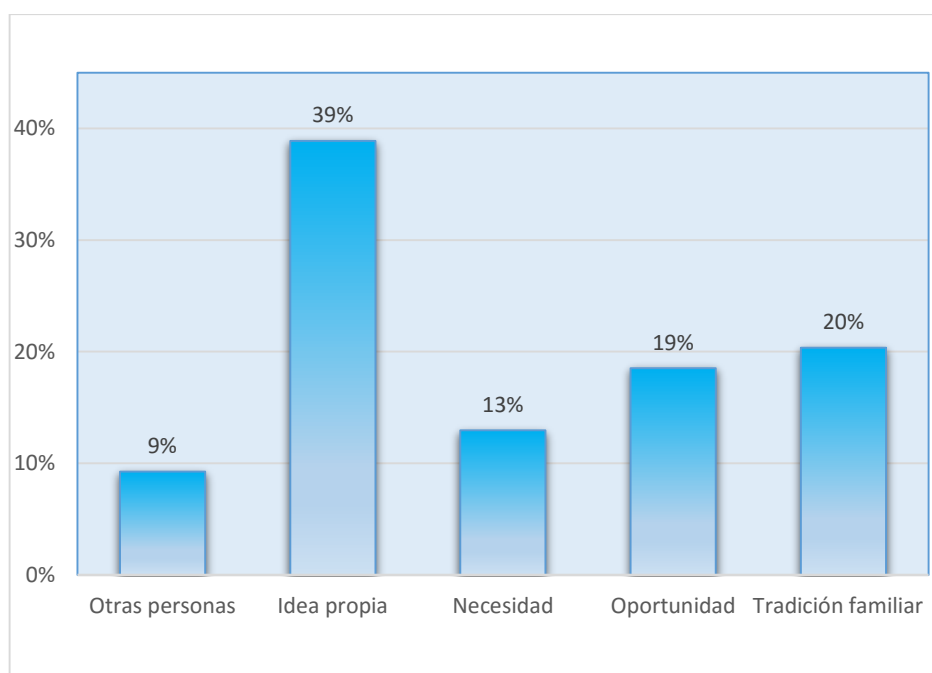


Figura 06. ¿Cómo surgió la idea de negocio?

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 6 y figura 6, señala, el 39% surgió como idea propia el inicio de su negocio, el 20% surge como tradición familiar, el 19% surge el negocio por oportunidad, el 13% inicia la idea de negocio por necesidad y el 9% por concejo de otras personas.

Tabla 7.

¿Qué es lo que más le motiva (o le motivó) a iniciarse en el emprendimiento?

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Ganar más y mayor satisfacción	20	37%
Aprovechar más mis habilidades	21	39%
Difícil encontrar trabajo asalariado	3	6%
No tener jefe	3	6%
Realizar tareas del hogar y otras actividades	7	13%
Total	54	100%

