

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



**Análisis del Emprendimiento y la Alfabetización Financiera de
los Emprendedores del Mercado 24 De Octubre de la ciudad
de Juliaca, Período 2018**

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Presentado por:
Bach. Nadine Vianey Cutimbo Apaza
Bach. Marlene Zaida Hilasaca Ito

Asesor:
CP. Rodolfo Agustín Calli Sonco

Juliaca, agosto 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

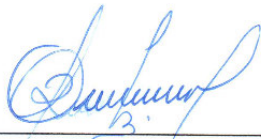
CP. Rodolfo Agustín Calli Sonco, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: “Análisis del Emprendimiento y la Alfabetización Financiera de los Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca Periodo 2018” constituye la memoria que presenta las Bachilleres Nadine Vianey Cutimbo Apaza y Marlene Zaida Hilaşaca Ito para aspirar al Título de Profesional de Contador Público cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en *Juliaca*, a los *25*, de *setiembre* del año 2019



CP. Rodolfo Agustín Calli Sonco

“Análisis del Emprendimiento y la Alfabetización Financiera de los
Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca,
Periodo 2018”

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Contador Público

JURADO CALIFICADOR



Mg. Victor Yujra Sucaticona
Presidente



CPC. Nelly Rosario Moreno Leyva
Secretario



CPC. Magali Apaza Pachauri
Vocal



Mg. Ruth Elizabeth Villafuerte Alcántara
Vocal



CP. Rodolfo Agustín Calli Sonco
Asesor

Juliaca, 09 de agosto de 2019

DEDICATORIA

En primer lugar, agradecemos a Dios por la vida, por la salud y por las inmensas bendiciones que ha derramado sobre nosotras.

A Dios por darme la sabiduría necesaria para realizar el presente proyecto de tesis, porque me acompaña en cada paso que doy en mi diario vivir, y permitirme el haber llegado hasta este momento importante en mi formación profesional.

A mi madre Aurelia Apaza Sucacahua y a mis hermanos Richard, Erick y Antony, por ser mis pilares e impulsores en los momentos más difíciles de mi carrera, los que en cada momento tuvieron palabras de aliento para motivarme y darme la fortaleza que necesitaba, ahora juntos puedo sentir gran alegría porque podemos ver alcanzada mi meta y en familia sonreír diciendo: ¡Sí se pudo!

Nadine Vianey Cutimbo Apaza

A Dios, por guiar mi camino, dándome las fuerzas necesarias para llegar a esta etapa tan importante de mi vida, a mis padres Elsa y Leonardo porque creyeron en mí, dándome dignos ejemplos de superación y entrega, siendo mi apoyo en todo momento, depositándome su entera confianza en todo reto que se me presentaba.

Marlene Zaida Hilasaca Ito

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a Dios por la vida, por la salud y por las inmensas bendiciones que ha derramado sobre nosotras.

A nuestros docentes quienes nos acompañaron en todo el proceso de formación profesional.

A nuestro asesor CP Rodolfo Agustín Soncco Calli, por su apoyo en el proceso de redacción y aplicación de la presente tesis.

A los emprendedores del Mercado 24 de octubre de la ciudad de Juliaca quienes participaron de este trabajo de investigación.

Y por supuesto a nuestra querida alma mater Universidad Peruana Unión filial Juliaca.

Agradecemos inmensamente a todas las personas que lograron que esta investigación se haya hecho realidad.

Autores: Nadine Vianey y Marlene Zaida.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTOS | v |
| Índice de figuras | xi |
| Índice de anexos..... | xii |
| Glosario | xiii |
| Resumen | xiv |
| Abstract | xv |
| Introducción | xvi |
| CAPÍTULO I..... | 18 |
| El problema | 18 |
| 1.1 Identificación del problema | 18 |
| 1.1.1 Problema general..... | 20 |
| 1.1.2 Problemas específicos | 20 |
| 1.2 Justificación..... | 20 |
| 1.3 Presuposición filosófica | 21 |
| 1.4 Objetivos | 22 |
| 1.4.1 Objetivo general..... | 22 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 22 |
| CAPÍTULO II..... | 24 |
| Marco teórico | 24 |
| 2.1 Revisión de literatura..... | 24 |
| 2.1.1 Antecedentes sobre el emprendimiento | 24 |
| 2.1.1 Antecedentes de la alfabetización financiera..... | 25 |
| 2.1.2 Antecedentes de emprendimiento y alfabetización financiera | 28 |

| | | |
|---------------------------|--|----|
| 2.2 | Bases teóricas..... | 29 |
| 2.2.1 | Emprendimiento..... | 29 |
| 2.2.1.1 | Definición..... | 29 |
| 2.2.1.2 | Tipos de emprendedores..... | 30 |
| 2.2.1.3 | Dimensión 1: Creatividad del emprendedor..... | 31 |
| 2.2.2 | Alfabetización financiera | 35 |
| 2.2.2.1 | Definición..... | 35 |
| 2.2.2.2 | Dimensiones de la alfabetización financiera..... | 37 |
| CAPÍTULO III..... | | 39 |
| Materiales y métodos..... | | 39 |
| 3.1 | Lugar de ejecución | 39 |
| 3.2 | Diseño metodológico | 39 |
| 3.3 | Población y muestra..... | 39 |
| 3.3.1 | Población | 39 |
| 3.3.2 | Muestra..... | 40 |
| 3.4 | Formulación de hipótesis..... | 40 |
| 3.4.1 | Hipótesis general | 40 |
| 3.4.2 | Hipótesis específica | 41 |
| 3.5 | Identificación de variables | 41 |
| 3.6 | Operacionalización de variables | 41 |
| 3.7 | Instrumento de recolección de información | 42 |
| 3.8 | Validación de instrumento | 43 |
| 3.9 | Plan de procesamiento de datos | 43 |
| 3.10 | Análisis de datos | 43 |
| 3.11 | Test de hipótesis | 43 |
| CAPÍTULO IV | | 45 |

| | |
|---|----|
| Resultados y discusión | 45 |
| 4.1 Resultados descriptivos del emprendimiento y la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018..... | 45 |
| 4.2 Emprendimiento y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018. | 47 |
| 4.2.1 Habilidad en las ventas | 48 |
| 4.2.2 Niveles de endeudamiento..... | 49 |
| 4.2.3 Capacidad de ahorro..... | 51 |
| 4.3 Alfabetización financiera y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | 55 |
| 4.4 Discusión..... | 56 |
| CAPÍTULO V | 58 |
| Conclusiones y recomendaciones..... | 58 |
| 5.1 Conclusiones..... | 58 |
| 5.2 Recomendaciones..... | 59 |
| REFERENCIAS | 61 |
| ANEXOS..... | 66 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Socios representantes de la Asociación 24 de Octubre | 40 |
| Tabla 2. Operacionalización de variables | 42 |
| Tabla 3. Validación de instrumento con Alfa de Cronbach | 43 |
| Tabla 4. ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad? | 45 |
| Tabla 5. ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | 45 |
| Tabla 6. ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión? | 46 |
| Tabla 7. Análisis de Correlación de Pearson del emprendimiento y la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período | 47 |
| Tabla 8. ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año? | 48 |
| Tabla 9. ¿Alguna vez asistió a cursos de capacitación sobre ventas? | 48 |
| Tabla 10. ¿Invierte con frecuencia en productos de estación? | 48 |
| Tabla 11. ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo? | 49 |
| Tabla 12. ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado? | 49 |
| Tabla 13. ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo? | 50 |
| Tabla 14. ¿Ha tenido dificultades en la aprobación de un préstamo? | 50 |
| Tabla 15. ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros? | 51 |
| Tabla 16. ¿Con sus ahorros, adquiere más productos para su negocio? | 51 |
| Tabla 17. ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar? | 52 |
| Tabla 18. ¿Realiza compras impulsivas por moda? | 52 |
| Tabla 19. ¿Jerarquiza sus necesidades de compra? | 53 |
| Tabla 20. ¿Practica el consumo de bienes necesarios e indispensables para el hogar? | 53 |
| Tabla 21. Análisis de Correlación de Pearson del emprendimiento y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | 54 |

Tabla 22. Análisis de Correlación de Pearson entre la alfabetización financiera y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período

56

Índice de figuras

Figura 1. Ecosistema del emprendedor

29

Índice de anexos

| | |
|---|----|
| Anexo 1. Denominación de las asociaciones que conforman la Asociación 24 de Octubre | 67 |
| Anexo 2. Matriz de consistencia | 68 |
| Anexo 3. Matriz instrumental | 69 |
| Anexo 4. Encuesta | 70 |
| Anexo 5. Validación de instrumento | 71 |
| Anexo 6. Informe de validación 73 | |
| Anexo 7. Solicitud de confidencialidad de informado | 74 |
| Anexo 8. Constancia de confidencialidad de datos | 75 |

Glosario

| | |
|------|---|
| EF | Educación Financiera |
| INEI | Instituto Nacional de Estadística e Informática |
| OCDE | Organización para la Cooperación y Desarrollo |
| RAE | Real Academia de la Lengua Española |
| SPSS | Statistical Package for the Social Sciences |
| UPeU | Universidad Peruana Unión |

Resumen

El presente trabajo de investigación se realizó con la finalidad de analizar la relación entre el emprendimiento y la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018. La metodología aplicada es de diseño cuantitativa, no experimental, de tipo correlacional descriptivo, de corte transversal; la población consta de un total de 1344 con una muestra aleatoria simple a 299 emprendedores, con una prueba de alpha de Cronbach. Para la recolección de datos se utilizó una encuesta en las variables emprendimiento y alfabetización financiera, sostenida por Bernal (2006). Los resultados muestran que el emprendimiento posee relación con la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018, el coeficiente de Correlación de Pearson significativa y positiva, es decir, a mayor creatividad existirá mayores posibilidades de emprender. El 90% de los emprendedores afirma que se adaptaría a nuevos negocios con facilidad; se arriesgaría el 70% a un nuevo negocio y el 55% ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión.

Palabras clave: Alfabetización financiera, capacidad de ahorro, emprendimiento, habilidad en las ventas, nivel de endeudamiento.

Abstract

The present research work was carried out with the purpose of analyzing the relationship between entrepreneurship and financial literacy of the entrepreneurs of the Market October 24 of the city of Juliaca, 2018 period. The methodology applied is quantitative, non-experimental, descriptive correlational, cross-sectional; the population consists of a total of 1344 with a simple random sample of 299 entrepreneurs, with a Cronbach's alpha test. For the data collection a survey was used in the variables entrepreneurship and financial literacy, maintained by Bernal (2006). The results show that entrepreneurship is related to creativity by entrepreneurs of the Market October 24 of the city of Juliaca, period 2018, the Pearson Correlation coefficient significant and positive, that is, the greater creativity there will be greater possibilities for entrepreneurship. 90% of entrepreneurs say they would adapt to new businesses easily; 70% would risk a new business and 55% have sought new investment opportunities in the last year.

Keywords: Financial literacy, saving capacity, entrepreneurship, sales skills, level of indebtedness.

Introducción

Como sabemos emprendimiento significa llevar a cabo una obra o un negocio, hoy por hoy el hecho de contar con una profesión no lo es todo para establecer una buena economía, por ello muchas personas están apostando por el desarrollo del emprendimiento en busca de un ingreso independiente, aportando así a su economía.

Por otro lado, la alfabetización financiera es un requisito previo para la inclusión financiera además de aportar a la toma de decisiones en el campo financiero, con alcance de información actualizada. El hecho de emprender un negocio sin saber cómo gestionar el dinero y sin conocer las definiciones claras del sistema financiero equivale a exponerse a la inestabilidad financiera y a la inseguridad, es por ello, que las personas tienen la necesidad de aprender responsablemente conocimientos sobre las finanzas. Además, la capacidad de manejar información sobre las finanzas está relacionada con la deuda, con hábitos de ahorro, con habilidades para la venta, sin estos conocimientos las personas no tendrían probabilidades de tomar decisiones correctas, sino erróneas a nivel financiero. Esto se convierte en un reto para las empresas, puesto que están obligadas a capacitar permanentemente al personal en aspectos financieros que competen a todo el equipo de trabajo y es parte de las decisiones diarias. Por ello, “el asesoramiento financiero corrobora a la reducción del alfabetismo financiero” (Lusardi y Mitchell, 2016).

