



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y

CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS:

**“INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR
ECONÓMICO - SOCIAL DE LAS FAMILIAS, EN LA PROVINCIA
DE CUSCO – 2021”**

Tesis presentada por:

Br. Ivonne Abarca Pilares

Br. Peysh Jimena Mamani Quispe

Para optar al Título Profesional de Economista.

Asesor:

Dra. Benedicta Soledad Urrutia Mellado

CUSCO – PERÚ

2022



PRESENTACIÓN

Señor Decano de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco. Dando cumplimiento a las disposiciones dispuestas por nuestra prestigiosa Universidad presentamos a vuestra consideración el trabajo de investigación de tesis “**INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR ECONÓMICO - SOCIAL DE LAS FAMILIAS, EN LA PROVINCIA DE CUSCO – 2021**” con el asesoramiento de la Dra. Benedicta Soledad Urrutia Mellado. Esperando que dicho trabajo cumpla con los requerimientos que se estipula en el Reglamento Específico de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UAC, y que sea de su aceptación y sirva para lograr optar nuestro Título Profesional de Economista.

Atentamente;

Ivonne
Peys Jimena



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos la fuerza en los momentos de debilidad y dificultad y podernos permitir culminar en este proceso de cumplir con una de nuestras metas. Agradecemos a nuestra casa de estudios, la Universidad Andina del Cusco, a nuestra escuela profesional de Economía por permitirnos desarrollarnos como profesionales, así como también a nuestros docentes por brindarnos los conocimientos necesarios a lo largo de nuestra formación profesional.

A nuestra asesora la Dra. Soledad Urrutia Mellado quien, con su ayuda, paciencia y su rectitud como docente permitió el desarrollo de este trabajo, de igual manera agradecemos a nuestros dictaminantes al Mgt. Kukuly Nemesia Baca Arriola y al Mgt. Ricardo Ponce de León quienes con sus conocimientos aclararon nuestras dudas y permitieron la culminación de nuestra investigación.

Finalmente, a nuestros padres y hermanos por confiar, creer y acompañarnos en todo este proceso y brindarnos su apoyo en todo momento.



DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres Walter y Yanet por haber velado siempre en mi bienestar y apoyarme en mi educación, por estar siempre presentes y compartir conmigo en mis momentos malos y buenos, por enseñarme a superar los obstáculos, a mis hermanos Shirly, Gabriel y Shivani por ser mis compañeritos de vida, por mostrarme su cariño y comprensión y a todas esas personitas especiales que forman parte de mí que me ayudaron en esta etapa de mi vida.

Peysch Jimena Mamani Quispe

La presente tesis quiero dedicar a mis padres Rodolfo y Luciana por su amor y apoyo incondicional durante todo el proceso de mi formación profesional, por estar siempre a mi lado en cada paso que he dado y por ser el pilar fundamental de mi vida; y a mis hermanas que fueron mi soporte y fortaleza.

Ivonne Abarca Pilares



ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema	6
1.2.1 Problema general.....	6
1.2.2 Problemas específicos	6
1.3 Justificación de la investigación	6
1.3.1 Conveniencia.....	6
1.3.2 Relevancia social.....	6
1.3.3 Implicancias prácticas	7
1.3.4 Valor teórico.....	7
1.3.5 Utilidad metodológica.....	7
1.4 Objetivos de la investigación	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos.....	8
1.5 Delimitación de la investigación.....	8
1.5.1 Delimitación espacial	8
1.5.2 Delimitación temporal.....	8
1.5.3 Delimitación conceptual.....	9
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Antecedentes de la investigación	10
2.1.1 Antecedentes internacionales	10
2.1.2 Antecedentes nacionales	14



2.1.3	Antecedentes locales	19
2.2	Bases teóricas	22
2.2.1	Definición de microemprendimiento	22
2.2.2	Teoría de Schumpeter de la innovación	22
2.2.3	Teoría del emprendimiento de Andy Freire	23
2.2.4	Teoría de emprendimiento según Howard H. Stevenson	24
2.2.5	Teoría de emprendimiento según Schumpeter	25
2.2.6	Teoría de desarrollo de capacidades de Amartya Sen	26
2.2.7	Teoría del Cambio Social según Hagen, Hamilton y Harper	27
2.2.8	Teoría del bienestar social	28
2.2.9	Teoría del Bienestar Económico	29
2.3	Marco conceptual	30
2.4	Formulación de hipótesis	32
2.4.1	Hipótesis general	32
2.4.2	Hipótesis específicas	32
2.5	Variables e indicadores	32
2.5.1	Identificación de variables	32
2.5.2	Conceptualización de las variables	32
2.5.3	Operacionalización de variables	34
CAPÍTULO III		36
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN		36
3.1	Alcance de la investigación	36
3.2	Diseño de la investigación	36
3.3	Tipo de investigación	36
3.4	Enfoque de investigación	36
3.5	Población y muestra de la investigación	37
3.5.1	Población	37
3.5.2	Muestra	37
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.6.1	Técnicas	38
3.6.2	Instrumentos	38
3.7	Procesamiento de datos	38
CAPÍTULO IV		39
CONTEXTO SITUACIONAL DE LA PROVINCIA DEL CUSCO		39



4.1	Análisis económico social de la Provincia del Cusco	39
4.1.1	Análisis Situacional en Educación	39
4.1.2	Análisis situacional salud	40
4.1.3	Análisis situacional – Transporte	42
4.1.4	Análisis situacional – Vivienda, Desarrollo Urbano y Saneamiento	42
4.2	Análisis situacional económico.....	45
4.2.1	Los emprendimientos en la Región y Provincia de Cusco.....	49
4.3.	Aspecto tributario de los microemprendimientos	61
4.3.1.	Informalidad Tributaria.....	62
CAPÍTULO V		64
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		64
5.1	Resultados respecto a los objetivos específicos	64
5.1.1	Determinar que los microemprendimientos son determinantes en los ingresos de las familias en la Provincia del Cusco – 2021	64
5.1.2	Determinar que los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.	70
5.1.3.	Determinar cómo los microemprendimientos son determinantes en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco – 2021	76
5.2	Resultados respecto al objetivo general	80
5.2.1	Determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar Económico -Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.....	80
CAPÍTULO VI.....		92
PRUEBA DE HIPÓTESIS - COEFICIENTE DE PEARSON		92
6.1	Prueba de hipótesis.....	92
6.1.1	Prueba de hipótesis general	92
6.1.2	Prueba de hipótesis Especifica 1	93
6.1.3	Prueba de hipótesis Especifica 2	94
6.1.4	Prueba de hipótesis Especifica 3	94
CAPÍTULO VII		96
DISCUSIÓN		96
7.1	Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos.....	96
7.2	Limitaciones del estudio.	98
7.3	Comparación crítica con la literatura existente.....	98
7.4	Implicancias del estudio.....	105



CONCLUSIONES	106
RECOMENDACIONES	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
ANEXOS	114
MATRIZ DE CONSISTENCIA	114
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	116
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	124