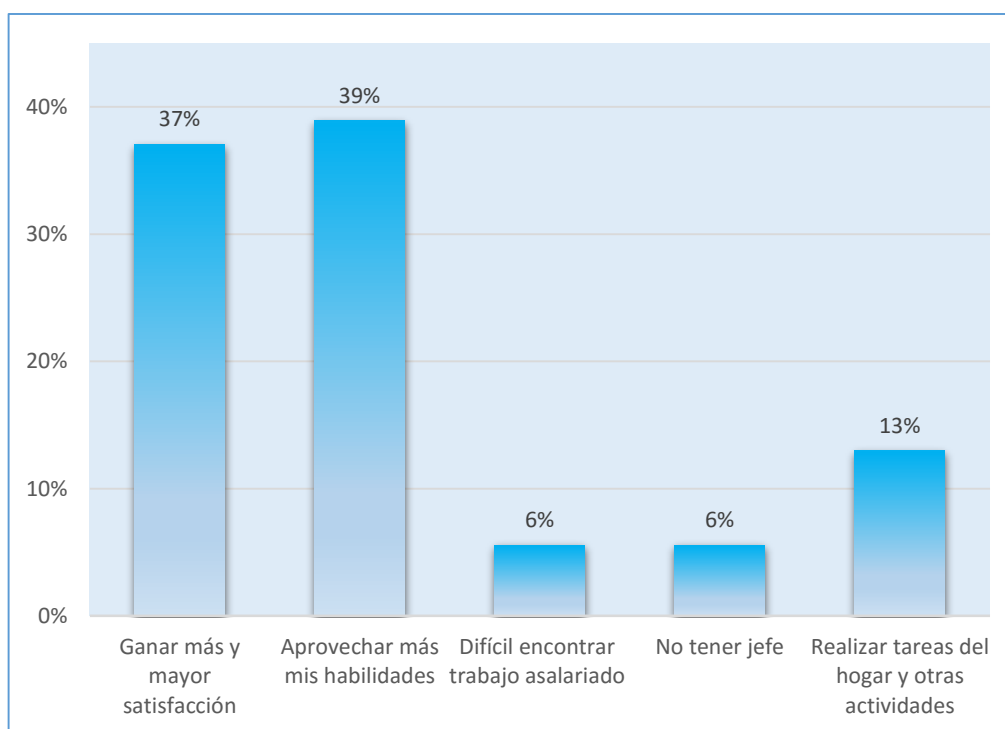


Figura 07. *¿Qué le motiva a iniciar su emprendimiento?*

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

Según la tabla y figura 7 se observa que el 39% de los comerciantes les motivo al iniciar el emprendimiento es “Aprovechar más mis habilidades” , en segundo lugar el 37% de los comerciantes reporta “ganar más y tener mayor satisfacción”, el 13% indica que le permite “realizar tareas del hogar y otras actividades” que el propio negocio se ajusta a su horario, el 6% dice que es difícil encontrar trabajo asalariado, otro 6% prefiere no tener jefe, no le gusta que le deleguen funciones.

Tabla 8

Conocimientos importantes del emprendedor para tener éxito

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Contabilidad/finanzas	2	4%
Marketing	2	4%
Ventas/técnica en ventas	35	65%
Administración	14	26%
Informática/Sistema	1	2%
Total	54	100%

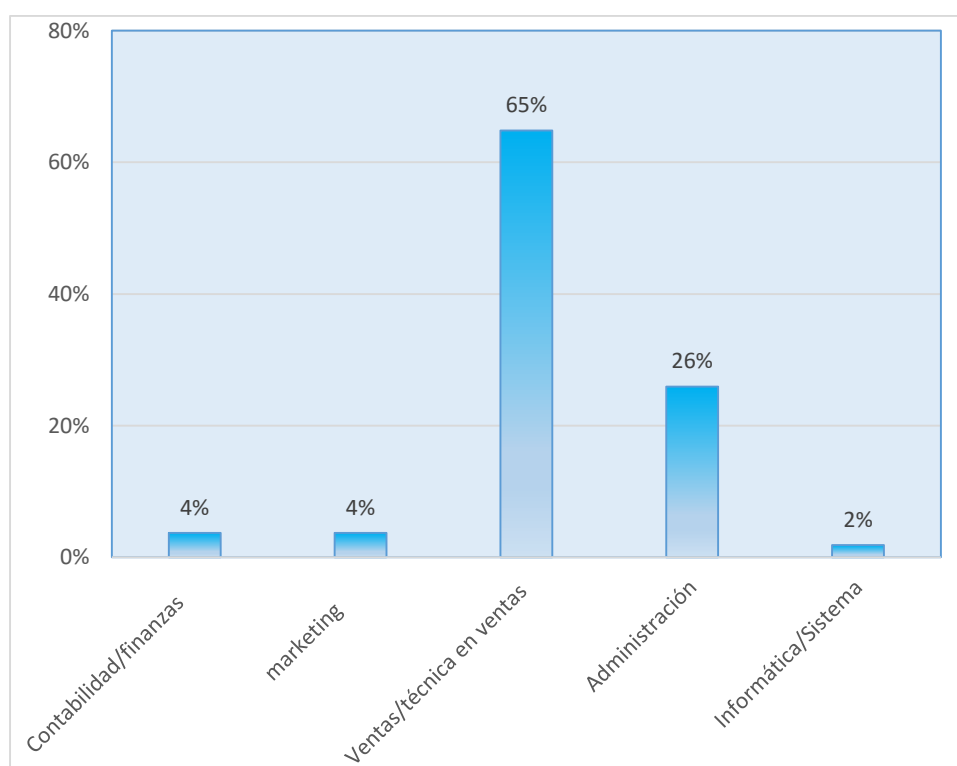


Figura 08. *Conocimientos importantes para que el emprendedor pueda tener éxito*

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

En la tabla y figura 8 se observa en la escala los tipos de conocimientos más importantes para que el emprendedor pueda tener éxito, el 2% debe conocer de informática, el 4% nos dice que debe tener conocimiento en finanzas, otro 4% dice que debe tener noción en marketing, el 26% debe saber administración para cuidar e invertir en el negocio, y el 65% nos refiere tener técnica en ventas, que es lo más importante para el éxito del negocio.

Tabla 9.