En el capítulo I se da conocer el planteamiento de problema, el cual es parte fundamental para el desarrollo del trabajo de investigación, además de justificar, explicar la presuposición filosófica y los objetivos que se analizaron.

En el capítulo II se presenta el marco teórico que da un sustento lógico y organizado sobre los conceptos de emprendimiento y alfabetización financiera, que ayudaran a despejar las dudas que se tengan sobre esta investigación.

En el capítulo III se explica la metodología utilizada en un diseño no experimental con el objetivo de obtener la validez, confiabilidad del trabajo realizado sobre emprendimiento y alfabetización financiera.

En el capítulo IV se da a conocer los resultados y discusión sobre el trabajo de investigación.

En el capítulo V se realiza una explicación detallada sobre las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación, las cuales consideramos ser de aporte a la ciencia, al desarrollo de nuestra país.

CAPÍTULO I

El problema

1.1 Identificación del problema

El término Emprendimiento, según la Real Academia Española ([RAE] 2010), es el “efecto de emprender”, que significa llevar a cabo una obra o un negocio. La mayoría de países, tanto los llamados de primer mundo como los que se encuentran en vías de desarrollo, están apostando por el emprendimiento como una opción a la falta de empleo y a la necesidad de generación de ingresos por esa razón el emprendimiento es la fuerza más importante detrás de la innovación y el desarrollo económico, pero el camino que tiene que recorrer una idea para convertirse en un negocio exitoso está lleno de peligros. De acuerdo a un estudio de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, cerca del 80% de los nuevos negocios fracasa.

En ese sentido, el deseo de emprender siempre ha existido en el Perú. En términos generales, la estabilidad económica no está asegurada y los emprendimientos emergentes pueden ser exitosos por temporadas y luego ver su desarrollo estancado. Según el INEI, en nuestro país se crean un promedio de 853 empresas, pero se cierran 469 por día, sin considerar el sector informal. Pero, ¿a qué se debe? ¿Será talves la falta de alfabetización financiera en los emprendedores?

Convertirse en un hombre de negocios sin saber cómo gestionar el dinero y sin conocer las definiciones claras del sistema financiero equivale a exponerse a la inestabilidad financiera y a la inseguridad. Hace varios años se viene hablando de la necesidad de generar mayor inclusión financiera. Sin embargo, aún hay quienes desconocen los términos claves del mundo financiero.

En este contexto, lo primero que se debe tener claro es qué significa la alfabetización financiera. De acuerdo con la OCDE (2005), es el “proceso a través del cual

los consumidores e inversionistas mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos”. A partir de esa información, desarrollan habilidades para ser más conscientes sobre los riesgos y oportunidades financieras, para las tomas de decisiones y para las diferentes acciones que mejoren el bienestar financiero.

Sin embargo, aún existe una preocupación por los bajos niveles de alfabetismo financiero en la población de países latinoamericanos en los últimos años, tal contribución a nivel de investigaciones ha jugado un rol importante en la vida de los trabajadores, gerentes, socios, y otros (Fondo Monetario Internacional, 2018). El alfabetismo financiero es un campo de estudio muy necesario para las empresas, puesto que les permite reducir los riesgos en las decisiones sobre la inversión (Villagómez, 2016; Álvarez y Ruíz, 2016). No obstante, aún existe desconocimiento y escasa preparación de las personas de una empresa en el manejo de información financiera relevante para la toma de decisiones (Ross, Westerfield y Jaffe (2013).

En el caso de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca que se dedican a la comercialización de productos de distinta índole, también carecen de conocimientos financieros convirtiéndolos en emprendedores propensos a riesgos y contraer deudas sin adecuado manejo financiero. Los emprendedores de este mercado toman decisiones por la experiencia del día a día en el negocio que administran, sin embargo, se hace necesario fortalecer el conocimiento en el campo del incremento de las ventas, endeudamiento y ahorro, desde las comparaciones de tasas de interés, ventajas y desventajas, beneficios de éstos. Esta situación es más vulnerable en aquellos que presentan actividades comerciales a menor escala y los cuales toman decisiones no informadas e inapropiadas afectando a la rentabilidad del negocio.

Hoy en día el estudio del alfabetismo financiero está transformando relaciones entre clientes, trabajadores y empleadores (Mühlelsen, 2018). Es así que el uso de tecnologías de dinero podría abrir caminos en mejorar los beneficios de largo plazo, sin embargo, esta situación solo se da en emprendedores que practican la creatividad e innovación en sus negocios, depende de la habilidad en las ventas y del conocimiento de deuda, en el caso

de los emprendedores del mercado 24 de Octubre, aún se carece de ésta información y manejo financiero, ya que es limitado por la ausencia de capacitación e interés de los emprendedores.

En tanto surgen las siguientes preguntas de investigación:

I.1.1 Problema general

¿Cómo se relaciona el emprendimiento con la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018?

I.1.2 Problemas específicos

- a. ¿El emprendimiento está determinado por la creatividad de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018?
- b. ¿Está el emprendimiento relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018?
- c. ¿La alfabetización financiera está determinado por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018?

1.2 Justificación

A nivel teórica la presente investigación permitirá que la alfabetización financiera se logre apropiar a los emprendedores para que puedan manejar las finanzas a nivel empresarial, adecuadamente durante el horizonte de vida de la empresa y más si es a largo plazo (Superintendencia de Valores y Seguros de Chile, 2001). a partir de la preparación en conocimientos financieros logrando proteger las inversiones de los emprendedores.

A nivel práctico la presente investigación aportará con el análisis sobre emprendimiento y la alfabetización financiera, importante para las decisiones de inversión en el Mercado 24 de Octubre, el que depende mucho de la calidad de preparación y conocimiento acerca de los mismos. En situaciones de dificultades financieras los emprendedores deben estar preparadas para enfrentar los riesgos previos conocimientos de adecuada información sobre las conductas de ahorro, habilidades de inversión y manejo de deuda.

A nivel metodológico con la alfabetización financiera los emprendedores podrán gestionar sus ingresos y gastos, así como la comercialización de sus productos, gastando menos y ahorrando más. Asimismo, los temas de emprendimiento y alfabetización financiera y endeudamiento sobre inversiones fijas o capital de trabajo en el ámbito académico, como a nivel de las instituciones gubernamentales, organismos de cooperación financiera, la sociedad civil, el sector privado, entre otros, podrán colocar con mayor énfasis en las capacitaciones que estos realicen para evitar los riesgos de pérdida que involucran en cada uno de ellos.

1.3 Presuposición filosófica

Como refiere White (1964), “Nuestro primer deber con Dios y nuestros semejantes es el desarrollo de nosotros mismos”, siendo este un principio fundamental para la formación de nuestro ser; así como lo ordena nuestro Señor. Es así que debemos de cuidarnos porque somos templo del espíritu santo, es así que debemos de explotar nuestro potencial, así como lo expresa en la Santa Biblia, que se encuentra en el libro de Mateo Capítulo 25: 14-30 que nos relata la parábola de los talentos en los que encontramos a tres siervos, a cada uno se le da conforme a sus capacidades, es un regalo de Dios, y él sabe que cosas podemos sobrellevar, y realizar, por ello nos insta a que actuemos, y nos pongamos a producir lo que nos dio, a eso podemos llamarle también la práctica de

nuestro talentos emprendiendo una empresa, pero utilizando todos los conocimientos necesarios, y conocer adecuadamente los terminos financieros.

En Isaías 33:15 (Biblia Reina Valera) se menciona: “el que camina con rectitud y habla lo recto, el que aborrece la ganancia por extorsión, el que sacude sus manos para no recibir soborno, el que tapa sus oídos para no oír propuestas sanguinarias, el que cierra sus ojos para no ver cosa mala, esta habitará en las alturas; fortalezas de rocas serán su lugar de refugio; se le dará su pan, y tendrá segura su agua. Tus ojos verán al Rey en su hermosura; verán la tierra que está lejos”. Esta cita bíblica nos da como consejo que debemos actuar con ejemplo, que si bien es cierto debemos desarrollar nuestros talentos, también debemos de realizarlo con rectitud, manteniendo nuestros valores por sobre todo en los negocios y aborrecer la corrupción y los malos negocios.

En Reyes 12:15-16 (Biblia Reina Valera) se sostiene: “y no se tomaba cuenta a los hombres en cuyas manos el dinero era entregado, para que ellos lo diesen a los que hacían la obra; porque lo hacían fielmente. El dinero por el pecado, y el dinero por culpa, no se llevaba a casa de Jehová; porque era de los sacerdotes”. Así esta cita bíblica también nos insta a Dios lo que es de Dios y al Cesar lo que es del Cesar, implica dar nuestros impuestos y actuar correctamente en los negocios.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la relación entre el emprendimiento y la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

1.4.2 Objetivos específicos

- a. Identificar si el emprendimiento está determinado por la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

- b. Explicar si el emprendimiento está relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018
- c. Describir si la alfabetización financiera está determinada por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1 Revisión de literatura

2.1.1 Antecedentes sobre el emprendimiento

Parra (2017) en su investigación: “Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito casos de estudio en empresarios de Ibagué en Tolima” concibe como objetivo explorar la relación entre los principales rasgos distintivos y la perdurabilidad empresarial. La metodología es de tipo cuantitativo sustentado en encuestas a empleados y clientes. Los resultados mostraron que los rasgos de mayor trascendencia son el nivel de formación, liderazgo, pasión al trabajo, inversión en infraestructura, personal, y atención al cliente, por ello, afirma que la empresa nace en la mente de un individuo emprendedor.

Castro, Renés & León (2014) en su estudio: “La educación para el emprendimiento para el caso de Cantabria”, establece como objetivo mostrar el panorama actual de la educación como facilitadora del emprendimiento en el marco europeo y español.

La metodología que aplica es de tipo descriptiva. Prescindible el involucramiento y apoyo de los estudiantes para el actuar del desenvolvimiento emprendedor y así canalizar la transición efectiva el mercado de trabajo.

Fernández & De la Riva (2014) en su investigación: “Mentalidad emprendedora y cultura del emprendimiento” donde expone que el objetivo es identificar las cualidades o características de la mentalidad emprendedora, la metodología utilizada es descriptiva.

Las cualidades de la mentalidad emprendedora son: el liderazgo, poder, creatividad, pasión, confianza, organización, sentido de la rentabilidad, realismo, arte de la negociación y la proyección positiva. Es así que el sistema educativo aporta a la enseñanza para ser emprendedor, con mentalidad emprendedora (p.143).

Galindo, Méndez & Castaño (2016) en su estudio “Crecimiento, progreso financiero y emprendimiento” revela como objetivo analizar los factores que estimulan el crecimiento económico y el papel por los emprendedores que los factores que estimulan el crecimiento

financiero y el papel por los emprendedores. La metodología es de tipo descriptivo. Los resultados corroboran que si existe relación positiva y se debe evitar las tensiones sociales que ponen en peligro las actuaciones de los emprendedores (p.66).

Gutiérrez, Sepúlveda & Gonzáles (2018) en su investigación: “Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos” sostiene en sus objetivos identificar los factores que determinan la sostenibilidad de los emprendimientos. Se abordó la metodología cuantitativa, descriptiva y explicativa.

Explican que los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos de acuerdo al modelo Cox, con una muestra de 101 emprendedores, 73 activos y 28 inactivos que las variables que influyen en la supervivencia son: elaboración del plan de negocios, ubicación, endeudamiento, diversificación de la oferta y forma jurídica, donde la edad ideal para ser emprendedor por la probabilidad de mayor éxito es de 30 años (p.178).

Médor, Rivas & Ramírez (2007) en su investigación: “Sobre las razones del emprendimiento y del trabajo independiente de los profesionales en tecnologías informáticas en Guadalajara Jalisco” establece que el objetivo es conocer las motivaciones para elegir el trabajo independiente o el emprendimiento. La metodología utiliza entrevistas semiestructuradas y observaciones.