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Personas dadas de alta y baja, según departamento, 2019-2020	5
Tabla 2. Operacionalización de las variables	34
Tabla 3. 39	
Tabla 4. Instituciones educativas por programas activos, según dependencia 2017	39
Tabla 5. Establecimientos de salud, según condición de funcionamiento, 2017.....	40
Tabla 6. Acceso al seguro de salud	41
Tabla 7. Desnutrición crónica.....	42
Tabla 8. Red de Vías Vecinales.....	42
Tabla 9. Número de viviendas y hogares	43
Tabla 10. Tipo de vivienda	43
Tabla 11. Cobertura de acceso a servicios	44
Tabla 12. Tipo de abastecimiento de agua en la vivienda	44
Tabla 13. Tipo de servicio higiénico que tiene la vivienda	45
Tabla 14. Stock de empresas de los años 2018, 2019 y 2020 en el Perú	46
Tabla 15. Personas Naturales dadas de alta y baja; 2018, 2019 y 2020	47
Tabla 16. Perú: Personas naturales dadas de alta y baja, según actividad económica, 2018, 2019 y 2020.....	48
Tabla 17. Segmento empresarial del Cusco 2017, 2018 y 2019	50
Tabla 18. Actividad manufacturera en el Cusco 2017, 2018 y 2019.....	52
Tabla 19. Actividad comercial en el Cusco 2017, 2018 y 2019.....	53
Tabla 20. Actividad de Servicios en el Cusco 2017, 2018 y 2019	54
Tabla 21. Constituidas como Sociedad Anónima en el Cusco 2017, 2018 y 2019	55
Tabla 22. Constituidas como persona natural en el Cusco 2017, 2018 y 2019	56
Tabla 23. Empresas por sectores constituidas como persona natural por sexo en el Cusco 2018 y 2019	58
Tabla 24. Empresas dadas de altas y bajas de la Región Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020.....	59
Tabla 25. Personas naturales (con negocio) dadas de altas y bajas de la Región Cusco de los años; 2018, 2019, 2020.....	61
Tabla 26: Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS	62
Tabla 27: Tasa de Informalidad en el Perú	62
Tabla 28: Tasa de informalidad en la Región Cusco	63



Tabla 29. Promedio de soles mensuales para su canasta básica familiar	64
Tabla 30. Ahorro mensual.....	65
Tabla 31. Bienestar económico	66
Tabla 32. Ingreso Mensual.....	67
Tabla 33. Ingreso neto	68
Tabla 34. Situación laboral	70
Tabla 35. Forma de trabajo	71
Tabla 36. Desempleo a causa de la pandemia.....	72
Tabla 37. Número de empleos por persona	73
Tabla 38. Número de miembros por familia	74
Tabla 39. Miembros de familia que trabajan actualmente	75
Tabla 40. Acceso a educación.....	76
Tabla 41. Acceso a Salud.....	77
Tabla 42. Acceso a Servicios Básicos.....	78
Tabla 43. Bienestar Social	79
Tabla 44. Actividad económica del microemprendimiento.....	80
Tabla 45. Mercado objetivo	81
Tabla 46. Tiempo de permanencia en la actividad económica	82
Tabla 47. Capital de inicio del microemprendimiento	83
Tabla 48. Financiamiento del capital	84
Tabla 49. Porcentaje de financiamiento.....	85
Tabla 50. Porcentaje de financiamiento solicitado	86
Tabla 51. Costo de producción	87
Tabla 52. Forma de ofrecer el bien o servicio	88
Tabla 53. Plataforma utilizada	89
Tabla 54. Asesorías o Capacitación.....	91
Tabla 55. Valores de “r” de Pearson	92
Tabla 56. Prueba de Pearson para la hipótesis general.....	93
Tabla 57. Prueba de Pearson para medir la variable microemprendimiento y la dimensión económica	93
Tabla 58. Prueba de Pearson para medir la variable microemprendimiento y la dimensión económica	94
Tabla 59. Prueba de Pearson para medir la variable Microemprendimiento y la dimensión social	95



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución del emprendimiento en etapa temprana por oportunidad y necesidad, GEM Perú 2007-2016.....	4
Figura 2. Teoría del triángulo invertido	23
Figura 3. Stock de empresas de los años 2018,2019 y 2020 en el Perú.....	46
Figura 4. Segmento empresarial del Cusco 2017, 2018 y 2019	51
Figura 5. Actividad manufacturera en el Cusco 2017, 2018 y 2019	52
Figura 6. Actividad comercial en el Cusco 2017, 2018 y 2019	53
Figura 7. Actividad de Servicios en el Cusco 2017, 2018 y 2019.....	54
Figura 8. Constituidas como Sociedad Anónima en el Cusco 2017, 2018 y 2019.....	56
Figura 9. Constituidas como persona natural en el Cusco 2017, 2018 y 2019.....	57
Figura 10. Empresas por sectores constituidas como persona natural por sexo en el Cusco 2018 y 2019	58
Figura 11. Empresas dadas de altas y bajas de la Región de Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020.....	60
Figura 12. Personas Naturales (con negocio) dadas de altas y bajas en la Región Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020.....	61
Figura 13. Promedio de soles mensuales para su canasta básica familiar.....	65
Figura 14. Ahorro Mensual.....	66
Figura 15. Bienestar Económico.....	67
Figura 16. Ingreso mensual.....	68
Figura 17. Ingreso neto.....	69
Figura 18. Situación laboral.....	70
Figura 19. Forma de trabajo.....	71
Figura 20. Desempleo a causa de la pandemia	72
Figura 21. Número de empleos por persona.....	73
Figura 22. Número de miembros por familia.....	74
Figura 23. Miembros de familia que trabajan actualmente	75
Figura 24. Acceso a educación	76
Figura 25. Acceso a Salud	77
Figura 26. Acceso a Servicios Básicos	78
Figura 27. Bienestar Social.....	79



Figura 28. Actividad económica del microemprendimiento	80
Figura 29. Mercado objetivo	82
Figura 30. Tiempo de permanencia en la actividad económica.....	83
Figura 31. Capital de inicio del microemprendimiento.....	84
Figura 32. Financiamiento del capital.....	85
Figura 33. Porcentaje de financiamiento	86
Figura 34. Porcentaje de financiamiento solicitado.....	87
Figura 35. Costo de producción.....	88
Figura 36. Forma de ofrecer el bien o servicio	89
Figura 37. Plataforma utilizada.....	90
Figura 38. Asesorías o Capacitación	91



RESUMEN

El presente trabajo de investigación intitulado “INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR ECONÓMICO - SOCIAL DE LAS FAMILIAS, EN LA PROVINCIA DE CUSCO – 2021” tiene como objetivo general Determinar la Incidencia de los microempresarios en el bienestar Económico – Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021 para ello se ha utilizado la metodología de tipo descriptivo- correlacional, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental - transversal y el alcance de la investigación es descriptivo – correlacional.

Para la obtención y recolección de datos se aplicó el instrumento de investigación validado encuesta, a una población conformada por las personas naturales con negocio creados en el último trimestre del año 2020 de la Provincia del Cusco, el cual está conformada por una población total de 2,395 y de este total se obtuvo una muestra probabilística de 66 encuestados, la cual ha servido para comprobar nuestras hipótesis debido a que los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que la hipótesis planteadas son aceptadas llegando a esta conclusión a través de la aplicación de la prueba estadística de Pearson, teniendo así que los emprendimientos inciden positivamente en el bienestar Económico – Social de las familias con un resultado del 84%, afirmando que los microempresarios aportan significativamente permitiendo generar ingresos, generar empleo y asimismo, permite que las familias accedan a servicios básicos, pudiendo así tener un mejor nivel de vida.

Palabras clave: Microempresarios, Bienestar Social, Bienestar Económico, ingresos, empleo.



ABSTRACT

The present research work entitled "INCIDENCE OF MICROENTERPRISES IN THE ECONOMIC - SOCIAL WELFARE OF FAMILIES, IN THE PROVINCE OF CUSCO - 2021" has as a general objective to determine the Incidence of Microenterprises in the Economic - Social well-being of families in the Province of Cusco - 2021 For this, the descriptive-correlational methodology has been used, with a quantitative approach, non-experimental - cross-sectional design and the scope of the research is descriptive - correlational.