Autodefinición de la actividad que realiza

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Trabajador Independiente	43	80%
Pequeño empresario	11	20%
Empresario	0	0%
Total	54	100%

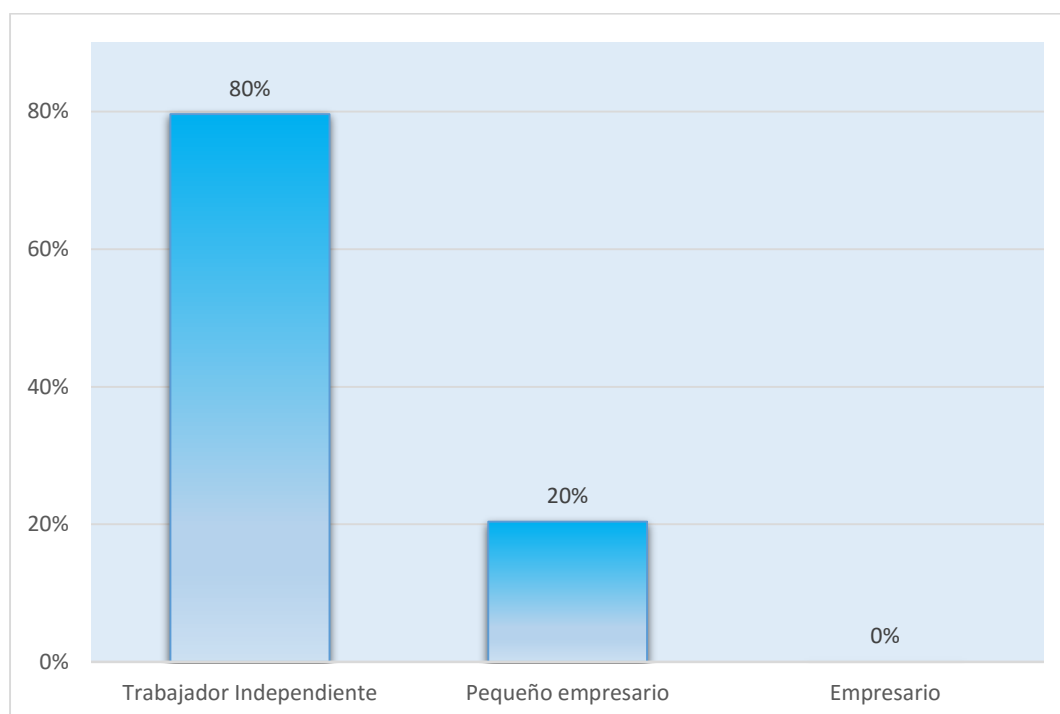


Figura 09. Autodefinición de la actividad que realiza

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

La tabla y figura 9, señala que el 80% de los entrevistados se reconocen como trabajadores independientes, lo contrario sucede que el ninguno de los comerciantes se considera como empresario y solo el 20% se considera pequeño empresario probablemente los empresarios no tienen la capacidad de generar el valor agregado.

3.2. Identificar fuentes de financiamiento de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.

Tabla 10

Financiamiento del negocio

Categoría	Frecuencia	Porcentual
Ahorros propios	25	46%
Préstamo de amigos	3	6%
Crédito de proveedores	5	9%
Préstamo particulares	1	2%
Préstamo a entidades financieras	20	37%
Total	54	100%