Los resultados conciben que el trabajo independiente y el emprendimiento tienen relación con los procesos subjetivos de los individuos y que la condición de soltero, así como la juventud reducen el miedo hacia el fracaso, de esta manera reducen la incertidumbre incidiendo en el emprendedor (p.116).

2.1.1 Antecedentes de la alfabetización financiera

Soto (2017) en su estudio: “Alfabetismo financiero y su efecto en el sobreendeudamiento de la deuda hipotecaria” tiene como objetivo analizar el alfabetismo financiero y su efecto en el sobreendeudamiento de la deuda hipotecaria. La metodología utilizada es el método de estimación probit basado en la teoría de la utilidad.

Los resultados manifiestan que la situación de sobreendeudamiento se ve aumentada en relación al bajo conocimiento financiero.

Por otro lado, Martínez & Franco (2016) en su estudio sobre “El alfabetismo financiero: un análisis en el nivel medio superior y superior” tienen como objetivo comparar el conocimiento y cultura financiera de los jóvenes inscritos en nivel medio superior y superior en la ciudad de Hidalgo del Parral, para demostrar que la educación superior no genera nuevos conocimientos en finanzas personales por experiencia propia la que ayuda a comenzar a crear conciencia. La metodología consistió aplicar la encuesta a estudiantes de la preparatoria.

Los resultados muestran una calificación promedio para los alumnos del nivel medio fue superior de 4.7 mientras que el nivel superior alcanzó el 5.3.

Álvarez & Ruiz (2016) en su artículo denominado: “Alfabetismo financiero, endeudamiento y morosidad de los hogares en Chile” tienen como objetivo explorar el impacto de la alfabetización financiera sobre el acceso de deuda, los niveles de endeudamiento y la morosidad de los hogares en Chile.

La metodología tiende a ser medida por los niveles en los jóvenes y adultos mayores, en las mujeres, en los individuos menos educados, y en los segmentos de menores ingresos. Exploran que la alfabetización financiera incide en el acceso de deuda, nivel de endeudamiento y mora en hogares en el caso chileno, en una muestra de jóvenes y adultos mayores, es decir, que mayor alfabetización financiera conduce a un incremento en el acceso de deuda sea a nivel de bancos como de entidades micro financieras.

Villagómez (2016) en su artículo de investigación: “Alfabetismo financiero en jóvenes preparatorianos en la zona Metropolitana del valle de México” tiene como objetivo analizar el alfabetismo financiero en jóvenes preparatorianos. La metodología mide los niveles de alfabetismo financiero entre 15 y 18 años de edad, utilizando una encuesta basada en las metodologías de la organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE).

Los resultados poseen bajos niveles de alfabetismo financiero en el caso mexicano, depende de 3 componentes: el conocimiento, la actitud y el comportamiento.

Garay (2016) en su estudio: “Índice del alfabetismo financiero, la cultura y la educación financiera” tiene como objetivo desarrollar el índice de alfabetismo. La metodología desarrolla el cálculo del alfabetismo financiero, utilizando el análisis de componentes principales y estructuras factoriales. Los resultados demuestran que la mayoría de los bolivianos no comprenden los términos financieros de nivel básico, y tienen bajos conocimientos de alfabetismo financiero, por ello recomienda que se debe considerar en la currícula la educación financiera para la adecuada toma de decisiones. En tanto que Castro & Fortunato (2015) evidencian que existe correlación entre el alfabetismo financiero con la capacitación laboral.

Garay (2015) en su estudio: “Las finanzas conductuales, el alfabetismo financiero y su impacto en la toma de decisiones financieras, el bienestar económico y la felicidad” tiene como objetivo analizar el efecto de las finanzas conductuales, las emociones, la cultura, las decisiones financieras influyen directamente en la felicidad.

La metodología consiste en el uso de datos empíricos en combinación con análisis multivariado y factorial. Los resultados evidencian que las emociones, la cultura, las decisiones económicas y el alfabetismo financiero, incluyen en el bienestar económico y la felicidad de las personas.

Hidalgo (2014) en su tesis denominada: “Alfabetismo financiero y sus determinantes en jóvenes: el nivel matemático como predictor” donde el principal objetivo es analizar la incidencia del nivel cognitivo medido como la habilidad matemática de una persona en la educación financiera.

La metodología se ejecutó con jóvenes mexicanos entre 15 y 18 años de edad. Los resultados sobre el nivel de matemáticas reflejan por su parte que el alfabetismo financiero en jóvenes mexicanos de 15 y 18 años de edad tiene impacto significativo y positivo en los conocimientos, actitudes y comportamientos financieros, el ingreso como la educación de la madre.

Yébenes (2014) en su artículo titulado “La educación financiera y su relevancia en las decisiones económicas evidencia e iniciativas” asegura que la educación financiera es

importante en la toma de decisiones en el área financiera, por ello existe una tendencia cada vez de mayor interés para el diseño de políticas.

“El debate se centraba esencialmente en la eficacia de los incentivos fiscales a la hora de ahorrar, aunque surgieron otras líneas de investigación, como la que exploraba la posibilidad de las bajas tasas de ahorro de los individuos estuvieran causadas, al menos en parte, por la falta de conocimientos financieros.” (p.4).

2.1.2 Antecedentes de emprendimiento y alfabetización financiera

En Ecuador (2019) Se realizó la investigación sobre cultura financiera y la creación de emprendimientos en la ciudad de Loja-Ecuador cuyo objetivo desarrollo un análisis con la finalidad de identificar las limitaciones que tienen los emprendimientos para acceder al microcrédito como fuente de financiamiento. La investigación es cualitativa de Tipo descriptiva, como metodología se tomó como referente estudios de investigaciones realizadas y se consultó datos estadísticos sobre el tema, lo que permitió obtener como resultado la identificación de las limitaciones, así como determinar el rol de la inclusión financiera para el desarrolla de la actividad emprendedora. Concluyendo que en el país se implementaron políticas públicas para apoyar preferentemente al pequeño emprendedor, con un marco legal que ha determinado tasas de interés bajas denominados créditos vip, se logró estandarizar el papeleo y la banca pública formo parte de este proceso. En la actualidad existe la percepción de que todo este trabajo se ha estancado debido a la inacción del gobierno en el fomento de alternativas viables para apoyar el emprendedor ecuatoriano.

En España (2018) Se realizó la investigación sobre educación financiera y espíritu emprendedor de los jóvenes en Aragón cuyo objetivo fue evaluar la cultura económica de los jóvenes aragoneses en una doble vertiente: desde el punto de vista de la educación financiera, y desde el punto de vista del espíritu emprendedor. La investigación es de tipo cuantitativo. Para la recolección de datos se procedió a analizar los resultados con una

encuesta dirigida a jóvenes universitarios y de ciclos formativos de grado superior por su proximidad a la entrada en el mercado laboral con una formación previa especializada para ejercer una profesión. Los resultados de la encuesta nos indican que, a pesar de no comprender las noticias económicas, los jóvenes aragoneses son conscientes de la difícil situación económica actual y se muestran preocupados por la consecuencia que perciben como más inmediata, la dificultad para encontrar trabajo tras acabar su formación. Los jóvenes aragoneses tienen buena capacidad para gestionar su economía personal. En cambio, reflejan un mayor nivel de desconocimiento de la operativa financiera cotidiana, si bien no perciben grandes barreras para adquirir los conocimientos necesarios. Los jóvenes aragoneses no tienen espíritu emprendedor. No obstante, manifiestan su disposición para trabajar fuera de España.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Emprendimiento

2.2.1.1 Definición

El emprendimiento es considerado una corriente conocida como entrepreneurship, que es un campo de estudio en construcción, el término es originario del francés, ha presentado una propagación de términos como: emprendimiento, emprendedurismo, empresarismo, espíritu emprendedor y espíritu empresarial. Por lo tanto, el emprendedor debe pensar estratégicamente en cómo su emprendimiento evidencia los cambios futuros, y que debe tener en cuenta para identificar las oportunidades y los riesgos (Osorio, Murillo y Gonzáles, 2015).

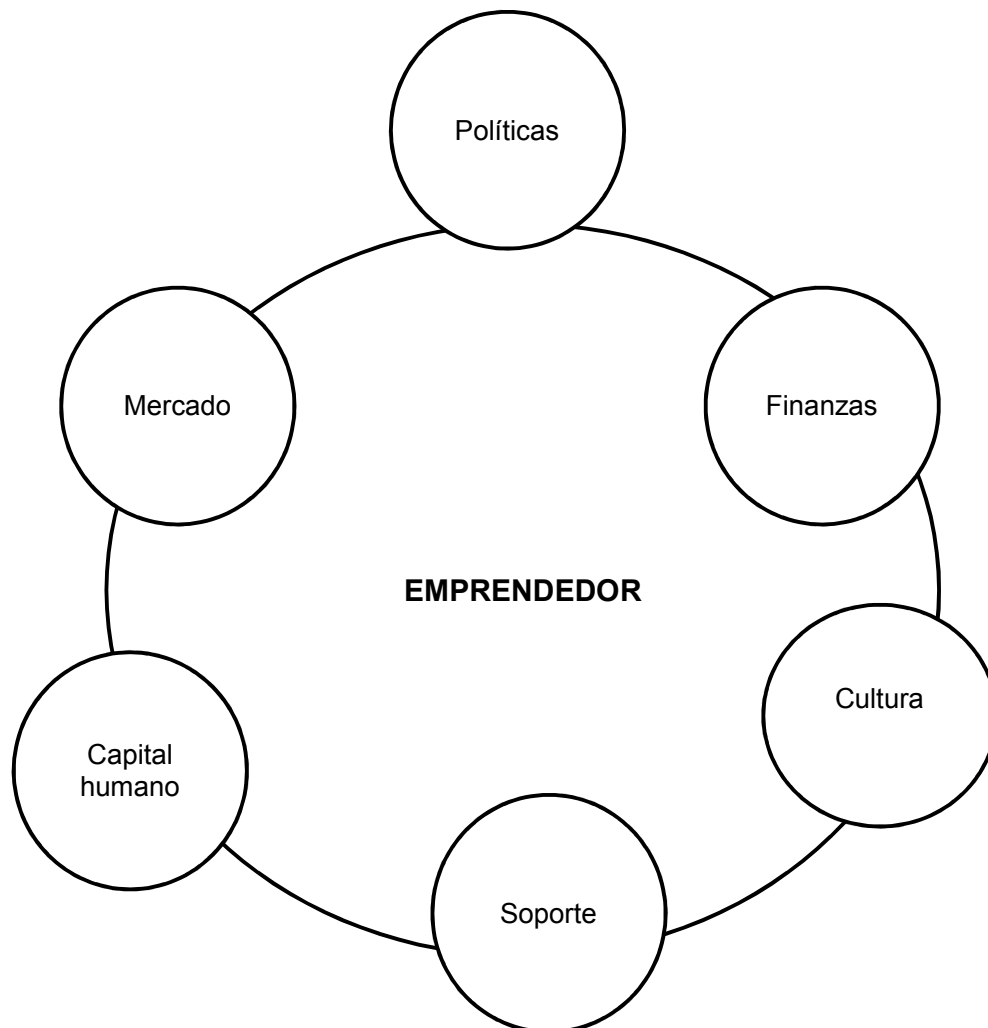
“El emprendimiento es el estudio focalizado en comprender y desarrollar las competencias y habilidades vinculadas a crear nuevo emprendimiento de índole técnico, científico, empresarial y social” (Manual de Emprendedorismo, 2015, p.7). “Fomentar el emprendimiento desde temprana edad en los niños es de suma importancia dado que

repercute en el trayecto de su vida desde el nivel primario, secundario y universidad” (I Foro Internacional de Emprendimiento, 2015, p.39).

2.2.1.2 Tipos de emprendedores

Existen emprendedores externos, internos, creadores, de franquicias, por necesidad, por oportunidad, de base científica tecnológica, de la industria digital, creativos, consultores, del sector gastronómico, con especialidad comercial, sociales, del sector de agronegocios (Manual de Emprendedorismo – Proyecto JICA, 2015, p.13). El emprendedor depende uno del otro, sin embargo, se requiere de reglas de juego, y seis son los campos claves de emprendimiento (figura 1): el mercado, las políticas, la financiación, la cultura, el soporte y el capital humano (Manual de Emprendedorismo, 2015, p.15).