To obtain and collect data, the validated survey research instrument was applied to a population made up of natural persons with businesses created in the last quarter of 2020 in the Province of Cusco, which is made up of a total population of 2,395 and from this total, a probabilistic sample of 66 respondents was obtained, which has served to verify our hypotheses because the results obtained in the present investigation show that the hypotheses proposed are accepted, reaching this conclusion through the application of the test. Pearson statistics, thus having that the enterprises have a positive impact on the Economic - Social well-being of families with a result of 84%, affirming that micro-enterprises contribute significantly allowing them to generate income, generate employment and also allow families to access basic services, thus being able to have a better standard of living.

Keywords: Microenterprises, Social Welfare, Economic Welfare, income, employment.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Los microemprendimientos son creados generalmente en un origen familiar y son de micro escala y estos cumplen una función de ser una alternativa a la obtención de un empleo o autoempleo, desarrollar una nueva actividad, sin que exista un criterio de inserción a este sector más que las habilidades poseídas en un momento determinado por la persona, todo ello con el objetivo de mejorar su bienestar social familiar, por ello “El emprendimiento se ha convertido en una importante opción económica durante las últimas 02 décadas en el mundo, lo que ha permitido para un gran sector de la población emergente de países en desarrollo la disminución de la pobreza y generación de oportunidades” según (Sifuentes, 2011) citado por (Morales Paja, 2019).

Es por ello que el emprendimiento se considera como un importante factor para la creación de empleo, desarrollo de la competitividad, contribuye al crecimiento económico, inserta la innovación para mejorar y dar valor agregado a un bien o servicio, dando soluciones a los problemas económicos, así mismo introduciendo al mercado a los grupos más desfavorecidos como los jóvenes sin experiencia, personas mayores, inmigrantes, y demás.

195 millones de empleos perdidos a nivel mundial en el segundo trimestre de 2020 (OIT, 2020), este dato como consecuencia catastrófica generada por la pandemia de la Covid – 19, afectando subsiguientemente el tiempo de trabajo y los ingresos de las personas; la pandemia además de ser una amenaza para la salud pública, también es una amenaza para el mundo del trabajo como se mencionó, se ve profundamente afectado impactando también a nivel económico, social y al bienestar de millones de personas a nivel mundial.

Con respecto a algunos lugares del mundo se tiene como ejemplo, según la (OIT, 2020), que en los Estados Árabes tendría alrededor de 5 millones de empleos perdidos, en Europa 12 millones de empleos perdidos y en Asia y Pacífico 125 millones de empleos perdidos.

A consecuencia de esta situación las personas se vieron recurridas a emprender en nuevos ámbitos, utilizando sus habilidades, aprovechando las oportunidades de negocio que se presentan, ya que no cuentan con empleo y sus niveles de ingreso cada vez son más bajos, es por ello que esto fue una manera de sobrellevar esta problemática y así poder conseguir una



estabilidad económica en sus hogares, con esta acción se trata de promover y mejorar su bienestar social.

En la mayoría de los países del mundo las familias están involucradas en la gran parte de las actividades comerciales y de inicio de negocio, es por ello que el espíritu empresarial en todo el mundo es el espíritu empresarial familiar,

Según GEM (Global Entrepreneurship Monitor), indica que el espíritu empresarial familiar es variado, teniendo que las tasas altas de Actividad Empresarial Total (TEA) en Asia, se encuentran en Tailandia, y se observa que las familias están involucradas en los emprendimientos, Corea e Indonesia a la vez también poseen tasas altas y ligeramente similares en su TEA, pero se diferencian en la participación familiar teniendo un 60% de TEA en Corea y un 95% en Indonesia. En cambio, en Japón, Taiwán y China tienen una baja participación familiar teniendo un poco más de 40% de TEA. En América del Norte y Europa, según GEM la mitad de los países reportan tasas bajas de TEA. La mayoría de países que tienen altos ingresos en estas regiones se puede asumir que existe un número de opciones de trabajo, produciendo un costo de oportunidad relacionado con el inicio de un negocio, en esta agrupación se encuentra que la participación familiar oscila entre 54% en Turquía y un 90% en Polonia, teniendo en Polonia solo un 5% de TEA, concluyendo que en este país es importante la participación de la familia para iniciar un emprendimiento. De otro lado en América Latina y el Caribe más de las tres cuartas partes de los emprendedores incluyen a las familias en sus empresas.

Según GEM, una razón de emprender son los bajos ingresos, no había mejores condiciones laborales, teniendo como ejemplo a Egipto que el 50% son emprendimientos familiares, 46% en la India, y 38% en Angola. En cambio, en Guatemala, Brasil, Irán, Líbano, Rusia un tercio de empresarios su motivo de emprender es la necesidad. Así mismo, en economías con altos ingresos como Suecia, Estados Unidos, Suiza entre otros existe menos del 10% de empresas familiares. En las economías donde existen pocas oportunidades de tener un salario mínimo, las personas empiezan a emprender y así generar sus propios ingresos, en fin, donde exista la necesidad, los emprendedores incluirán a sus familias al negocio a la vez que también tienen un trabajo.

Entre los propietarios de los negocios el 81% incluye a su familia en los emprendimientos en comparación con los empresarios con 75%. En Tailandia todos los dueños y un 94% en Indonesia involucran a familiares al negocio, en China solo un 30%, Corea un



56%, Taiwán un 61%, Polonia un 92%, teniendo una tasa alta de inclusión de la familia. En América Latina Brasil su tasa de actividad empresarial es de 73%, Argentina con 92% y Panamá con la tasa más alta del 99% (GEM, 2020).

En las economías del mundo se tiene que el 57% de los emprendimientos familiares esperan que sus trabajadores durante los próximos años sean sus familiares, el 62% afirma que sus trabajadores son miembros de su familia. En la mayoría de los casos una buena cantidad de empresarios familiares afirman que la mayoría de sus empleados actuales son miembros de su familia, donde se concluye que se produce empleo dentro sus propias familias, contribuyendo así a la mejora de su bienestar social familiar y su nivel de vida.

En el país según el (INEI, 2020), la población ocupada alcanzo las 10 millones 272 mil 400 personas, en el 2020 dicha cifra fue menor en 39.6% en comparación con el año anterior y la tasa de desempleo a nivel nacional fue de 7.4% en el 2020, esto creciendo exponencialmente, también se estimó que 1,193,200 personas buscaron trabajo activamente.

En el Perú el emprendimiento ha sido uno de los principales motores como responsable principal del impulso económico y desarrollo del país, debido a que la creación de nuevos emprendimientos resulta la generación de un mayor número de empleos. Por esta razón la relevancia que ha tomado el apostar por el desarrollo de emprendedores ha sido determinante para poder fortalecer el ecosistema emprendedor peruano; según el GEM, un individuo puede decidir iniciar o emprender un negocio por dos razones, la primera es por necesidad ya que una persona busca generar sus propios ingresos para que pueda subsistir ante las altas tasas de desempleo o escasez de oportunidades laborales, mientras que la segunda razón es por oportunidad esto quiere decir que la persona actúa motivada por haber identificado una o varias oportunidades en el mercado y tiene gran interés en aprovecharlas, o en todo caso es por el deseo de cumplir sus aspiraciones personales, en el siguiente cuadro se podrá observar la evolución de los indicadores en el país y para el caso Peruano se pudo identificar que la naturaleza del emprendimiento está cambiando a favor del aprovechamiento de oportunidades.