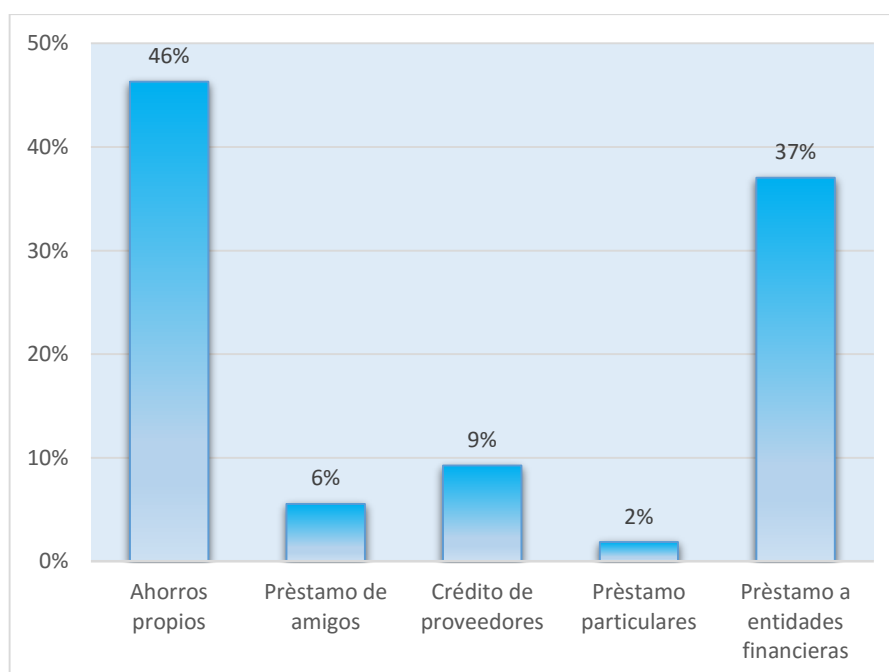


Figura 10. *Financiamiento del negocio*

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación

La tabla 10 y figura 10 nos indica que, el 46% de los comerciantes tiene como principal fuente de financiamiento los ahorros propios, el 37% realiza préstamos a las entidades financieras, mientras que el 9% tiene crédito de sus proveedores, el 6% financia con préstamos de amigos y solo el 2% realiza de préstamos particulares de juntas o paderos que realizan los comerciantes.

Tabla 11.

Cantidad de veces que ha realizado préstamos

Categoría	Frecuencia	Porcentual
De 1 a 4 veces	20	37%
De 5 a 9	6	11%
De 10 a 19	14	26%
De 20 a 30	9	17%
Ninguna vez	5	9%
Total	54	100%

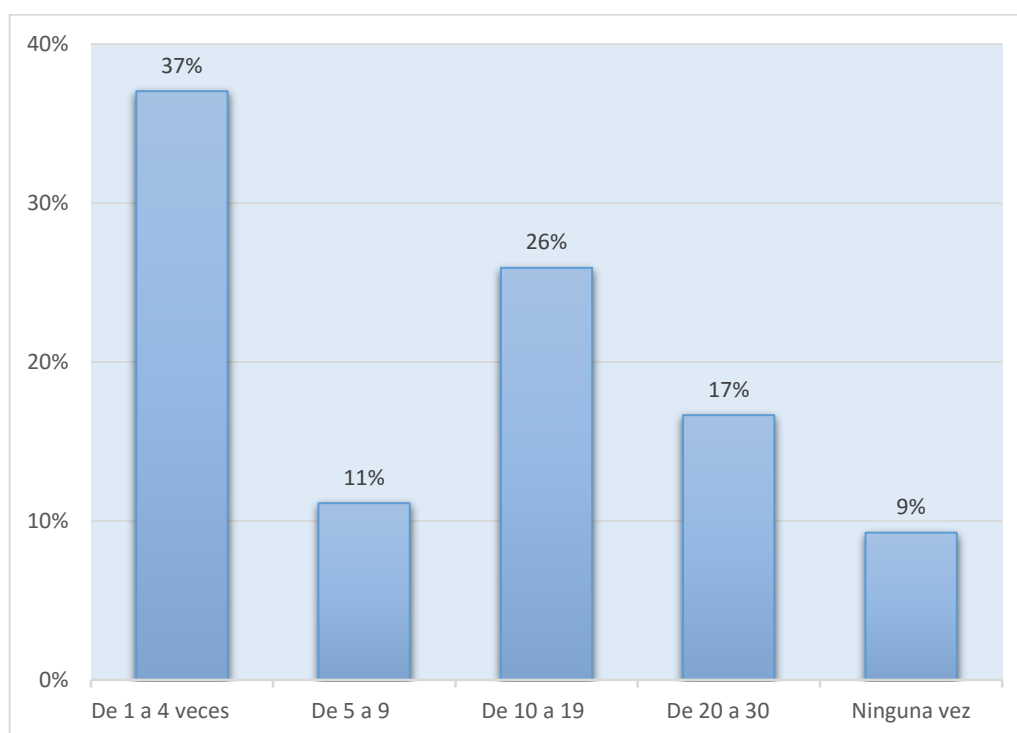


Figura 11. *Cantidad de veces que ha realizado préstamos*

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

Según la tabla y figura 11 la mayor cantidad de veces que han realizado préstamos los comerciantes es de 37% entre 1 y 4 veces, seguido del 26% entre 10 y 9 veces, el 17% ha realizado préstamos de 20 a 30 veces, el 11% ha prestado entre 5 y 9 veces, el 9% reporta que nunca ha ejecutado préstamos y trabaja con sus propios ahorros. Esto determina que el 91% de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo ha realizado préstamos.

Tabla 12.