Figura 1. Ecosistema del emprendedor



Las categorías de emprendedores destacan: personas que crean empresas buscando una alternativa ventajosa a su fuente de ingreso actual; personas que crean su empresa con voluntad de crecimiento y desarrollo personal; personas que disponen de patrimonio y lo gestiona para obtener el mayor rendimiento posible analizando las alternativas existentes. El emprendedor trata de aprovechar las variaciones de precios utiliza la información para comprar y vender con ventaja, no crea valor, sino lo redistribuye a favor suyo (Rajadell, 2019).

Las perspectivas del emprendimiento a nivel micro son: Cuando el emprendedor se constituye en agente promotor del desarrollo del entorno económico, anticipándose a los cambios y condiciones del mercado y las perspectivas a nivel macro son: Cuando el emprendedor aprovecha las oportunidades que el medio ofrece, sin retribuir suficientemente a sus colaboradores y en general a la comunidad donde desarrolla su actividad (Osorio, Murillo y Gonzáles, 2015).

2.2.1.3 Dimensión 1: Creatividad del emprendedor

Es la generación de ideas nuevas, es el proceso mental que da origen a la innovación, es un factor crítico del éxito, para el desarrollo de nuevos productos, es una facultad innata de las personas, constituye una oportunidad para ser competitivos (Manual de Emprendedorismo, 2015, p.39). Se refiere a la habilidad para combinar ideas de forma particular, por el que una organización estimula la creatividad de manera única para plantear soluciones novedosas ante los problemas (Robbins & Coulter, 2005, p.327).

La definición de la palabra creatividad no es fácil, no es algo que exista en abstracto, sino que es un juicio sociocultural acerca de la novedad, la adecuación, la calidad y la importancia de un producto, en consecuencia, no existe una forma pura de creatividad ni una única manera de desarrollarla como inteligencia (Rajadell, 2019). Su trascendencia depende del impacto que tenga sobre terceros.

Existe la creatividad externa e interna: La creatividad externa es la introducción de ideas nuevas desde fuera; mientras que la creatividad interna consiste en descubrir en el propio pensamiento nuevas formas de hacer las cosas o nuevas cosas que hacer (Rajadell, 2019). Por lo que se denomina potenciar la creatividad a:

1. Mantener el espíritu crítico y constructivo: Fijarse una cuota de ideas
2. Desarrollar la curiosidad: La creatividad necesita una determinada actitud, la curiosidad es el primer motor de la creatividad. Si no hay curiosidad, no hay búsqueda, y sin búsqueda es imposible que se produzca hallazgo.
3. Identificar tendencias: Tendencias emergentes, leyendo artículos, blogs, enlaces en diferentes campos: publicidad, moda, actividades de ocio, productos nuevos, escasez de materias primas, eliminación de residuos, cambios jurídicos, movimientos sociales, innovaciones tecnológicas.
4. Buscar inputs de otras personas: Escuchar oradores, conferencias de tecnología, entretenimiento y diseño, para generar nuevas y poderosas ideas, pues las personas procedentes de entornos diversos generan, al conectar entre sí, una reflexión común para cambiar el mundo.
5. Desarrollar nuevas habilidades: Para adquirir nuevas perspectivas hay que buscar oportunidades para asistir a clases de fotografía, caligrafía, narrativa, mecánica; probar nuevas actividades físicas (yoga, snowboard, kite-surf, segway, pilotar un dron, danza aérea, etc.).
6. Jugar: Es el fundamento de cualquier arte, película, libro, moda, deporte, diversión e imaginación, es decir, es la base de cuanto pensamos como civilización, es la ciencia de la vida. Hace que la vida sea divertida.
7. Reciclar: Revisar viejas ideas que funcionan desde hace mucho tiempo y que se pueden mejorar. Actividades como la moda, la música o el cine se nutren constantemente de viejas ideas recicladas.
8. Observar la arquitectura y visitar lugares diversos: Observar la arquitectura de edificios, el tráfico de la ciudad, los mercados, las iglesias, etc. Visitar

museos más desconocidos, estas experiencias ofrecen una fuente de inspiración que puede canalizarse de muchas maneras.

9. Dedicarse a los demás: Cuando las personas se obligan a dejar de pensar en sí mismas para pensar en las necesidades de los demás, algo se desencadena en su interior. Hacer una pausa en las actividades cotidianas para dejar de pensar en determinados problemas libera ideas.
10. La libreta para coleccionar ideas: Disponer de un registro de ideas, experimentando con diferentes métodos de captación de ideas. Esto implica disponer de una pequeña libreta. Cabe advertir que cuando se escribe una idea, no parece tan brillante como se antojaba en la mente abstracta, pero es el modo de concretarlas y estructurarlas.
11. Centrarse en los campos que se conocen: Es cuando las empresas que aun ramificándose permanecen fieles a la máxima “zapatero a tus zapatos” superan a las otras en resultados.
12. Programar cambios deliberados en la vida cotidiana: Buscar ideas en campos desconocidos no consiste únicamente en aplicar lo que funciona en un sector a otro. Consiste también en re-imaginar lo que es posible en un sector.
13. Saltarse a las normas establecidas: Cada actividad tiene sus normas, costumbres y formas de hacer las cosas, hay multitud de grandes avances en las artes, las técnicas y ciencias que el resultado de alguien que rompe las reglas establecidas.
14. Integrarse en clubs o grupos de debate: Formar parte de clubs o grupos de debate donde se discutan ideas. Asistir a tantos coloquios como sea posible. Un grupo creativo que se auto estimula y acaba transformándose en algo muy positivo.
15. ¿Pensar en el “y si...?”: Prestar atención a la posibilidad. Pensar que en la cultura occidental y en los hábitos de pensamiento se insiste en avanzar

siempre hacia la certeza. Deberíamos hacer algo cuando la gente opine que es una locura. Si la gente piensa que es estupendo, quiere decir que, a buen seguro, alguien ya lo ha hecho.

16. Un par de ojos frescos: Hablar con alguien de afuera el campo de actuación. El objetivo es extraer la creatividad de los extraños encontrados por casualidad.
17. Observar la naturaleza: la biónica. Inspirarse en la naturaleza, no existe nada más eficiente y duradero que los métodos. Muchos de los obstáculos que encuentran los seres humanos a lo largo de su existencia, otros seres vivos ya los han resuelto.
18. Leer de forma activa: Marcando, fotocopiando, tomando apuntes, libros que versen todo tipo de materias, desde biografías, trabajos manuales, automovilismo, carpintería, jardinería, cloud computing, gastronomía, agricultura, viajes, etc. Es recomendable rodearse de buenos libros de todos los temas inimaginables. Al leer libros se pueden hacer prácticas pensando en soluciones para cualquier problema que aparezca en los mismos.
19. Los mapas mentales: Son una representación gráfica de un proceso, facilitan el recuerdo, la toma de notas, y los repasos efectivos de cualquier actividad en que intervengan la memoria y la creatividad.

El emprendimiento también está relacionado con la innovación del emprendedor, que es considerada como el acto de cambiar, experimentar, transformar y revolucionar, es la clave de la actividad empresarial, las empresas emprendedoras actúan como agentes de cambio y generan ideas nuevas. Existe cuatro etapas del proceso emprendedor: La primera es explorar el contexto de emprendedor, desde la realidad financiera, política, legal, social y laboral; la segunda identifica las oportunidades (Robbins & Coulter, 2005, p.130). Se le considera al emprendedor un agente de cambio y sus implicaciones tienen un carácter positivo (Osorio, Murillo y Gonzáles, 2015).

El emprendedor innovador es aquel que inventa algo nuevo, puede diferenciarse de su competencia con una verdadera propuesta de valor, e intenta desarrollar, producir y vender en plan empresarial, su reto es enfocarse en el negocio y las verdaderas posibilidades del producto (Rajadell, 2019). Hay que pensar que, cuanto más innovador es el concepto, más riesgos se corren.

Es así que el espíritu de emprendimiento “es todo el esfuerzo que realizan las personas o los grupos, arriesgando el tiempo y el dinero para aprovechar la oportunidad mediante la innovación. Los principales elementos del espíritu emprendedor son: la búsqueda de oportunidades, la innovación y el crecimiento” (Robbins & Coulter, 2005, p.128). Sin embargo, existen diferencias en las actividades de emprendimiento como: emprendedores que crean empresas, otros buscan oportunidades innovadoras, otros plantean metas para el desarrollo de la empresa. Por tal motivo el emprendedor es innovador y busca nuevas oportunidades.

2.2.2 Alfabetización financiera

2.2.2.1 Definición

La alfabetización financiera permite la toma de decisiones adecuadas en las personas desde la comprensión de productos financieros y riesgos, por medio de la información y asesoramiento (Álvarez & Ruiz, 2016). Garay (2015) define a la alfabetización financiera aquel conocimiento, habilidad financiera, actitudes, conducta de consumo, nivel de endeudamiento, ahorro, manejo de ingresos y gastos, que conducen a la gestión de las finanzas y la toma de decisión apropiada. Hoy en día el mundo financiero requiere de mayores conocimientos sobre las inversiones, así como los seguros de vida a partir de la planificación (p.14). La alfabetización financiera también se comprende como la habilidad en el manejo de información sobre las finanzas, útil en la toma de decisiones sea en el manejo de riqueza, pensiones o deuda (p.16).

La Estrategia Nacional de Educación y Financiera (2017) implementada por el Banco de Colombia, define al alfabetismo financiero como la guía que corrobora al

cumplimiento de objetivos, la considera como Educación Financiera (EF). Por su parte Maldonado (2017) define que el alfabetismo financiero aquellas habilidades, destrezas y actitudes que posee un individuo para la eficiente toma de decisiones (p. 110). Es decir, la alfabetización financiera es la habilidad de comprender el manejo financiero, desde el análisis de problemas financieros hasta las soluciones (p. 111).

El conocimiento sobre las finanzas, la actitud hacia lo financiero y la cultura están asociados de forma positiva con el alfabetismo financiero (Garay, 2016, p.29) así como la toma de decisiones en el campo de las finanzas (Castro & Fortunato, 2015). Sin embargo, para García, Grifoni, López & Mejía (2013) el alfabetismo financiero es la capacidad de manejar las finanzas, es la habilidad sobre el uso de dinero Gómez (2009). Por otro lado, se considera como la comprensión que tienen los inversores de productos financieros. Fernández (2012) indica que la alfabetización financiera apoya al uso adecuado del ahorro y el gasto, así como la administración de fondos de pensión (Ross, Westerfield y Jaffe, 2013).

La alfabetización financiera tiene tres etapas: (1) la sensibilidad que permite a los participantes inducir a la prestación de atención mediante la capacitación en educación financiera; (2) el incentivo que compromete a realizar esfuerzos; (3) acompañamiento que exige participación permanente para la adecuada toma de decisiones (Aurora, 2012).

El papel fundamental de la alfabetización financiera es la toma de decisiones financieras acertadas que contribuye al bienestar financiero de las personas (Lusardi & Mitchell, 2016), sea desde inversiones cuantiosas o minoritarias. Para Lagarde (2018) hoy en día las transacciones financieras son cada vez más rápidas y de menos costo, desde la negociación de valores hasta el envío de dinero. Por ejemplo, en varios países como: India, Pakistán, Kenya y Tanzania es habitual pagar por teléfono móvil en lugar de hacerlo con tarjeta o efectivo (p.11). Sin embargo, aún se desconoce en cuanto endeudamiento de inversionistas debido a la poca transparencia y reglamentación del mercado. Un sitio web de educación financiera concluyó que todas las crisis se han presentado niveles de deuda peligrosamente desproporcionados (Andreas, 2018, p.21).