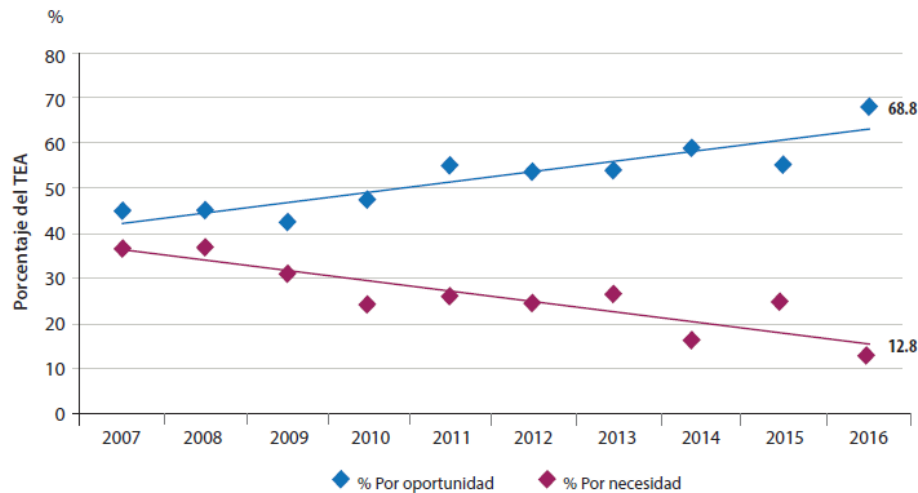


Figura 1. Evolución del emprendimiento en etapa temprana por oportunidad y necesidad, GEM Perú 2007-2016

Fuente: GEM 2016-2017, encuesta a población adulta (APS)

Según el (INEI, 2020), al 31 de diciembre de 2020 el número de empresas ascendió a 2 millones 777 mil 424 empresas, cifra mayor en 1,6% en comparación al 2019, así mismo se constituyeron 83 mil 170 empresas y se dieron de baja 7 mil 469 empresas en el 2020 presentando una variación neta de 75 mil 701 empresas, cabe mencionar con referencia a la tasa de natalidad refiriéndonos con ese término a la creación de empresas fue de 3,0% del total y mientras que la tasa de morbilidad empresarial fue de 0,3%, registrándose así un tasa de variación neta de 2,7%.

La región del Cusco es un departamento con rica cultura, historia y tradiciones, teniendo como su actividad económica principal el turismo, además que Cusco posee un gran potencial exportador en maíz blanco, cacao, alcachofas, café y lana de alpaca. Actualmente todas estas actividades están paralizadas a consecuencia de la pandemia, trayendo consigo problemas socioeconómicos como el desempleo, bajos ingresos y desequilibrio en el bienestar social.

Según el Gobierno Regional del Cusco se estimó para el 2020 que la tasa de desempleo alcanzó un 28,4%, esto quiere decir que de cada 100 cusqueños 28 quedaron desempleados, así mismo se estima que aproximadamente 60 mil empresas de las 124,912 registradas y habilitadas en la SUNAT dejaron de operar siendo el 32,3% del total.

Ante esta situación las personas vienen emprendiendo en nuevos rumbos aplicando sus habilidades, la innovación, la creatividad y las oportunidades para poder sobrevivir ante esta



situación difícil, el emprendimiento en Cusco está en su mayoría asociado hacia actividades de comercio y a servicios, con el fin de obtener mayores ingresos y bienestar social.

Según el boletín del INEI Demografía Empresarial del Perú 2020 para finales del año se obtuvo que 2,395 personas naturales fueron dadas de alta, para poder operar en sus pequeños emprendimientos, a diferencia de 302 personas naturales que fueron dados de baja en la región del Cusco.

Tabla 1.
Personas dadas de alta y baja, según departamento, 2019-2020

Departamento	Altas			Bajas		
	2019	2020	Estructura % IV Trim. 2020	2019	2020	Estructura % IV Trim. 2020
	IV Trim.	IV Trim.		IV Trim.	IV Trim.	
Total	40 833	51 983	100,0	19 427	7 264	100,0
Amazonas	304	503	1,0	105	51	0,7
Áncash	1 387	1 709	3,3	452	196	2,7
Apurímac	442	635	1,2	181	68	0,9
Arequipa	2 527	3 288	6,3	1 055	429	5,9
Ayacucho	518	897	1,7	199	75	1,0
Cajamarca	913	1 416	2,7	370	148	2,0
Provincia Constitucional del Callao	1 201	1 424	2,7	737	234	3,2
Cusco	1 721	2 395	4,6	923	302	4,2
Huancavelica	175	326	0,6	80	29	0,4
Huánuco	649	1 040	2,0	255	93	1,3
Ica	1 153	1 529	2,9	428	170	2,3
Junín	1 540	2 474	4,8	603	309	4,3

Fuente: INEI – Boletín demografía empresarial en el Perú - 2020

Como se observa el problema del desempleo, generado por la pandemia de la Covid – 19, es un tema que cobra bastante importancia debido a que se tiene indicadores a nivel mundial, que la tasa de desempleo aumenta exponencialmente esto afectando a los ingresos y empleo de las personas, y una de las soluciones más efectivas que se pudo apreciar fue las ideas de negocio y el emprendimiento siendo éstas una importante opción económica. Por otra parte, el comercio electrónico se ha convertido en una herramienta importante de la economía actual, lo que antes era una opción de compra para algunos tipos de consumidores ahora el comercio electrónico es una herramienta indispensable para cualquier negocio.

Lo que género que los microemprendimientos se adecuen a esta forma de hacer economía, permitiendo la generación de oportunidades en cuanto a crear empleo o autoempleo, incrementar sus ingresos y por ende mejorar su bienestar social.



Es por ello que es necesario realizar una investigación en el tema de Microemprendimiento porque resalta la importancia que tiene para mejorar el bienestar social de las familias.

Por lo que, a partir de lo expuesto, se pretende estudiar lo siguiente:

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco - 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿Cómo los microemprendimientos determinan los ingresos de las familias en la Provincia de Cusco – 2021?
- b. ¿Cómo los microemprendimientos generan empleo en las familias de la Provincia de Cusco -2021?
- c. ¿Son los microemprendimientos determinantes del acceso a servicios básicos de las familias de la Provincia de Cusco -2021?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Conveniencia

La presente investigación es conveniente, ya que se cuenta con información del INEI del boletín demográfico empresarial en el Perú – 2020, donde se tiene aquellas personas naturales con negocio creados en el último trimestre del año 2020 en la Provincia de Cusco, información que nos ayudara a realizar el análisis estadístico para determinar la contribución de los microemprendimientos en el bienestar económico - social de las familias en la Provincia de Cusco.

1.3.2 Relevancia social

La relevancia social del trabajo de investigación es que a través de ello se pretende mostrar que los microemprendimientos son generadores de empleo, debido a que el desempleo se ha convertido en la principal dificultad que afrontan los peruanos y esto incrementado por



la pandemia de la Covid -19 que actualmente se está atravesando, todo ello generando diversos problemas como la afectación a sus ingresos, a su bienestar social y por ende a su nivel de vida es por eso que muchas de las personas iniciaron y generaron sus propios microemprendimientos debido a que esto ayuda a fomentar la generación de trabajo con el fin de generar ingresos para las familias, y al mismo tiempo al iniciar en un microemprendimientos las familias contribuirán a mejorar nivel de vida y esta no se vea golpeada.