Dinero aproximado que ha prestado

Categoría	Frecuencia	Porcentual
1.000 a 5.000	14	29%
6.000 a 10.000	7	15%
11.000 a 30.000	15	31%
31.000 a 49,000	4	8%
de 50.000 a más	8	17%
Total	48	100%

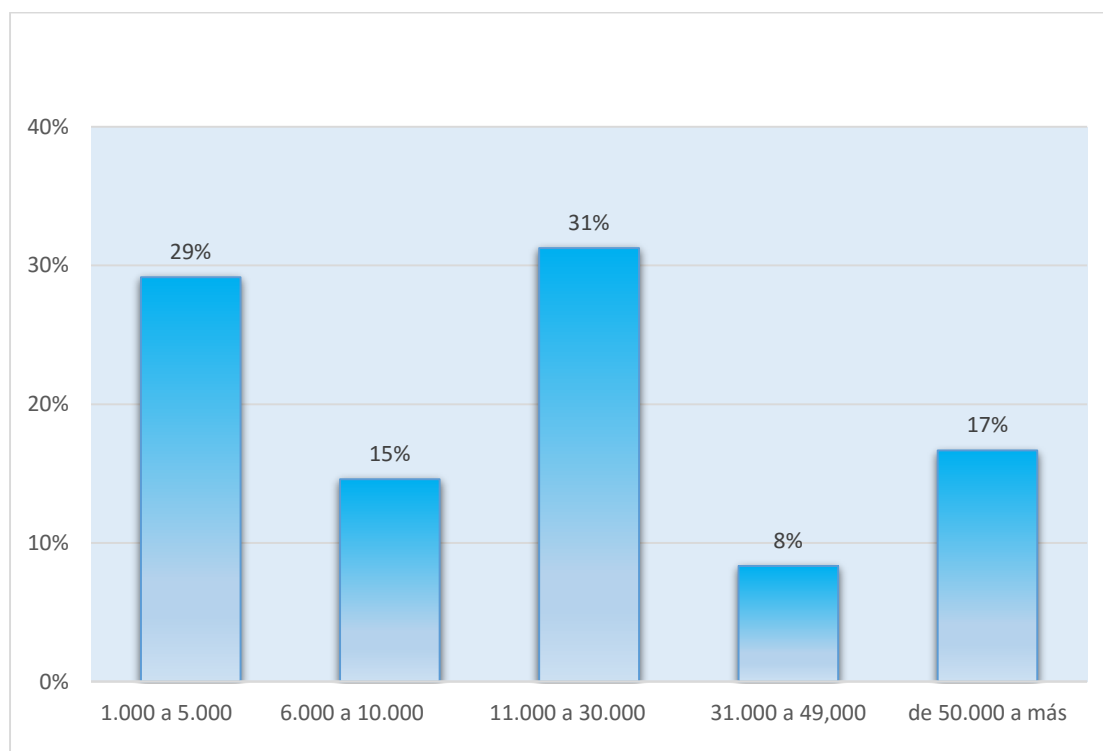


Figura 12. Cantidad de dinero aproximado que ha prestado

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de la de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo-Chiclayo 2019

Interpretación:

Según la tabla y figura 12 se observa en la escala la cantidad de dinero que han prestado los comerciantes, el 29% ha realizado préstamos bancarios entre S/1.000 a S/5.000, El 15% ha prestado entre S/6.000 a S/10.000, el 31% financió entre S/11.000 a S/30.000, el 8% presto dinero entre S/31.000 a S/49.000 y el 17% ha financiado más de S/50.000. Se establece que el 83% de los comerciantes realizó préstamos hasta S/49.000.

IV. Discusión

Se efectuó un estudio mediante una encuesta a los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo en donde se procesaron los datos obtenidos y se encontró la situación actual de los comerciantes. Se pudo comprobar la falta de capacitación para mejorar las ventas, el área de finanzas, atención al cliente. Etc., donde concuerda con el autor Castañeda (2017), quien concluye: la falta de capacitación a los colaboradores de los emprendedores genera un grado de competitividad bajo ofreciendo una atención deficiente a los clientes y por ende disminuye su fidelización. Esta conclusión fortalece la afirmación hecha por Asparano (2014), donde países como: Argentina, Uruguay y México, son países que menos piensan en el fracaso al momento de emprender, es importante la interacción de las entidades educativas con el proceso emprendedor en cuanto a la capacitación y formación de nuevos empresarios en asumir riesgos frente a situaciones de negocios.

Respecto a las fuentes de financiamiento los resultados indican el bajo nivel de préstamos a las instituciones financieras, y prevalece el ahorro propio, préstamos a los amigos, proveedores, juntas, panderos o personas particulares. Los resultados coinciden con el autor Ignacio (2019), que la cantidad ahorrada por los comerciantes del mercado del pueblo son del 10% y 20% de sus ingresos mensuales, de forma programada y bajo la modalidad de juntas (pandero), dicha modalidad les resulta factible porque se lleva a cabo en los ambientes del mercado y por los mismos comerciantes. Con la aplicación de la prueba estadística del Chi cuadrado de Pearson, se verificó que no existe una influencia positiva del Ahorro en el Emprendimiento de los Comerciantes del Mercado del Pueblo, quedando en evidencia que los emprendedores inician solos sus negocios y los ahorros realizado no son suficientes.