El papel de la alfabetización financiera es facilitar una herramienta adecuada para que la población tome decisiones financieras correctas e de acuerdo a las condiciones de bienestar. Permite mejores y mayores oportunidades individuales y colectivas (Feijo, 2016). La alfabetización financiera debe ser promocionada de manera activa y estar disponible en todas las etapas de la vida de manera continua, basándose en los siguientes principios:

1. Los programas de educación financiera tienen que orientarse cuidadosamente de manera que satisfagan las necesidades.
2. Los consumidores deben recibir educación sobre asuntos financieros lo antes posible, empezando la escuela.
3. Los planes de educación financiera deben incluir instrumentos generales de sensibilización respecto a la necesidad de mejorar la comprensión de los problemas y riesgos financieros.
4. La educación financiera que imparten los prestadores de servicios financieros debe ser equitativa, transparente e imparcial.
5. Los formadores en este campo deben contar con la formación y los recursos adecuados para dar cursos de educación financiera de manera fructífera y con confianza.
6. Se debe facilitar el intercambio de experiencias y racionalizar los recursos financieros.

2.2.2.2 Dimensiones de la alfabetización financiera

a. Habilidad en las ventas

La alfabetización financiera se define como una gama de habilidades y actitudes (Maldonado, 2017), que poseen las personas y facilita una herramienta en las ventas (Cruz, 2018), por ello juega un papel estratégico para la toma de decisiones informadas y permite evaluar las mejores alternativas (Ceballos, 2018; García, López y Mejía, 2013). El dominio de habilidades como leer,

comprender, manejar y comunicar las situaciones financieras conlleva a decisiones financieras correctas (Gómez, 2009).

b. Niveles de endeudamiento

La alfabetización financiera tiene influencia en el uso de instrumentos financieros, conocimiento de conceptos financieros, acerca de los beneficios que brindan los bancos como entidades financieras, de las opciones de préstamo (Cruz, 2018). Existen evidencias de la ausencia de estrategias para la alfabetización financiera, sobre todo para lograr mejores tomas de decisiones al adquirir un servicio financiero. Sin embargo, existen grandes desigualdades en el proceso de financiamiento, por ello se plantea de la educación financiera e incentivos efectivos para la promoción del ahorro y pago de deudas a lo largo del ciclo de la vida (Ceballos, 2018).

c. Capacidad de ahorro

La mayor alfabetización financiera debe inculcar el ahorro a temprana edad, desde las decisiones de compra (Cruz, 2018; Villagómez, 2016) es importante para la creación de conciencia financiera para generar competencias en el campo de los negocios. Se debe impulsar las políticas de ahorro (Ceballos, 2018). Existe el ahorro formal e informal. El ahorro formal es aquel que utiliza cuentas de depósitos, bonos y pagarés financieros, que ofrecen las instituciones financieras, en cambio el ahorro informal se refiere a las alcancías, guardado en casa e instituciones no autorizadas legalmente, la ventaja es la disponibilidad inmediata del dinero, pero el poseerlos tiene mayores riesgos por los robos y asaltos.

CAPÍTULO III

Materiales y métodos

3.1 Lugar de ejecución

La presente investigación se realiza en la ciudad de Juliaca, en el Mercado 24 de Octubre, ubicada a dos cuadras del Mercado Internacional San José, en la zona norte de la ciudad de Juliaca (Salida Cusco). Las bases conocidas así a la agrupación de emprendedores son 8: Micaela Bastidas, ASCA Calzados, Sr. de Huayna roque, Inmaculada Concepción, 7 de abril, La Vecindad, 1ro. de enero, Continental (anexo 1).

3.2 Diseño metodológico

La investigación es de tipo cuantitativa puesto se realiza la revisión de la literatura del emprendimiento y el alfabetismo financiero desde lo general a lo particular (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Es de carácter no experimental dado que no interviene en un tipo de análisis de la realidad en dos escenarios, solo recoge un solo momento en el tiempo la información, es decir no manipula las variables (Toro y Parra, 2006). Es descriptivo y correlacional; descriptiva puesto que reseña rasgos o atributos de la variable (Namakforoosh, 2005; Bernal, 2006; Hernández, Fernández y Baptista, 2014); y correlacional debido a que relaciona dos variables: al emprendimiento y la alfabetización financiera en emprendedores del Mercado 24 de Octubre.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

La población consta de un total de 1344 emprendedores asociados al Mercado 24 de Octubre que desarrollan comercialización de diferentes productos, la población comprendida como el total de habitantes (Moya de Madrigal, 2002). Los representantes de la Asociación 24 de Octubre con sus respectivos socios responsables de cada sección son (tabla 1):

Tabla 1. Socios representantes de la Asociación 24 de Octubre

| Emprendedores socios representantes | Total Socios |
|---|--------------|
| Total Socios de la Asociación 24 de Octubre | 1,344 |

Nota: Adm. Quispe Zapana Pedro de la Asociación 24 de Octubre (anexo 2).

3.3.2 Muestra

La muestra como subgrupo de la población (Gómez, 2006), está representado por 299 emprendedores del Mercado 24 de Octubre, con una definición de muestra finita.

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

Donde:

Z = Nivel de confianza al 95%.

p = Probabilidad de certeza (0.5)

q = Es la probabilidad de no ocurrencia (0.5)

N = Universo (1,344)

n = Muestra

e = Error estándar (5%)

El cálculo del tamaño de la muestra obtenida a partir de la fórmula es:

$$n = \frac{1.96^2 * 1344 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1344 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 299 emprendedores

3.4 Formulación de hipótesis

3.4.1 Hipótesis general

El emprendimiento se relaciona significativamente con la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

3.4.2 Hipótesis específica

- a. El emprendimiento si está determinado por la creatividad de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018
- b. El emprendimiento si está relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018
- c. La alfabetización financiera si está determinado por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

3.5 Identificación de variables

El proyecto de investigación recoge dos variables: Emprendimiento) y la Alfabetización financiera.

- a. Variable 1: Emprendimiento (anexo 3)
- b. Variable 2: Alfabetización financiera (anexo 3)

3.6 Operacionalización de variables

La tabla 2 operacionaliza a las dos variables: emprendimiento y alfabetización financiera.

Tabla 2. Operacionalización de variables

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Fuentes de información | Instrumentos |
|---------------------------|-----------------------------|--|---|--------------|
| Emprendimiento | Creatividad del emprendedor | Habilidad para combinar ideas Arriesgan tiempo y dinero Búsqueda de nuevas oportunidades | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |
| | Habilidad en las ventas | Experiencia sobre el negocio Asiste a cursos de capacitación sobre ventas Realiza inversiones permanentes | | |
| Alfabetización financiera | Niveles de endeudamiento | Lleva el control de su deuda Conoce las tasas de interés de su última deuda Tiene retrasos en el pago de su deuda Ha tenido dificultades en la aprobación de su deuda | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |
| | Capacidad de ahorro | Lleva el control de su ahorros Invierte sus ahorros Gasta sus ahorros en consumo familiar Planifica sus gastos diarios Realiza compras impulsivas por moda Jerarquiza sus necesidades de compra Practica el consumo racional | | |

Nota: Anexo 4.

3.7 Instrumento de recolección de información

La recolección de datos es mediante una encuesta de corte transversal validada por expertos utilizada en ambas variables: emprendimiento y alfabetización financiera (anexo 5), sostenida por Bernal (2006) como aquella base de datos que se recoge en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.8 Validación de instrumento

La validación mediante el Alfa de Cronbach permitió contar con la confiabilidad del instrumento, con un valor confiable de 0.752, el que se realizó a 299 emprendedores del Mercado 24 de Octubre (tabla 3). Tal validación a su vez tiene la aprobación por el experto: Divan Yuri Cari Condori (anexo 5). Así mismo, se cuenta con el permiso para la aplicación del instrumento autorizado por el directivo de la Asociación (anexo 7 y 8).

Tabla 3. Validación de instrumento con Alfa de Cronbach

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Casos | Válido | 299 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 299 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

| Estadísticas de fiabilidad | |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,752 | 16 |

3.9 Plan de procesamiento de datos

La encuesta fue aplicada a los comerciantes emprendedores, principalmente considerando la mayor afluencia de clientes que se da los días lunes, así como el resto de días laborales, luego su procesamiento depuró algunos datos no confiables, finalmente se estimó los datos en base a una revisión exhaustiva.

3.10 Análisis de datos

El programa estadístico SPSS 25 determinó las frecuencias absolutas y relativas de las variables de emprendimiento y alfabetización financiera, así como el análisis de correlación de Pearson a un nivel de significancia del 5%.

3.11 Test de hipótesis

El test para el contraste de la hipótesis aplicado es el coeficiente de correlación de Pearson, sobre la relación entre las variables de emprendimiento y alfabetización financiera. De acuerdo al coeficiente de Pearson se dice relación directa a la estimación del coeficiente positivo y relación indirecta cuando el coeficiente de correlación es negativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014; Namakforoosh, 2005; Bernal, 2006). Se espera coeficientes cercanos a la unidad para lograr resultados satisfactorios a un alto nivel de significancia.

CAPÍTULO IV

Resultados y discusión

De la encuesta realizada a los emprendedores del mercado 24 de octubre de la ciudad de Juliaca se puede constatar.

En seguida se presenta información relevante de los encuestados sobre adaptación a un nuevo negocio, riegos, búsquedas de nuevas oportunidades.

4.1 Resultados descriptivos del emprendimiento y la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

Tabla 4. ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 24 | 8,0 | 8,0 | 8,0 |
| Casi siempre | 116 | 38,8 | 38,8 | 46,8 |
| Algunas veces | 49 | 16,4 | 16,4 | 63,2 |
| Muy pocas veces | 80 | 26,8 | 26,8 | 90,0 |
| Nunca | 30 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

El 8% de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca arguyen que siempre se adaptarían a nuevos negocio con facilidad (tabla 4); el 39% casi siempre; el 16% algunas veces; el 27% muy pocas veces y el 10% no se adaptarían aun nuevo negocio. Los resultados indican que más del cincuenta por ciento están dispuestos adaptarse a un nuevo negocio con facilidad.

Tabla 5. ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 30 | 10,0 | 10,0 | 15,1 |
| Algunas veces | 209 | 69,9 | 69,9 | 84,9 |
| Muy pocas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 95,0 |
| Nunca | 15 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

Se arriesgarían a un nuevo negocio siempre el 5% (tabla 5); seguido del 10% casi siempre; el 70% algunas veces; muy pocas veces el 10% y nunca el 5%, estas cifras aluden que prima la decisión al riesgo algunas veces en la mayoría de los emprendedores, asumiendo que si existe la posibilidad de arriesgarse en nuevas oportunidades de inversión.

Tabla 6. ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 74 | 24,7 | 24,7 | 29,8 |
| Algunas veces | 165 | 55,2 | 55,2 | 84,9 |
| Muy pocas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 95,0 |
| Nunca | 15 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 6 presenta si el emprendedor ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión (tabla 6), siempre el 5%; casi siempre el 25%; algunas veces el 55%; muy pocas veces el 10% y nunca el 5%, es notorio la búsqueda de oportunidades de inversión para el desarrollo de la empresa.

Tabla 7. Análisis de Correlación de Pearson del emprendimiento y la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

| Correlaciones | | ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad? | ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión? |
|---|------------------------|--|-------------------------------------|---|
| ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad? | Correlación de Pearson | 1 | ,397** | ,203** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | ,000 |
| | N | 299 | 299 | 299 |
| ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | Correlación de Pearson | ,397** | 1 | ,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | | 1,000 |
| | N | 299 | 299 | 299 |
| ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión? | Correlación de Pearson | ,203** | ,000 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | 1,000 | |
| | N | 299 | 299 | 299 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Elaboración propia de las autoras.

Contraste de la hipótesis 1:

La tabla 7 muestra los resultados del análisis de Correlación de Pearson entre el emprendimiento y la creatividad de los emprendedores del mercado 24 de Octubre, mostrando significancia y relación positiva entre la adopción de un nuevo negocio y el riesgo para asumir un nuevo negocio ($r = 0.397$, $p < 0.01$); así mismo existe relación positiva y existe significancia entre la adopción de un nuevo negocio y la búsqueda de nuevas oportunidades de inversión ($r = 0.203$, $p < 0.01$)

4.2 Emprendimiento y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018.

4.2.1 Habilidad en las ventas

Tabla 8. ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 179 | 59,9 | 59,9 | 64,9 |
| Algunas veces | 75 | 25,1 | 25,1 | 90,0 |
| Muy pocas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 8 muestra si los emprendedores tienen negocios que le generan ganancias durante todas las estaciones de año, siempre el 5%; casi siempre el 60%; algunas veces en 25%; muy pocas veces el 10%, como aseveran las respuestas si existe ganancias en la mayor parte de las estaciones del año.