1.3.3 Implicancias prácticas

Desde el punto de vista práctico la presente investigación contribuirá significativamente para que se pueda determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar económico- social de las familias, debido a que este es un importante indicador que mide los ingresos, generación de empleo y acceso a servicios básicos y con los resultados obtenidos se podrá determinar si a partir de la creación de microemprendimientos se puede reducir las tasas de desempleo, generar mayores ingresos y tener acceso a servicios básicos.

1.3.4 Valor teórico

En la investigación se utilizará teorías como, la teoría de emprendimiento de Schumpeter, la teoría de emprendimiento de Andy Freire, teoría de emprendimiento según Howard H. Stevenson, teoría de desarrollo de capacidades de Amartya Sen y teoría del Cambio Social según Hagen, Hamilton y Harper, por lo que nos ayudará a tener mejores planteamientos de estrategias, y a la vez nos brindará ampliar más los conocimientos respecto a los microemprendimientos y como esta ayuda a mejorar el bienestar de las familias. Asimismo, servirá como sustento en posteriores trabajos de investigación, sirviendo como consulta y comparación de trabajos de investigación. Permitiendo desarrollar algunos aspectos desconocidos acerca de los microemprendimientos, así como la incidencia que tiene en el bienestar económico - social de las familias en tiempos de pandemia.

1.3.5 Utilidad metodológica

El trabajo de investigación tiene un método hipotético deductivo que nos permitirá realizar el análisis de los microemprendimientos y su contribución en el bienestar económico - social de las familias, debido a que la generación de microemprendimientos puede ayudar a mejorar el nivel de vida de las personas.



Asimismo, para lograr los objetivos de estudio, se utilizará instrumentos ya existentes, se harán uso de procedimientos, métodos, técnicas e instrumentos, siendo modificados para el presente estudio; pretendiéndose adaptar de acuerdo a lo requerido para la recolección de información que serán expuestas en los resultados, utilizándose como instrumento la encuesta.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

1.4.2 Objetivos específicos

- a. Determinar que los microemprendimientos son generadores de ingresos de las familias en la Provincia del Cusco – 2021.
- b. Determinar que los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.
- c. Determinar cómo los microemprendimientos son determinantes en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco -2021.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Delimitación espacial

La investigación está delimitada por la Provincia de Cusco que actualmente iniciaron con nuevos microemprendimientos, debido a las altas tasas de desempleo y bajos ingresos esto como consecuencia de la pandemia de la Covid – 19.

1.5.2 Delimitación temporal

Debido a la recesión económica generada por la Covid – 19 y los efectos negativos que esta trajo como son el desempleo y los bajos ingresos, se vio que las familias empezaron a buscar soluciones para enfrentar estos efectos generando como una alternativa de solución los microemprendimientos; es por ello que la investigación recogerá información sobre la incidencia de Los microemprendimientos en el bienestar Económico - social de las familias comprendida en el año 2021,



1.5.3 Delimitación conceptual

La investigación está delimitada por la teoría del emprendimiento, empleo y también está delimitada por la teoría de Bienestar Económica -Social familiar que abarca las dimensiones de desempleo e ingresos.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Zachary, Amorós, Rojas y Majmud (2013), “*El emprendimiento familiar*”, la presente investigación es la primera conferencia en Desarrollo de Capital Humano presentada en la Universidad Tecnológica de Chile INACAP, tuvo como objetivo analizar el emprendimiento familiar como una alternativa de crecimiento económico, se concluye con lo siguiente:

El emprendimiento familiar es importante ya que la familia y el emprendimiento sostienen al mundo. Es así que nace un emprendimiento familiar cuando una familia y un sistema de negocio se unen para formar una empresa familiar, en ese instante se genera una sociedad distinta de una empresa, pues se mueven dos ámbitos en donde suelen moverse las personas que son la familia y los negocios. Bajo el enfoque del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de la Universidad del Desarrollo se da una base para la creación y gestión de emprendimientos familiares. Se ve que las familias están siempre presentes en las actividades de los negocios y de la economía actual, es así que en algunos casos existen grandes empresas constituidas, gestionadas y administradas por grupos familiares. Para el caso chileno, en particular, en GEM hemos calculado que alrededor del 80 % de las empresas formalmente constituidas están bajo el alero de una familia. A su vez, la mayoría se desarrolla bajo el alero de un primer emprendedor, un padre de familia (Zachary, Amorós, Rojas, & Majmud, 2013).

Bajo este criterio el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), intenta explicar la forma de creación de una empresa desde la gestión inicial, y como la familia interviene a la ayuda de generación y crecimiento de esta institución. Desde el momento que una persona decida movilizar sus recursos sea dinero o tiempo y a la vez instalarse en un ambiente, es entonces que se creó la empresa. Esta primera inversión referido a la concepción del negocio es decir el emprendedor naciente según lo denomina GEM, en la mayoría se tarda un trimestre en constituirlo como tal, una vez que se constituya GEM renombra al emprendedor como un nuevo empresario que enfoca su emprendimiento en etapas iniciales. De estos emprendimientos, lamentablemente son muy pocos los que logran persistir y consolidarse en el tiempo: según nuestros estudios, aproximadamente un 60 % de los negocios no sobrevive a



su cuarto año, y luego de diez años desde el inicio del emprendimiento, solo un 20 % de las empresas continúa o ha evolucionado de manera exitosa.

Es por ello que GEM con respecto a estas cifras pone más énfasis al momento de la concepción y de las primeras operaciones del emprendedor, para así poder entender como la familia puede contribuir o no en el desarrollo y éxito del negocio. En primer lugar, GEM delimito a los emprendedores y concluyo que la mayoría de emprendimientos se da en la clase media y se destacó que cada vez hay más presencia de mujeres emprendedoras que lograron un terreno en cuanto al emprendimiento. El promedio de edad de los emprendedores a nivel nacional es de 43 años y, junto con esto, se observa que entre ellos hay personas mejor preparadas, lo que se refleja en que el 63 % de los emprendedores terminaron la secundaria (un 23 % de los sujetos cuenta con estudios universitarios). El 80 % declara que emprende porque está siguiendo una oportunidad de negocio, frente a un 20 % restante que se ve en la necesidad de emprender. Otra característica es que la mayoría de los emprendedores se inserta en el rubro de los servicios al consumidor. A su vez, 60 % de los emprendedores se declara autoempleado, es decir, funda una empresa unipersonal, y 50 % tiene intenciones de crecer y contratar empleados en los próximos cinco años. Además, 72 % de los emprendedores considera que en Chile hay buenas oportunidades para seguir creciendo en su negocio actual o para hacer más negocios. Por último, en este estudio se logró obtener un dato sumamente relevante: el 50 % de los emprendedores inicia su emprendimiento con soporte directo de la familia, lo que quiere decir que la mitad de las empresas que se están creando hoy en el país no existirían si no fuera gracias a la ayuda familiar (estas cifras provienen de datos del GEM contrastados con las cifras oficiales de creación y registro de empresas). El proyecto GEM también se enfoca un aparte de sus estudios en las etapas finales de la empresa familiar, es así que en ese punto de vista las familias se perfeccionaron para poder transmitir a las nuevas generaciones el ímpetu emprendedor, formando personas que sean capaces de aceptar el reto de la creación de nuevos emprendimientos y su continuidad en el tiempo. (Zachary, Amorós, Rojas, & Majmud, 2013).

Maceratesi (2011) *“El papel del emprendimiento y la economía social en desarrollo local”*, según la investigación sustentada en la Universidad Internacional de Andalucía para optar el grado de Magister Propio Universitario en Desarrollo Local: Gestión de PYMES y Economía Social, tuvo como objetivo analizar el desenvolvimiento de los emprendimientos y su aporte al desarrollo local.