V. Conclusiones

En la investigación se identificó el perfil de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo, y se concluyó que el 76% de los emprendedores son mujeres con un 61% de estudios secundarios, el 32% dice haber tenido su propia iniciativa al emprender su negocio. El 65% considera que es importante conocer la técnica de las ventas para que el negocio tenga éxito, así como también el 80% se autodefine como un trabajador independiente.

El 37% fueron motivados a crear su propio negocio porque tienen mayor ingreso y mayor satisfacción el 38% refiere aprovechar más sus habilidades. Por otro lado el tener un modelo familiar de negocio influye en los emprendedores

Según las fuentes de financiamiento de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo el 46% financia su negocio con sus propios ahorros principalmente aquellos comerciantes que su negocio es pequeño y el 37% realiza préstamos a entidades bancarias cuando sus negocios son más grandes. Durante el año realizan 2 préstamos, para campaña navideña y otro préstamo para fiestas patrias el 37% ha financiado entre 1 y 4 veces que son los negocios pequeños, el 26% entre 10 y 19 veces, un 9% menciona que ninguna vez prestó a los bancos debido a la alta tasa de interés que ofrecen las entidades financieras. Aproximadamente han prestado dinero entre S/ 1.000 a S/5.000 el 29% de los negocios pequeños, el 31% ha prestado entre S/ 10.000 a S/ 30.000 y solo los negocios más grandes han prestado más de S/ 50.000 llegando hasta S/200.000.

VI. Recomendaciones y trabajos a futuro

Una de las prioridades del Estado es promover el crecimiento económico y generación de empleo a través de la actividad empresarial y el emprendedurismo para contribuir al PBI. Se recomienda a las autoridades competentes invertir e incentivar una cultura emprendedora a través de programas de emprendimientos innovadores sobre todo a sectores asequibles de la población que migro del campo a la ciudad por necesidad y encontrar mejores oportunidades para el sostenimiento y mejora de sus familias

Asimismo se recomienda a la Cámara de Comercio de Lambayeque, Municipalidad de Chiclayo, entidades financieras y otros capacitar a los comerciantes en la optimización de toma de decisiones, costos, finanzas, formalización de empresas, mejorar la atención al cliente, mercadeo, talento humano y las ventas a través de alianzas estratégicas que permitan mejorar las condiciones en las que trabajan los comerciantes y concentrar gestión eficiente del negocio que les permita competir con el modelo que tienen los supermercados de manera que se incrementen las ventas.

Además se recomienda realizar charlas de capacitación en temas de interés para los comerciantes y fortalecer su formación para aplicar las normas recibidas como: el buen trato, actitud y respeto al cliente que es fundamental para que regrese y este recomiende a familiares y amigos. Lograr que los comerciantes presenten una buena imagen en cuanto a sus productos que ofrecen, diferenciándose de la competencia y vender lo que el cliente le gusta.

Las charlas de capacitación se pueden efectuar los días lunes y martes por las mañanas que son los días de menor afluencia de compradores y facilita a los comerciantes para reunirse.

Tabla 13

PLAN DE CAPACITACION PARA LOS COMERCIANTES DE LA PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL MERCADO MODELO.

Proceso	Actividad	Responsable	Cronograma												Recursos y presupuesto
			Sem. 1			Sem. 2			Sem.3			Sem. 4			
Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión con el Representante de la Plataforma Cuglievan del Mercado Modelo. • Análisis de la situación actual de los comerciantes. • Planeamiento estratégico de los comerciantes para plan de capacitación 	Milagro del Pilar Córdova Jara	X	X	X										Pasajes S/ 100.00 Folders 10.00 Lapiceros 5.00
			X	X	X										
			X	X	X										
Participación	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de los objetivos relacionados con actividades o problemas relacionados en el análisis situacional. • Descripción de los procesos a seguir en cada una de las actividades. • Mejorar las actitudes hacia los clientes. • Técnicas de ventas, contabilidad y finanzas para el control de su negocio. 	Milagro del Pilar Córdova Jara				X	X	X							Plumones 10.00 Papel sabana 5.00 Alquiler de proyector 30.00 Refrigerio 150.00 Honorario de Expositores 200.00 Imprevistos 50.00
						X	X	X							
						X	X	X	X	X	X				
						X	X	X	X	X	X				
Evaluación	• Evaluación y contrastación de las actividades para lograr los objetivos.	Milagro del Pilar Córdova Jara										X	X	X	Total S/ 560.00