Tabla 9. ¿Alguna vez asistió a cursos de capacitación sobre ventas?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 75 | 25,1 | 25,1 | 30,1 |
| Algunas veces | 89 | 29,8 | 29,8 | 59,9 |
| Muy pocas veces | 120 | 40,1 | 40,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 9 muestra los emprendedores también argumentan que solo el 5% siempre asiste a cursos de capacitación sobre ventas; el 25% casi siempre; el 30% algunas veces; el 40% muy pocas veces, aquí las respuestas de los encuestados se inclinan a escasa capacitación sobre las ventas que limita una mejor atención al cliente y al crecimiento de la empresa.

Tabla 10. ¿Invierte con frecuencia en productos de estación?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 44 | 14,7 | 14,7 | 14,7 |
| Casi siempre | 60 | 20,1 | 20,1 | 34,8 |
| Algunas veces | 90 | 30,1 | 30,1 | 64,9 |
| Muy pocas veces | 105 | 35,1 | 35,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La inversión que realizan los emprendedores respecto a la frecuencia por productos de estación destaca solo algunas veces con el 30% de respuestas a favor (tabla 10), mientras que muy pocas veces el 35%; siempre el 15% y casi siempre el 20%, la frecuencia dependería en la mayoría de casos por el tipo de negocio, ya que algunos si dependen de la estación y otros no necesariamente.

4.2.2 Niveles de endeudamiento

Tabla 11. ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 89 | 29,8 | 29,8 | 29,8 |
| Casi siempre | 135 | 45,2 | 45,2 | 74,9 |
| Algunas veces | 15 | 5,0 | 5,0 | 79,9 |
| Muy pocas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 90,0 |
| Nunca | 30 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 11 registra información que indica que el 30% de los emprendedores siempre lleva un registro de control de pagos de su préstamo; casi siempre el 45%; algunas veces solo el 5%; muy pocas veces solo el 10% y de igual modo nunca. Estos resultados conducen y afirman, que la mayor parte de los emprendedores utilizan medios de registros en el control del pago de su préstamo cotidianamente para el adecuado manejo del negocio.

Tabla 12. ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 90 | 30,1 | 30,1 | 30,1 |
| Casi siempre | 150 | 50,2 | 50,2 | 80,3 |
| Algunas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 90,3 |
| Nunca | 29 | 9,7 | 9,7 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 12 presenta resultados sobre el conocimiento de la tasa de interés del préstamo solicitado por los emprendedores, donde el 30% afirma que, si conoce tal cifra, mientras que desconocen el 10%. Esta información permite validar que los

emprendedores tienen un grado de alfabetización financiera aceptable respecto al endeudamiento (figura 9).

Tabla 13. ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 10,0 |
| Algunas veces | 45 | 15,1 | 15,1 | 25,1 |
| Muy pocas veces | 104 | 34,8 | 34,8 | 59,9 |
| Nunca | 120 | 40,1 | 40,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 13 enfatiza que el 40% de los emprendedores nunca han tenido retrasos en el pago de sus préstamos; seguido del 35% muy pocas veces; mientras que acepta haber tenido retrasos el 15% y minoritariamente el 5% afirma si haberse retrasado en los pagos.

Tabla 14. ¿Ha tenido dificultades en la aprobación de un préstamo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 14 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| Algunas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 14,7 |
| Muy pocas veces | 195 | 65,2 | 65,2 | 79,9 |
| Nunca | 60 | 20,1 | 20,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 14 confirma la capacidad de préstamo que poseen los emprendedores, ya que el 65% de éstos argumenta haber tenido dificultades muy pocas veces; seguido de nunca el 20%; como el 10% algunas veces y siempre solo el 5%. La aprobación de un préstamo es prueba de la confianza y garantía que presentan los emprendedores por su experiencia, rotación del inventario hacia las entidades financieras, siendo este un indicador favorable para contrastar que si existe un grado de alfabetización financiera aceptable en los emprendedores.

4.2.3 Capacidad de ahorro

La alfabetización financiera se manifiesta en el adecuado registro que llevan los emprendedores para controlar los ahorros, las respuestas conllevan a validar que el 50% casi siempre lo realiza (tabla 15); el 20% siempre ha llevado el registro, el 15% muy pocas veces lleva dicho control, el 10% algunas veces lleva dicho control y sin embargo aún el 5% afirma que nunca lo hace, esto es un indicio de la carencia en la capacitación en el manejo de ahorro para enfrentar situaciones imprevistas de los negocios que conducen.

Tabla 15. ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 60 | 20,1 | 20,1 | 20,1 |
| Casi siempre | 150 | 50,2 | 50,2 | 70,2 |
| Algunas veces | 30 | 10,0 | 10,0 | 80,3 |
| Muy pocas veces | 44 | 14,7 | 14,7 | 95,0 |
| Nunca | 15 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 16 registra la información que adquieren los emprendedores productos con sus ahorros, el 20% menciona que siempre utilizan los ahorros para la adquisición de los productos de venta; el 25% casi siempre; el 35% algunas veces; mientras que el 20% muy pocas veces.

Tabla 16. ¿Con sus ahorros, adquiere más productos para su negocio?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 60 | 20,1 | 20,1 | 20,1 |
| Casi siempre | 74 | 24,7 | 24,7 | 44,8 |
| Algunas veces | 105 | 35,1 | 35,1 | 79,9 |
| Muy pocas veces | 60 | 20,1 | 20,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

Cabe destacar que los emprendedores en su mayoría destinan los gastos de sus ahorros en el consumo de bienes para el hogar, esto se debe a la baja capacidad del capital invertido, el 30% afirma que algunas veces realizó dichos gastos para el consumo con los ahorros generados por el negocio, mientras que el 25% afirma que muy pocas

veces, el 25% siempre y solo el 20% casi siempre. Estas cifras ayudan a comprender que los emprendedores tienen dificultades en la reinversión de sus ganancias produciendo lentitud en la expansión del mercado de éstos.

Tabla 17. ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 75 | 25,1 | 25,1 | 25,1 |
| Casi siempre | 59 | 19,7 | 19,7 | 44,8 |
| Algunas veces | 90 | 30,1 | 30,1 | 74,9 |
| Muy pocas veces | 75 | 25,1 | 25,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La encuesta ha determinado que existe limitaciones en las compras impulsivas por la moda, puesto que el 65% muy pocas veces lo realiza (tabla 18); el 25% algunas veces; el 5% casi siempre y siempre solo el 5%. Por la experiencia que poseen los emprendedores en el comercio es favorable el comportamiento que manifiestan en el manejo de las compras impulsivas por moda, siendo un indicador de alfabetismo financiero aceptable en los emprendedores.

Tabla 18. ¿Realiza compras impulsivas por moda?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 10,0 |
| Algunas veces | 74 | 24,7 | 24,7 | 34,8 |
| Muy pocas veces | 195 | 65,2 | 65,2 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

La tabla 19 muestra si los emprendedores jerarquizan sus necesidades de compra, el 5% afirma que siempre; el 20% casi siempre; el 55% algunas veces; y muy pocas veces el 20%. Estos resultados también corroboran al alfabetismo financiero en los emprendedores por jerarquizar sus necesidades de compra.

Tabla 19. ¿Jerarquiza sus necesidades de compra?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 15 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Casi siempre | 60 | 20,1 | 20,1 | 25,1 |
| Algunas veces | 164 | 54,8 | 54,8 | 79,9 |
| Muy pocas veces | 60 | 20,1 | 20,1 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

Sobre la práctica de consumo de bienes necesarios e indispensables para el hogar los emprendedores han mostrado tener cautela en el consumo (tabla 20), se puede observar que el 30% siempre practica el consumo de bienes, el 25% casi siempre práctica, el 20% algunas veces, también el 20% práctica muy pocas veces y solo el 5% manifiesta que nunca realiza dicha práctica.

Tabla 20. ¿Practica el consumo de bienes necesarios e indispensables para el hogar?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Siempre | 89 | 29,8 | 29,8 | 29,8 |
| Casi siempre | 75 | 25,1 | 25,1 | 54,8 |
| Algunas veces | 60 | 20,1 | 20,1 | 74,9 |
| Muy pocas veces | 60 | 20,1 | 20,1 | 95,0 |
| Nunca | 15 | 5,0 | 5,0 | 100,0 |
| Total | 299 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: Elaboración propia de las autoras.

Contraste de la hipótesis 2:

La tabla 21 presenta el análisis de correlación de Pearson con la variable emprendimiento y las dimensiones habilidad en las ventas, nivel de endeudamiento y capacidad de ahorro de los emprendedores mostrando significancia y relación positiva entre sí.

Respecto a si arriesgaría a un nuevo negocio y si el negocio genera ganancias durante todas las estaciones existe una correlación positiva y significativa ($r = 0.439$, $p < 0.01$); si tiene retrasos en el pago de su préstamo la correlación también es significativa y positiva ($r = 0.471$, $p < 0.01$); Si lleva un registro para controlar sus ahorros la correlación

es significativa y positiva ($r = 0.526, p < 0.01$); si jerarquiza sus necesidades de compra la correlación es significativa y positiva ($r = 0.336, p < 0.01$), respectivamente.

Tabla 21. Análisis de Correlación de Pearson del emprendimiento y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

| Correlaciones | | | | | | |
|---|------------------------|-------------------------------------|---|--|--|--|
| | | Emprendimiento | Alfabetización financiera | | | |
| | | Creatividad | Habilidad en las ventas | Nivel de endeudamiento | Capacidad de ahorro | |
| | | ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año? | ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo? | ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros? | ¿Jerarquiza sus necesidades de compra? |
| ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | Correlación de Pearson | 1 | ,439** | ,471** | ,526** | ,336** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 299 | 299 | 299 | 299 | 299 |
| ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año? | Correlación de Pearson | ,439** | 1 | ,124* | ,293** | -,017 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | | ,032 | ,000 | ,763 |
| | N | 299 | 299 | 299 | 299 | 299 |
| ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo? | Correlación de Pearson | ,471** | ,124* | 1 | ,455** | ,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,032 | | ,000 | 1,000 |
| | N | 299 | 299 | 299 | 299 | 299 |
| ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros? | Correlación de Pearson | ,526** | ,293** | ,455** | 1 | -,018 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,752 |
| | N | 299 | 299 | 299 | 299 | 299 |

| | | | | | | |
|--|------------------------|--------|-------|-------|-------|-----|
| ¿Jerarquiza sus necesidades de compra? | Correlación de Pearson | ,336** | -,017 | ,000 | -,018 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,763 | 1,000 | ,752 | |
| | N | 299 | 299 | 299 | 299 | 299 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Nota: Elaboración propia de las autoras.

4.3 Alfabetización financiera y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

Contraste de la hipótesis 3:

En la tabla 22 se muestra el análisis estadístico a partir del coeficiente de Correlación de Pearson, existe una correlación directa y estadísticamente significativa entre la alfabetización financiera y sus determinantes: habilidad en las ventas, nivel de endeudamiento y capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018. En cuanto a la comparación de la correlación si los emprendedores gastan sus ahorros en consumir bienes para el hogar, están correlacionadas directamente con llevar un registro de control de pagos del préstamo ($r = 0.206$; $p < 0.01$); en cambio acerca del conocimiento sobre la tasa de interés del préstamo solicitado están correlacionadas directamente con llevar un registro de control de pagos del préstamo ($r = 0.522$; $p < 0.01$), así como el gasto de los ahorros en el consumo de bienes para el hogar ($r = 0.159$; $p < 0.01$).