En la investigación mencionan a Schumpeter, quien ubica al empresario y su capacidad emprendedora como un punto de desarrollo económico, según este autor el crecimiento económico es un proceso de la innovación con el fin de la creación de nuevas funciones para la producción. A partir de esta capacidad el empresario analiza sus problemas de la consecución de recursos financieros que sean necesarios para invertir y así poner en práctica su innovación, y considera al ahorro como una pieza fundamental del proceso de crecimiento. En esencia la descripción de Schumpeter coloca al empresario en el eje del proceso. Si no existe emprendedor no se producen innovaciones en la producción y el equilibrio permanece inalterado. De ahí que las iniciativas que pretendan inducir el crecimiento de la economía quedan en gran medida “cojas” si no existe el entramado de emprendedores que innove y sus consiguientes imitadores. Estos criterios muestran que la promoción de emprendedores es una característica importante para las estrategias de desarrollo local, es así que muchas personas pretenden aprovechar estas cualidades emprendedoras y poder generar las condiciones óptimas que sean más favorables para que estas mismas afloren a futuro. Así mismo hace referencia al reconocimiento social de la labor emprendedora, se observa en la realidad a esta como una consideración social a la actividad empresarial como una característica importante para la gestación de emprendedores. Por esa razón el reconocimiento social del emprendedor, así como su función social conforman una variable del desarrollo local a largo plazo. La cultura emprendedora favorece a la formación de espacios de cooperación tanto en sectores públicos como privados en proyectos de desarrollo local. Uno de los objetivos de la iniciativa local constituye la creación de sociedades, así como su propia expansión, y a la vez la formación de redes empresariales, en ese sentido los planes estratégicos tratan de enlazar el territorio lo más eficientemente y mejorar su atractivo para así aumentar las inversiones de las empresas. En consonancia con esta idea, Vázquez-Barquero señala que el desarrollo sustentable de los países, regiones y ciudades no depende exclusivamente del nivel de los ahorros y de lo invertido en cada economía, sino fundamentalmente del funcionamiento de las fuerzas que condicionan la acumulación del capital y del desarrollo económico. Estas fuerzas son: el desarrollo empresarial y la formación de redes de empresas, la difusión de innovaciones y conocimiento, el desarrollo urbano del territorio, y el cambio y adaptación de las instituciones. La acción combinada de todas las fuerzas y sus interacciones produce un efecto de sinergia que estimula el crecimiento sostenido de la productividad, economía y progreso social. Estas empresas poseen una característica importante que es su adaptación a los cambios de oferta y demanda debido a la flexibilidad y su adaptación a los cambios. Además, utilizan a la Economía Solidaria como un instrumento introduciéndolo para la contribución de la viabilidad, la racionalidad, la gestión empresarial y



la rentabilidad. En fin, se tiene que una empresa social tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de una comunidad por encima de las ganancias obtenidas, satisfacer el interés público y fortalecer el capital humano de la comunidad. (Maceratesi, 2011).

Pallo (2017) *“Estrategias administrativas que generen nuevos micro emprendimientos en el sector de la calle Argentina – Guayaquil”*, el presente proyecto de investigación se realizó con el objetivo de conocer los factores de motivación que inciden en las personas que optan en razón de mejorar su economía, a poner una microempresa y poder implementar estrategias que generen innovación en estos microemprendimientos, ya que en la parroquia Letamendi, específicamente en la calle Argentina, existen muchos negocios similares (venta de corvinas fritas) brindando el mismo servicio, nada novedoso e inclusive en cuanto a los precios rigen los mismos por igual debiendo de existir una variante para que el consumidor pueda optar con libertad una buena elección donde tenga calidad y calidez en el servicio por el cual está pagando, esto colateralmente genera un malestar en dichas microempresas ya que al no tener un adecuado servicio e innovación en el mismo da como resultados pocos ingresos. Este trabajo tiene un tipo de investigación documental y de campo, ya que se apoya en diferentes fuentes bibliográficas y se extrae la información de encuestas realizadas a las personas del sector.

Con el respectivo análisis de la información se propone realizar capacitaciones a los microemprendedores del sector creando en ellos una cultura organizacional y que de esta forma tengan las herramientas necesarias para aplicar estrategias administrativas, e innovar al crear nuevos microemprendimientos para satisfacer todas las necesidades de los habitantes de este sector, ofreciendo un servicio de primera y con ello alcanzar ser emprendedores exitosos, contribuyendo al desarrollo de la ciudad. Siendo así para nuestro trabajo de investigación un antecedente importante debido a que en la investigación previa concluyen que el sector de estudio necesita una alternativa basada en teorías donde mencionan que lo primordial para el éxito de los negocios se debe a la innovación esto como una herramienta fundamental para los emprendedores. (Pallo, 2017).

Jiménez, Hernández y Pitre (2018) *“Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia)”*, el objetivo de la investigación fue analizar el emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos.



Lo que conduce, al concepto de “base de la pirámide” -BDP-respecto a la población según niveles de renta con potencial económico en emprendimientos, el emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico, desde los negocios inclusivos, simboliza las oportunidades ofrecidas a la población vulnerable, social y económicamente con el objetivo de disminuir el índice de pobreza en la relación existente entre emprendimiento social, desarrollo económico e inclusión social. Lo que incorpora, objetivos de desarrollo sostenible e incluso políticas públicas en el contexto del ofrecimiento de servicios y/o productos que se distinguen del emprendimiento de negocios con ánimo de lucro. A manera, de nuevo paradigma en el acceso a oportunidades, bienes y servicios como derecho en la garantía de la satisfacción de necesidades básicas, generación de ingresos y períodos productivos, encarna el desafío del emprendimiento social en la eficacia de la sostenibilidad que pretende dar soluciones a problemáticas sociales. Por ende, la innovación de servicios de emprendedores sociales revela el cambio social que se pretende lograr a partir del reconocimiento del emprendedor social como agente generador de valor social. (Jiménez, Hernández, & Pitre, 2018).

2.1.2 Antecedentes nacionales

Zorrilla (2013), “*Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho, Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007-2009)*”, esta investigación presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, para optar el grado de magister en Gerencia Social, tuvo como objetivo identificar los factores que han contribuido a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles promovidos por el programa de empleo juvenil del INPET con el fin de establecer acciones que fortalezcan las herramientas utilizadas en el programa.

La investigación analiza que, para generar mayores iniciativas en los microemprendimientos juveniles, así como también mejorar la condición de sus puestos de trabajo, se debe dar un mejor enfoque a las condiciones actuales en las que dan inicio y en la operación de estos microemprendimientos juveniles. Para conseguir este fin se debe dar una priorización a las capacitaciones de autoempleo dirigidas a segmentos juveniles. Esta investigación ha identificado factores que han contribuido a la sostenibilidad de iniciativas empresariales de jóvenes participantes del Proyecto —Jóvenes Pilas en el distrito de San Juan de Lurigancho (2007-2009). Los contenidos desarrollados sobre competencias emprendedoras personales y el uso de metodologías participativas -aunados a un perfil emprendedor y una



adecuada orientación al mercado- potencian la sostenibilidad de un emprendimiento a cualquier escala, puesto que forjan una actitud emprendedora. Los emprendedores involucrados han justificado mejoras en su persona, negocio y entorno, debido al proyecto. Los hallazgos suman nuevos aportes para configurar una Política de Estado para el emprendimiento juvenil y las MYPE, la cual debe fomentar prioritariamente la articulación comercial que coadyuve a su sostenibilidad; ello exigiría un enfoque inclusivo para atender a las MYPE y a los nuevos emprendimientos juveniles. Es necesario acelerar la creación de dicha Política de Estado. Para los programas y proyectos de autoempleo juvenil en curso, las recomendaciones proponen ajustes que tomen en cuenta estrategias anticipadas para mejorar el apoyo a las iniciativas empresariales juveniles. Para ello las intervenciones deben apuntar a fortalecer la actitud de los jóvenes emprendedores. (Zorrilla, 2013).