VII. Referencias bibliográficas

- Alean, Del Río , Simancas, Simancas. (Enero-Junio de 2017). *¿El Emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo*. Saber, Ciencia Y Libertad, 12(1), 107-123. Recuperado El 15 De Noviembre de 2019, de [file:///C:/Users/lab01/Downloads/Dialnet-ElEmprendimientoComoEstrategiaParaElDesarrolloHuma-6069704%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/lab01/Downloads/Dialnet-ElEmprendimientoComoEstrategiaParaElDesarrolloHuma-6069704%20(1).pdf)
- Caceres, R. (2017). *Emprendimiento Laboral Y Empoderamiento De Mujeres*. Tesis, Universidad Nacional Del Centro Del Perú, Lima, Haycan. Recuperado el 20 de NOVIEMBRE de 2019, de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3410/Caceres%20Rojas-Pacheco%20Ramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castañeda. (2017). *Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del*. Tesis, Trujillo, Pacasmayo. Recuperado El 2019 De Noviembre De 2019, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11573/casta%20C3%B1eda_cc.pdf?sequence=1
- Castrejón, R. (11 de Agosto de 2019). *Chiclayo tiene espíritu innovador y alma emprendedora*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2019, de <https://www.pqs.pe/regiones/ricardo-castrejon-chiclayo-tiene-espiritu-innovador-y-alma-emprendedora>
- Esan (2013). *Emprendedores y Comercio*. Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha contra la Discriminación, Lima. Lima: Fundacion Accion contra el hambre. Recuperado el 13 de noviembre de 2019
- Esan (2018). *Emprendimiento*. Lima. Lima: ESAN. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2018/11/12/GEM%202017-2018%20FINAL.pdf>
- Espinoza Gonzales, P. (02 de Octubre de 2018). Mundo Cix. *Emprendedores Marca Chiclayo*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2019, de https://www.laindustriadechiclayo.pe/mundo_cix/noticia/1538513740-emprendedores-marca-chiclayo#permalink
- Fernandez, D. (30 de setiembre de 2019). *Emprendimiento Lambayeque*. (P. L. Emprendedores, Ed.) *forjemos un Perú grande y poderoso con una visión emprendedora*. Recuperado el 16 de noviembre de 2019, de <https://www.pqs.pe/regiones/dante-fernandez-forjemos-un-peru-grande-y-poderoso-con-una-vision-emprendedora>

- Guerra, C. (2016). *El Emprendedurismo Como Alternativa De Desarrollo Economico Para Jovenes De La Comunidad Ignacio Ellacuria "Guancora" Del Departamento De Chalatenengo*. El Salvador. Recuperado el 25 de noviembre de 2019, de <http://ri.ues.edu.sv/12790/1/TESIS%20FINAL%20%28GRUPO%2011-PLAN%20DE%20EMPRENDEDURISMO%29.pdf>
- Indeci. (01 de julio de 2005). *Acta de visita de inspeccion de defensa civil*. Acta de visita de inspeccion de defensa civil, INDECI, Lambayeque, Chiclayo. Recuperado el 23 de Octubre de 2019, de https://www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/724172_RA-906-2019-MPCH-A.PDF
- León, Ríos, Aurora; Salazar,. (27 de noviembre de 2016). *Modelo de gestión de servicio para el desarrollo de*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de UPC, Repositorio Academico: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/618246/RIOS_RA.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- MPCH, G. d. (2011). *Acuerdo Municipal N°053-2011-Mpchia*. Municipalidad de chiclayo, Lambayeque, chiclayo. Recuperado el 24 de octubre de 2019, de https://www.munichiclayo.gob.pe/Documentos/eda5b6_AM053-17-11.pdf
- Pinilla, S. I. (2010). *Condiciones del exito de los emprendedores de Lima en el contexto de la globalización*. Universidad "San Marcos", Lim, Lima. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/pinilla_cs/cap1.pdf
- Rada, H. S. (Diciembre de 2014). *Emprendimiento En América Latina Y Su Impacto*. Revista Dimensión Empresarial, 12(2), 95-106. Recuperado el 14 de Noviembre de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a08.pdf>
- Soriano, M. (2007). *Emprendedurismo y Clusters Industriales*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2019, de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mcap/soriano_m_ma/capitulo3.pdf

ANEXOS

Anexo 1 - Encuesta

NIVEL DE EMPRENDURISMO DE LOS COMERCIANTES DE LA PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL MERCADO MODELO-CHICLAYO 2019

Indicación: Señor (a), con el fin de conocer el nivel de emprendedurismo de su negocio, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta, marcando con un aspa (X) la respuesta de su elección. En Preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción.