Tabla 22. Análisis de Correlación de Pearson entre la alfabetización financiera y la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018

| Correlaciones | | ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo? | ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar? | ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado? |
|--|------------------------|--|--|---|
| ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo? | Correlación de Pearson | 1 | ,206** | ,522** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | ,000 |
| | N | 299 | 299 | 299 |
| ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar? | Correlación de Pearson | ,206** | 1 | -,159** |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | | ,006 |
| | N | 299 | 299 | 299 |
| ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado? | Correlación de Pearson | ,522** | ,159** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | ,006 | |
| | N | 299 | 299 | 299 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Elaboración propia de las autoras.

4.4 Discusión

Hoy en día la creatividad del emprendedor juega un papel importante en la generación de ideas nuevas tal como establece Parra (2017), puesto que da origen a visualizar con facilidad las oportunidades que los rasgos de mayor trascendencia son el nivel de información en el mercado local, regional, nacional e internacional, con ésta investigación se corroboró que el emprendedorismo si se propiciaron al éxito, en donde los emprendedores del Mercado 24 de Octubre si arriesgan a distintos negocios, a su vez

buscan nuevas oportunidades de inversión, habiéndose obtenido una correlación positiva y significativa a la vez.

Así como también Garay (2015) nos menciona que el mundo financiero requiere de mayores conocimientos sobre las inversiones, por ello la investigación se enfatiza en la habilidad de las ventas, niveles de endeudamiento y la capacidad de ahorro, cabe mencionar que el aspecto que se valoró la encuesta fue integrado a la alfabetización financiera es la clave a la comprensión de la terminología financiera y también se puede inferir que hubo desconocimiento, ya que aspectos o conceptos tales como la tasa de interés ventajas y desventajas de las tasas de interés, entre otros que se asocian a términos de la función financiera y que incluyen en la alfabetización financiera, muestra una tendencia de conocimiento bajo en los emprendedores del Mercado 24 de Octubre.

Tal como argumenta Fernández (2012) sobre el manejo del ahorro considerado como un nivel básico de alfabetización financiera, la aplicabilidad por los emprendedores tendría repercusiones positivas y la reducción de riesgos en la toma de decisiones. Hoy más que nunca las tendencias del alfabetismo financiero como lo expone Garay (2016) pone de manifiesto la relación positiva con el conocimiento sobre las finanzas, esto también se ve reflejada en las habilidades en las ventas que poseen los emprendedores del Mercado 24 de Octubre para aplicar en las decisiones de inversión. O como lo expresa Gómez (2009) lo importante que es comprender a la alfabetización financiera como la habilidad para la toma de decisiones financieras. Así mismo, Garay (2015) indica que la alfabetización financiera es el nivel de endeudamiento que permite a las personas gestionar las finanzas por medio de las decisiones informadas sobre los préstamos solicitados, lo cual es importante para los emprendedores manejar información suficiente para la toma de decisiones de endeudamiento.

CAPÍTULO V

Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

La investigación ha corroborado al objetivo específico 1, que el emprendimiento si está determinado por la creatividad por emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018, el coeficiente de Correlación de Pearson significativa y positiva, es decir, a mayor creatividad existirá mayores posibilidades de emprender. El 90% de los emprendedores afirma que se adaptaría a nuevos negocios con facilidad; se arriesgaría el 70% a un nuevo negocio y el 55% ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión.

El objetivo específico 2, contrastó que el emprendimiento está relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018, siendo el coeficiente de Correlación de Pearson significativa y positiva. El 65% arguye que el negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año; el 30% sostiene que alguna vez asistió a cursos de capacitación sobre ventas; el 65% invierte con frecuencia en productos de estación; el 75% lleva un registro de control de pagos de su préstamo; sin embargo, solo el 30% conoce las tasas de interés del préstamo solicitado; el 15% tiene retrasos en el pago del préstamo; el 15% ha tenido dificultades en la aprobación de un préstamo; el 70% lleva un registro para controlar sus ahorros; el 45% invierte en productos con el ahorro; el 25% gasta los ahorros en consumir bienes para el hogar; el 15% realiza compras impulsivas por moda.

El objetivo específico 3 demuestra que la alfabetización financiera está determinada por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018, así lo determina el coeficiente de Correlación de Pearson mostrando una relación positiva.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a los emprendedores del Mercado 24 de Octubre invertir en informarse en su conocimiento financiero para invertir en nuevos productos y servicios para lograr competitividad, a pesar de que algunos emprendedores poco o nada le interesa, sin embargo se debe priorizar para reducir el alfabetismo financiero. Es así que se debe impulsar programas de emprendimiento y alfabetización financiera para generar cambios en la administración de los recursos financieros y aprovechar de las oportunidades.

Es importante que los emprendedores se capaciten y se informen sobre la deuda, tasas de interés, para tomar decisiones adecuadas, para lograr una alfabetización financiera básica. Ya que hoy en día los mercados financieros se han tornado más sofisticados con nuevos productos financieros que requieren de conocimiento sobre deuda, así como manejo de tasas de interés de préstamo y ahorro.

Se recomienda a los emprendedores contratar el servicio de estudios de mercado sobre los productos que ofrecen, y así lograr la especialización en un campo del negocio.

Se recomienda a los emprendedores ahorrar, y organizar sus patrones de consumo y orientarlas a la inversión, para incrementar la rentabilidad. Es importante, la sensibilización y capacitación en temas de ahorro, por ello se debe promocionar el ahorro con el propósito de capitalizar a los emprendedores por medio del ahorro formal.

Se recomienda desarrollar futuras investigaciones sobre la alfabetización financiera en ámbitos de mercado local, regional y nacional para la toma de decisiones de inversión. El campo del emprendimiento y la alfabetización financiera es un camino nuevo en la investigación lo que abre oportunidades para su desarrollo a nivel de investigaciones empíricas.

Se recomienda orientar contable y financieramente a los emprendedores sobre todo a los jóvenes del Mercado 24 de Octubre para que adopten mejores decisiones

financieras. Cuando los jóvenes están por incursionar un negocio es recomendable antes capacitarse en temas financieros.

REFERENCIAS

- Aucapuri, J., Caviedes, Y., Chura, G. E. y Zanabria, A. (2018). *Planeamiento Estratégico del Distrito de Juliaca*. Tesis par optar el grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas en la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Álvarez, R., & Ruiz, J. (2016). *Alfabetismo Financiero, Endeudamiento y Morosidad de los Hogares en Chile*. Universidad de Chile.
- Andreas, A. (2018). Breve historia de la criptoefuria. *Revista Finanzas y Desarrollo*, FMI, p.21.
- Aurora, D. C. (2012). *Alfabetización financiera-ahorros: guía para la formación de facilitadores financieros*. Obtenido de <http://www.care.org.pe/wp-content/uploads/2015/06/Guia-de-formacion-para-facilitadores.pdf>
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación, para administración, economía, humanidades y ciencia social*. Naucalpan: Pearson.
- Biblia Reina Valera (1960).
- Ceballos, O. E. (2018). Perfiles de ahorro y pago de deuda en el ciclo de vida de los hogares mexicanos. *El Trimestre Económico*, LXXXV (2), 311-339.
- Castro, A., Renés, P., & León, B. De. (2014). Education for entrepreneurship : the case of Cantabria La educación para el emprendimiento : el caso de Cantabria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 512-518. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.056>
- Castro, R., & Fortunato, A. (2015). ¿Se comporta el alfabetismo financiero como un bien económico? *Cepal Review*, 2015(116), 148-162.
- Cruz, E. (2018). Educación financiera en los niños: una evidencia empírica. *Sinéctica* 51, 1-15, Universidad de Guadalajara.

- Debus, M. Tosun, J y Maxeiner, M. (2017). Support for entrepreneurship and self-employment policies between the parties and coalition governments. Wiley Online Library, 45(3)
- Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera. (2017). Banco de Colombia, p. 13-14. Obtenido de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/estrategia_nacional_educacion_economica.pdf
- Fernández, C., & De la Riva, B. (2014). Entrepreneurial mentality and culture of entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 137-143. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.044>
- Fernández, J. L. (2012). *El Libro de competencias matemáticas*. España.
- Feijoo, A. R. (2016). *Sistematización de iniciativas de educación financiera en el Perú*. IEP, Instituto de Estudios Peruanos. Proyecto capital, IDRC-CDRI, *Miscelánea*, 39.
- FMI (2018). Perspectivas para América Latina y el Caribe: La combinación adecuada de políticas para sustentar la recuperación, p.19.
- Galdosch, T. (2018). La industrialización de la ciberdelincuencia. *Revista de Finanzas y Desarrollo*, FMI, p.22.
- Galindo, M. Á., Méndez, M. T. & Castaño, M. S. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of Innovation*, 1, 62-68. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.006>
- Garay, G. (2015). Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad. *Perspectivas*, Año 18, 36, pp. 7-34, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Garay, G. (2016). Índice de alfabetismo financiero, *la cultura y la educación financiera*. *Perspectivas*, núm. 37, pp. 23-40. Universidad Católica San Pablo.

- García, N., Grifoni, A. López, J. C. y Mejía, D. M. (2013). La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación Actual y Perspectivas. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12. Banco de Desarrollo de América Latina.
- Gómez, F. (2009). *Educación financiera: retos y lecciones*. Obtenido de Proyecto capital: <http://www.proyectocapital.org/es/publicaciones/todas-las-publicaciones/123-en-breve-10-educacion-financiera-retos-y-lecciones-a-partir-de-experiencias-representativas-en-el-mundo.html>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.
- Gutiérrez, W. R., Sepúlveda, C. I. & Gonzáles, G. J. (2018). *Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos*. Universidad de Antioquia, XXVI(47), 163-180.
- Hernández, C. R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de Investigación*. McGraw-Hill.
- Hidalgo, J. A. (2014). *Alfabetismo financiero y sus determinantes en jóvenes: el nivel matemático como predictor*. Tesis para optar el título de Licenciado en Economía. CIDE. México.
- I Foro Internacional de Emprendimiento de Andalucía Emprende (2015). *Libro Blanco del Emprendimiento*. Fundación Pública Andaluza.
- Lagarde, Ch. (2018). Un enfoque normativo para las tecnofinanzas. *Revista Finanzas y Desarrollo*, FMI.
- Lusardi, A. y Mitchell O. (2016). La importancia económica de la alfabetización financiera teoría y pruebas. p. 20-321.
- Manual de Emprendedorismo (2015). Proyecto INCUNA – JICA.
- Maldonado, J. S. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica. UNA, p.110.

- Martínez, J. & Franco, E. (2016). El alfabetismo financiero: un análisis en el nivel medio superior y superior. *Revista Administración y Finanzas*, 3(6), 15-20.
- Médor, D., Rivas, E. y Ramírez, M. (2007). Sobre las Razones del Emprendimiento y del Trabajo Independiente de los Profesionales en Tecnologías Informáticas en Guadalajara, Jalisco. *Trayectorias año 20*, 46, 93-118.
- Moya de Madrigal, L. (2002). *Introducción a la estadística de la Salud*. San José: Universidad de Costa Rica.
- Mühlelsen, M. (2018). Presente y futuro de la revolución digital. *Revista Finanzas y Desarrollo, FMI*, p.6.
- Namakforoosh (2005). *Metodología de la Investigación*. México DF: Limusa.
- Osorio, F., Murillo, G. y Gonzáles, C. H. (2015). *Emprendimiento, Redes e innovación*. Programa Editorial. Colección de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle.
- Parra, M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito : casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento y Gestión*, 43, 89-127.
- Rajadell, M. (2019). *Creatividad, emprendimiento y mejora continua*. Barcelona, México: Editorial Reverté.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. Octava Edición, Pearson Educación, México.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W. y Jaffe, J. F. (2013). *Finanzas Corporativas, Novena Edición*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Soto, R. (2017). Alfabetismo Financiero y su Efecto en el Sobreendeudamiento de la Deuda Hipotecaria. Tesis para optar el grado de Magíster en Finanzas. Universidad de Chile.

Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (2001). Alfabetización Financiera, 1-39. Recuperado a partir de https://www.svs.cl/portal/principal/605/articulos-13945_Introduccion.pdf

Toro, J. & Parra, R. (2006). *Metodología de la investigación, Método y Conocimiento*. Cali: Fondo Editorial.