Morales (2018), *“factores socioeconómicos que influyen en el micro emprendimiento juvenil Región Puno – 2014”*, el objetivo de la presente investigación es comprobar los factores socioeconómicos que determinan la probabilidad de generar negocios nuevos para la región Puno, representado por las ciudades de Juliaca, Puno, Ayaviri, Orurillo y Pucara para el año 2014.

Su importancia prevalece en conocer factores que apoyen a identificar potenciales emprendedores que concreten negocios nuevos, para fortalecer las políticas pertinentes de apoyo al desarrollo de emprendedores nuevos, y que colabore con el crecimiento económico y desarrollo sostenible de la región. El presente estudio analiza e identifica los factores socioeconómicos que determinan la probabilidad de jóvenes de 18 a 29 años sea un emprendedor nuevo en las ciudades de Juliaca, Puno, Ayaviri, Orurillo y Pucara, utilizando información de corte transversal obtenida de información desarrollada en el programa de Jóvenes Emprendedores de la ONG Colectivo Integral de Desarrollo ejecutada durante el 2014 en las ciudades antes mencionadas, y utilizando el modelo de regresión de respuesta cualitativa “Probit” con lo cual se encontró que los factores que influyen significativamente sobre la determinación de tener emprendedores nuevos concepto según GEM son: Experiencia previa en trabajos dependientes, Experiencia previa en trabajos independientes, Genero, Ingresos, y acceso a préstamos. En tanto las variables de educación (secundaria, técnica y universitaria) y tener familiares con negocios tienen una relación positiva en la probabilidad analizada, pero no llega a ser significativa. (Morales D. Y., 2018).



Cerrón (2011) “*Proyectos de Microemprendimiento y su influencia en el bienestar de las personas adultas mayores en Lima Metropolitana*”, en la presente tesis aborda los proyectos de microemprendimientos como alternativa de solución para los problemas que puedan afrontar las personas adultas mayores (PAMs), estos proyectos se desarrollan en forma de actividades; pequeños negocios, oficios, comercio, servicios, entre otros, todo ello para que las personas adultas mayores puedan mantenerse en actividad, en la tesis también se menciona que las personas que se jubilan a los 65 años, manteniendo sus habilidades intactas pueden perder estas si se encuentran inactivos, causándose depresión, estrés, entre otros males que pueden afectar en su calidad de vida de su salud.

Las principales ocupaciones que desempeñan las PAMs están: de acuerdo a su edad, del perfil que posee, de profesión o técnico, así se mantendrían productivos, realizando una actividad de microemprendimiento junto a otros adultos mayores. Además, se presentan en caso de los profesionales (contadores, ingenieros, etc.) que cuentan una vasta experiencia adquirida durante el desempeño de sus funciones, pueden trabajar como consultores de empresas, porque no puedan contratar a un gran experto por el alto costo, sin embargo, una persona adulta mayor, cobraría menos y además, tiene mucha experiencia. Al respecto, no necesariamente la persona adulta mayor debe continuar realizando el mismo trabajo, sobre todo si lo ha desempeñado durante bastante tiempo, durante años ya está aburrido de hacer lo mismo. Ahí viene el tema de reorientar su vida y, de repente, hacer lo que siempre quiso. Por ejemplo, si una persona adulta mayor es profesor jubilado, y ya no quiere retomar a la docencia ni siquiera como consultor, aunque sea muy capaz y es requerido para hacer proyectos en ese sentido, aquí lo ideal es que se aproveche las fortalezas, sin embargo, al final es el adulto mayor quien decide. También, hay que considerar el contexto o el país, donde se encuentre la persona, por ejemplo, en Argentina, los estudios reportan que los jubilados prefieren divertirse y no quieren saber nada de trabajo, sin embargo, las encuestas afirman que en el Perú los adultos mayores quieren seguir trabajando, por necesidad. En el Perú, una buena jubilación es un lujo, porque solo el 20% de la población en general accede a la jubilación, por la situación económica regular que atraviesa el país, lo que surge como una buena alternativa, ya sea de individual o grupal, es la de llevar a cabo actividades de microemprendimiento empresarial, o sea, el negocio propio en su comunidad o localidad. Por otro lado, en el artículo 10 (Programas de Capacitación) de la Ley 28803, Ley de las Personas Adultas Mayores, señala que la Dirección de Personas Adultas Mayores del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES), en coordinación con las Municipalidades y los demás entidades de la Administración Pública,



desarrollaran programas de educación dirigidos a capacitar a las personas adultas mayores en actividades laborales y culturales a efecto de que las mismas puedan obtener empleos y formar microempresas domésticas, que los beneficien económicamente y les procure satisfacción personal. Los objetos producidos podrán ser exhibidos y expendidos en las instituciones públicas. También, pueden realizar actividades emprendedoras, por ejemplo, los contadores adultos mayores, asociados con otros colegas pueden brindar servicios de asesoría contable y tributaria. Hay muchas actividades donde las PAMs pueden intervenir como es el servicio de transporte formando una microempresa de servicios de movilidad, para el público en general, o un servicio de taxi, especialmente, diseñado y orientado a adultos mayores que llevan a cabo actividades laborales y sociales que requieren taxis confiables y seguros. Por todo lo expuesto, el tema de proyectos de microemprendimiento y su influencia en el bienestar humano de las PAMs es muy interesante y es el que se va a desarrollar en el presente estudio. (Cerrón, 2011).

Serida, Guerrero, Alzamora Ruiz, Borda y Morales (2017), **Global Entrepreneurship Monitor Perú 2016-2017**. El proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM) fue creada hace 18 años, este proyecto es un referente para analizar la evolución de los emprendedores. El Perú se unió desde el 2004 a este proyecto, desde entonces se puede monitorear la actividad emprendedora y los factores que impulsan el proceso emprendedor, sirviendo como base a las iniciativas públicas y privadas.