Sexo: () M () F Edad: _____

1. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- a) Primaria b) Secundaria c) No universitaria d) Universitaria

2. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

- a) Si b) No c) Tal vez

3. Sus padres o la persona con la que vivió tuvo alguna actividad como independiente que influyó en su emprendedurismo.

- a) Sí, persona a cargo b) Sí, ambos padres c) Sí, sólo la madre
d) Sí, sólo el padre e) No

4. ¿Cómo Surgió la idea del negocio propio?

- a) Otras personas b) Idea propia c) Necesidad
d) Oportunidad e) Tradición familiar

5. ¿Qué es lo que más te motiva (o te motivó) a iniciarte en el emprendimiento

- a) Me permite ganar más y mayor satisfacción b) Puedo aprovechar más mis habilidades
c) Muy difícil encontrar trabajo asalariado d) Me gusta no tener jefe.
e) Permite realizar tareas del hogar y otras actividades

6. ¿Cómo financió al inicio su negocio?

- a) Ahorros personales b) Préstamos de amigos c) Crédito de proveedores
d) Prestamistas particulares e) Préstamo a entidades financieras

7. ¿Cómo autodefines la actividad que realizas?

- a) Trabajador Independiente b) Pequeño empresario c) Empresario
d) Otro _____

8. Hasta la actualidad, ¿Cuántas veces has realizado préstamos para su negocio?

- a) De 1 a 4 veces b) de 5 a 9 c) de 10 a 19 d) de 20 a 30 e) ninguna vez

9. ¿Cuál es la cantidad de dinero aproximado que ha prestado?

- a) 1.000 a 5.000 b) 6.000 a 10.000 c) 11.000 a 30.000 d) 31.000 a 49,000
e) de 50.000 a más

10. Para ti, ¿Qué tipo de conocimientos son los más importantes para que un emprendedor pueda tener éxito?

- a) Contabilidad/finanzas b) marketing c) Ventas/técnica en ventas
d) Administración e) Informática/Sistema

Anexo 2 - VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
**ENCUESTA: COMERCIANTES DE LA PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL MERCADO
 MODELO CHICLAYO 2019**

**NIVEL DE EMPRENDEDURISMO DE LOS COMERCIANTES DE LA
 PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL MERCADO MODELO DE CHICLAYO 2019**

Responsable: MILAGRO DEL PILAR CORDOVA JARA

Indicación: Señor(a) especializado(a) le pido su colaboración para que luego de un riguroso análisis de los ítems del cuestionario de la encuesta, que le mostramos marque con un aspa en el casillero que cree conveniente de acuerdo a su criterio y experiencia profesional demostrando si cuenta o no cuenta con los requisitos mínimos de formulación para su posterior aplicación.

NOTA: Para cada pregunta se considera un puntaje del 1 al 5:

1. Insatisfecho	2. Mejorable	3. Satisfecho	4. Bueno	5. Excelente
-----------------	--------------	---------------	----------	--------------

Nº	ITEMS	Puntaje				
		1	2	3	4	5
	NIVEL DE EMPRENDEDURISMO					
1	¿Cuál es tu nivel de estudios?					
2	¿Ha recibido algún tipo de capacitación?					
3	¿Sus padres o la persona con la que vivió tuvieron alguna actividad como independiente que influyó en su emprendedurismo?					
4	¿Cómo Surgió la idea del negocio propio?					
5	¿Qué es lo que más le motiva (o le motivó) a iniciarse en el emprendimiento?					
6	Para ti, ¿Qué tipo de conocimientos son los más importantes para que un emprendedor pueda tener éxito?					
7	¿Cómo autodefines la actividad que realizas?					
8	¿Cómo financió al inicio su negocio?					
9	Hasta la actualidad, ¿Cuántas veces has realizado préstamos para su negocio?					
10	¿Cuál es la cantidad de dinero aproximado que ha prestado para su negocio?					

Anexo 3 – Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES	TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
NIVEL DE EMPRENDEDURISMO DE LOS COMERCIANTES DE LA PLATAFORMA CUGLIEVAN DEL MERCADO MODELO DE CHICLAYO 2019	¿Cuál será el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo de Chiclayo 2019?	GENERAL	Implícita	Nivel de emprendedurismo	Según encuesta	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN
		Establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019				Descriptiva no experimental	La población está conformada por 202 emprendedores y la muestra es de 54 comerciantes.
		ESPECIFICOS					
		(1) Identificar el perfil de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019 (2) Identificar fuentes de financiamiento de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.					

Anexo 4 - Trabajo de campo