Villagómez, F. A. (2016). Alfabetismo financiero en jóvenes preparatorianos en la Zona Metropolitana del Valle de México. *El Trimestre Económico*, 83(331), 677. <https://doi.org/10.20430/ete.v83i331.215>

Yébenes, A. I. (2014). *La educación financiera y su relevancia en las decisiones económicas : evidencia e iniciativas*. Publicaciones de la CNMV. Obtenido de <http://edufinanciera.com/wp-content/uploads/2014/04/La-educaci%C3%B3n-financiera-y-su-relevancia-en-las-decisiones-econ..pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Denominación de las asociaciones que conforman la Asociación 24 de Octubre

ASUNTO: SE REMITE LA
RELACION DE LOS
REPRESENTANTES DE LOS
COMERCIANTES DE DIFERENTES
ASOCIACIONES DEL MERCADO
24 DE OCTUBRE.

Yo; **Pedro Quispe Zapana** identificado con DNI, 02361321, en mi caracter de representante legal de los comerciantes 24 de octubre.

Asi mismo afirmo la relacion de los representantes de la asociacion de la plataforma comercial 24 de octubre.

| ASOCIACION | REPRESENTANTES | TOTAL DE COMERCIANTES |
|-----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| Micaela Bastidas | Benildo Luque Corimayhua | 725 |
| ASCA Calzados | Fredy Lopez Cari | 266 |
| Sr. Huaynaroque | Bernabe Callo Ccasa | 55 |
| Inmaculada Concepcion | Ernesto Uscamayta Mollisaca | 44 |
| 7 de abril | Eustaquio Hanco Mamani | 42 |
| La Vecindad | Moises Porrillo Huanca | 122 |
| 1ro de enero | Reynaldo Mamani Hilasaca | 47 |
| Continental | Gloria Pilco de Cañi | 43 |
| | Total | 1344 |

Es propicia la ocacion para expresarle las consideraciones mas distinguidas de mi aprecio personal.

ATENTAMENTE;

 
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN
JULIACA
Pedro Quispe Zapana
ADMINISTRADOR

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título de la investigación: “**ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018**”

| TÍTULO | PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | METODOLOGÍAS | VARIABLES |
|--|--|---|---|---|---|
| “ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018” | Problema general | Objetivo general | Hipótesis general | Tipo de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativo • No experimental Método <ul style="list-style-type: none"> • Sintético • Estadístico Diseño <ul style="list-style-type: none"> • De corte transversal Población <p>1344 emprendedores del Mercado 24 de Octubre</p> Muestra <p>299 emprendedores</p> Test <p>Correlación de Pearson</p> | Variable 1 EMPRENDIMIENTO Variable 2 ALFABETIZACIÓN FINANCIERA |
| | ¿Cómo se relaciona el emprendimiento con la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018? | Analizar la relación entre el emprendimiento y la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | El emprendimiento se relaciona significativamente con la alfabetización financiera de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | | |
| | Problemas específicos | Objetivos específicos | Hipótesis específicos | | |
| a. ¿El emprendimiento está determinado por la creatividad de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018? b. ¿Está el emprendimiento relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018? c. ¿La alfabetización financiera está determinado por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018? | a. Identificar si el emprendimiento está determinado por la creatividad de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 b. Explicar si el emprendimiento está relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 c. Describir si la alfabetización financiera está determinada por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | a. El emprendimiento si está determinado por la creatividad de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 b. El emprendimiento si está relacionado con la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 c. La alfabetización financiera si está determinado por la habilidad en las ventas, el nivel de endeudamiento y la capacidad de ahorro de los emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, período 2018 | | | |

Anexo 3. Matriz instrumental

Título de la investigación: **“ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018”**

| Título | Variable | Dimensiones | Indicadores | Fuentes de información | Instrumentos |
|--|---------------------------|-----------------------------|--|---|--------------|
| “ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018” | Emprendimiento | Creatividad del emprendedor | Adaptarse en nuevo negocio con facilidad Arriesgan tiempo y dinero Búsqueda de nuevas oportunidades | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |
| | | Habilidad en las ventas | Experiencia sobre el negocio Asiste a cursos de capacitación sobre ventas Realiza inversiones permanentes | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |
| | Alfabetización financiera | Niveles de endeudamiento | Lleva el control de su deuda Conoce las tasas de interés de su última deuda Tiene retrasos en el pago de su deuda Ha tenido dificultades en la aprobación de su deuda | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |
| | | Capacidad de ahorro | Lleva el control de su ahorros Invierte sus ahorros Gasta sus ahorros en consumo familiar Realiza compras impulsivas por moda Jerarquiza sus necesidades de compra Practica el consumo racional | Emprendedores del Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca | Encuesta |

Anexo 4. Encuesta

Mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca

Estimado Sr. / Sra. /Srta.: las siguientes preguntas son con la finalidad de desarrollar la tesis: “ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018” para optar el grado de Contador en la Universidad Peruana Unión.

Por favor, indique la respuesta con las interrogantes, marcando con una X la casilla correspondiente:

| N ^o . | Preguntas | Siempre | Casi siempre | Algunas veces | Muy pocas veces | Nunca |
|------------------|---|---------|--------------|---------------|-----------------|-------|
| 1 | ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad? | | | | | |
| 2 | ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | | | | | |
| 3 | ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión? | | | | | |
| 4 | ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año? | | | | | |
| 5 | ¿Alguna vez asistió a cursos de capacitación sobre ventas? | | | | | |
| 6 | ¿Invierte con frecuencia en productos de estación? | | | | | |
| 7 | ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo? | | | | | |
| 8 | ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado? | | | | | |
| 9 | ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo? | | | | | |
| 10 | ¿Ha tenido dificultades en la aprobación de un préstamo? | | | | | |
| 11 | ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros? | | | | | |
| 12 | ¿Con sus ahorros, adquiere más productos para su negocio? | | | | | |
| 13 | ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar? | | | | | |
| 14 | ¿Realiza compras impulsivas por moda? | | | | | |
| 15 | ¿Jerarquiza sus necesidades de compra? | | | | | |
| 16 | ¿Practica el consumo de bienes necesarios e indispensables para el hogar? | | | | | |

Muchas gracias por su apoyo.

Anexo 5. Validación de instrumento

Informe de opinión de experto Instrumento de investigación

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: CARI CONDORI, Divan Yuri
2. Cargo e institución donde labora: Docente - ULADECH
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta
4. Autor del instrumento: Bach. Nadine Yianey Cutimba Apaza
Bach. Marlene Zaida Hilazaca Ito

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

| DIMENSIONES | INDICADORES | Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|--------------------|---|------------|----------|----------|-----------|-----------|
| | | 0 - 20% | 21 - 40% | 41 - 60% | 61 - 80% | 81 - 100% |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en base a la realidad local | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia | | | | | X |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para la mejora de las unidades de estudio | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Se recomienda aplicar el instrumento

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93 %

Lugar y fecha: Juliaca 09/10/18


 Divan Yuri Cari Condori
 Firmado por el experto

DNI N°: 0709117 Cel.: 990383025

**Informe de opinión de experto
Instrumento de investigación**

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: Calli Sonco, Rodolfo Agustín
2. Cargo e institución donde labora: Gerente de Expansión Empresarial / R.L. Contratistas Grales S.R.L.
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta
4. Autor del instrumento: Bach. Nadine Vianey Cutimbo Apaza
Bach. Marlene Zaida Hilaraca Ito


II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

| DIMENSIONES | INDICADORES | Deficiente | Regular | Buena | Muy buena | Excelente |
|--------------------|---|------------|----------|----------|-----------|-----------|
| | | 0 - 20% | 21 - 40% | 41 - 60% | 61 - 80% | 81 - 100% |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en base a la realidad local | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia | | | | | X |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | | | X |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para la mejora de las unidades de estudio | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teóricos científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Se recomienda capacitar al personal de apoyo para encuestar y aplicar con objetividad el instrumento.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 93,33%

Lugar y fecha: Juliana, 10 / 11 / 2018



 Firma del experto
 DNI N°: 80494667 Cel.: 995606083

Anexo 6. Informe de validación

Anexo 001

Análisis Factorial – Comunalidades

| | Inicial | Extracción |
|---|---------|------------|
| ¿Usted cree que se adaptaría en nuevo negocio con facilidad? | 1,000 | .613 |
| ¿Se arriesgaría a un nuevo negocio? | 1,000 | .931 |
| ¿Ha buscado en el último año nuevas oportunidades de inversión? | 1,000 | .826 |
| ¿Su negocio le genera ganancias durante todas las estaciones del año? | 1,000 | .844 |
| ¿Alguna vez asistió a cursos de capacitación sobre ventas? | 1,000 | .917 |
| ¿Invierte con frecuencia en productos de estación? | 1,000 | .826 |
| ¿Lleva un registro de control de pagos de su préstamo? | 1,000 | .893 |
| ¿Conoce la tasa de interés del préstamo solicitado? | 1,000 | .932 |
| ¿Tiene retrasos en el pago de su préstamo? | 1,000 | .843 |
| ¿Ha tenido dificultades en la aprobación de un préstamo? | 1,000 | .956 |
| ¿Lleva un registro para controlar sus ahorros? | 1,000 | .824 |
| ¿Con sus ahorros, adquiere más productos para su negocio? | 1,000 | .940 |
| ¿Gasta sus ahorros en consumir bienes para el hogar? | 1,000 | .875 |
| ¿Realiza compras impulsivas por moda? | 1,000 | .878 |
| ¿Jerarquiza sus necesidades de compra? | 1,000 | .608 |
| ¿Practica el consumo de bienes necesarios e indispensables para el hogar? | 1,000 | .824 |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Anexo 002

Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .752 | 16 |



Anexo 7. Solicitud de confidencialidad de informado


"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

**SOLICITA: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR
LA TESIS DE PREGRADO EN EL
MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA
CIUDAD DE JULIACA**

Nadine Vianey Cutimbo Apaza, identificada con DNI N° 77380914 domiciliada en la Av. Héroes de la Guerra del Pacífico S/N de la ciudad de Juliaca.

Marlene Zaida Hilasaca Ito, identificada con DNI N° 47112417 domiciliada en el Jr. Jáuregui N° 671 de la ciudad de Juliaca, ante usted expongo:

Que, estando en trámites para optar el título de Contadora en la Universidad Peruana Unión para desarrollar la tesis denominada: **"ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA DE LOS EMPRENDEDORES DEL MERCADO 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERÍODO 2018"**, es que **SOLICITO:** Autorización para aplicar encuestas a los emprendedores de la organización que preside, en estricto consentimiento y con la confidencialidad de la información por ser anónima.



Nadine Vianey Cutimbo Apaza
DNI N° 77380914



Melene Zaida Hilasaca Ito
DNI N° 47112417

recibido : Juliaca, Julio 2018
Por : Sr. Administrador, Pedro Quispe Z.
DNI : 02 367327

Anexo 8. Constancia de confidencialidad de datos

CONSTANCIA

EL QUE SUSCRIBE ADMINISTRADOR DE LA PLATAFORMA COMERCIAL 24 DE OCTUBRE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN, JULIACA.

Hace Constar;

Que esta administración autorizo a las señoritas: **MARLENE ZAIDA HILASACA ITO Y NADINE VIANEY CUTIMBO APAZA**, Bachilleres de la Facultad Ciencias Empresariales de la Carrera de Contabilidad y Gestión Tributaria de la Universidad Peruana Unión, a quienes se le autorizo para ejecutar del Plan de Procesamiento de Datos para la tesis denomina "ANALISIS DE EMPRENDIMIENTO Y LA ALFABETIZACION FINANCIERA DE LOS EMPRENEDORES DE LA PLATAFORMA COMERCIAL 24 DE OCTUBRE DE LA CIUDAD DE JULIACA".

Quienes concluyeron de manera satisfactoria la labor encomendada, demostrando puntualidad y eficiencia

Se le otorga la presente a solicitud de las interesadas, para los fines que crean convenientes.

Juliaca ; 11 de Octubre del 2018.

Atentamente,



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN ROMAN
JULIACA
Pedro Quispe Zapana
ADMINISTRADOR