En ese sentido el gobierno viene desarrollando políticas y programas a favor del fortalecimiento de los emprendedores tradicionales, de igual forma el sector privado viene impulsando la innovación. Según GEM, en nuestro país, los puntajes obtenidos para este indicador superan el promedio de las economías basadas en eficiencia y el promedio de los países que conforman la región Latinoamericana. Las percepciones sobre la existencia de oportunidades para emprender y las capacidades para aprovecharlas también se han mantenido por encima de los niveles de la región. El 71.6% de los emprendedores en etapa temprana considera que el mercado ofrece las oportunidades apropiadas para emprender, mientras que un 87.1% considera que cuenta con la capacidad para aprovecharlas y convertirlas en negocios de éxito. Finalmente, el miedo al fracaso se ha ido reduciendo con el paso del tiempo, y alcanza un 22.1% en esta edición. El Perú continúa siendo uno de los países más emprendedores de la región y se encuentra entre los primeros cuatro con mayor actividad emprendedora dentro del grupo de las economías basadas en eficiencia. La tasa de emprendimiento en etapa temprana (TEA) alcanza el 25.1%. A nivel global, la economía peruana ocupa la sexta posición. Respecto a los años anteriores, el dinamismo emprendedor se mantiene firme y se aprecia el desarrollo



emergente de un mayor número de iniciativas innovadoras con potencial de crecimiento. Lamentablemente, la tasa de cierre continúa manteniéndose por encima de la tasa de las economías basadas en eficiencia. Para este año, el porcentaje de discontinuación ascendió a 6.1%. Todo indicaría que las razones más importantes por las cuales los emprendedores peruanos discontinúan un negocio están asociadas a su falta de capacidades, compromiso o conocimiento. Si bien estos resultados pueden considerarse desalentadores, también representan una oportunidad para los formuladores de políticas, pues destacan la relevancia de la educación emprendedora para reducir el nivel en que se encuentra este indicador. En cuanto a la motivación para emprender, se observa que el 68.6% de los emprendimientos en etapa temprana es el resultado del aprovechamiento de oportunidades, mientras que el 12.8% lo es por necesidad. La evolución de estos indicadores para el caso peruano permite identificar que la naturaleza del emprendimiento está cambiando de manera sostenida, en favor del aprovechamiento de oportunidades. En el caso de los emprendimientos peruanos en etapa temprana, el sector orientado al consumidor posee un marcado predominio. El 63% de todos los emprendimientos en etapa temprana pertenecen a esta categoría. La novedad o innovación en el producto aún resulta una tarea difícil para los emprendedores. Solo el 15.9% de los emprendedores en etapa temprana y el 10% de los emprendedores establecidos consideran que ofrecen un producto novedoso para todos sus clientes. El bajo nivel de uso de tecnologías innovadoras también se evidencia como una limitante para nuestros emprendimientos. La mayoría de estos utilizan, dentro de su proceso de producción, tecnologías con una antigüedad mayor a los 5 años. Esta es la situación del 71.2% de emprendedores en etapa temprana y del 88.3% de los establecidos. El impacto directo de esta realidad se aprecia en los bajos niveles de productividad. Estos ocasionan que los emprendedores sean fácilmente superados por competidores internacionales que cuentan con tecnologías más avanzadas. El nivel de internacionalización en los emprendimientos peruanos continúa siendo bajo. Más del 80% de empresas en etapa temprana y establecida tienen un negocio orientado exclusivamente a los consumidores locales. Los emprendedores con expectativas de alto crecimiento (más de 20 empleados en 5 años) representan solo el 24.9% del total de los emprendimientos en etapa temprana. Frente a los emprendedores establecidos, los emprendedores en etapa temprana se muestran más ambiciosos en términos de innovación en producto-mercado, generación de empleo y uso de tecnologías. Con relación al ecosistema emprendedor, los factores que potencian la dinámica emprendedora son el apoyo de la sociedad al emprendimiento, y la educación emprendedora a nivel superior, tanto técnica como universitaria. Por otro lado, según los expertos, las políticas gubernamentales, la transferencia de I + D, el acceso a infraestructura



comercial y profesional, así como los costos laborales son las condiciones que continúan actuando en contra de la generación de emprendimientos en nuestro país (Serida, Guerrero, Alzamora Ruiz, Borda, & Morales, 2017).

2.1.3 Antecedentes locales

Pilares (2016), *“Los microcréditos y el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de Mibanco en la asociación pro vivienda los Proceres del distrito de San Sebastián, Cusco – 2015”*, esta investigación presentada en la Universidad Andina del Cusco para optar el título profesional de Licenciado en Administración, tuvo como objetivo determinar el grado de influencia de los microcréditos en el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de Mibanco en la Asociación Pro Vivienda los Proceres.

La investigación estudio a 76 microempresarios usuarios de los microcréditos de la entidad financiera Mibanco, con el fin de analizar el grado de influencia de los microcréditos en los usuarios con respecto a su desarrollo económico. Se tuvo como resultado al 95% de confiabilidad mediante la correlación de Pearson que los microcréditos influyen positivamente en el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de la entidad financiera Mibanco en la Asociación Pro Vivienda Los Proceres del distrito de Sam Sebastián, donde el grado de relación es del 52.8%, $p < 0.05$. Se determinó que, según la matriz correlacional, existe correlación significativa entre todas las dimensiones de Microcrédito con todas las dimensiones de Desarrollo Económico destacando que la Inversión presenta mayor correlación con el Desarrollo económico en un 46.5% así mismo presenta mayor correlación con el desarrollo Social en un 68.9%, $p < 0.05$. Se observó que la inversión es la dimensión de los microcréditos, que representa mayor puntuación con un puntaje promedio de 3.9 lo que es calificado en la escala como “Viable” seguido por la cuantía de préstamo con un puntaje promedio de 2.1 calificado en la escala como “regular”, después se observa a las garantías con un puntaje promedio de 3.1 que refleja una calificación de “regular” de acuerdo a la escala, y por último se observa el periodo de devolución con un puntaje promedio de 2.9 que es calificado como “regular” en la escala. Se observó también que el desarrollo económico local es la dimensión del desarrollo económico de los microempresarios usuarios de Mibanco de la Asociación Pro Vivienda Los Próceres del distrito de San Sebastián 2015, el cual presenta un puntaje promedio de 3.7; lo que refleja una escala de calificación “alto”, después se percibe al desarrollo social con un puntaje promedio de 3.8, puntaje que refleja una escala de calificación “alto”. (Pilares, 2016).



Flores y Quispe (2019), “*Emprendimiento del rubro Textilero en la Asociación Centro Artesanal Cusco- 2018*”, según la investigación sustentada en la Universidad Andina del Cusco, para optar el título profesional de Licenciados en Administración, tiene como objetivo describir el emprendimiento del rubro textil en el Cusco, teniendo como variables a las oportunidades, la creación de valor e identificando los riesgos que puedan existir.

Actualmente en el Perú se tiene un Proyecto de Ley N°3582 Ley de Promoción y Desarrollo del Emprendimiento la cual su objetivo es promover la generación y desarrollo de emprendedores para ampliar la creación de nuevas empresas innovadoras, competitivas y sostenibles que ayuden a mejorar la calidad de vida de los individuos, así como el impulso del crecimiento económico local y nacional, generar una red de emprendedores competitivos, estimular la innovación , promover la participación emprendedora de la juventud. En la ciudad del Cusco se identificaron 17 líneas de producción artesanal entre ellas se tiene: bisutería, cerámica, cuero, peletería, confecciones de vestimenta típica, platería, bordadura, muñequería, cestería, pintura popular, hojalatería textilera, tallado en madera entre otros. En la ciudad se tiene la Asociación Centro Artesanal que es uno de los más antiguos y conocidos en artesanía quienes elaboran y ofrecen sus productos, los productos que ofrecen son variados como chullos, ponchos, guantes, bolsos, llicllas, mantas, tapices elaborados con lana de alpaca o de oveja. De acuerdo a la investigación fueron 139 socios a quienes se aplicaron la encuesta, los cuales demuestran que el 2.80 de socios tienen la capacidad de emprender y desean hacerlo sin embargo los vacíos en su formación técnica , mantiene la práctica empírica de la actividad ; actualmente la antigua artesanía textil, elaborada con creatividad y producto del aprendizaje que ha ido transmitiéndose de generación en generación ha optado por limitarse a la comercialización de productos artesanales con grave peligro de desaparecer razón primordial del presente estudio; respecto la dimensión oportunidad se obtuvo un resultado de 3.20 que la califica como incipiente ; la dimensión visión se obtuvo un resultado de 3.76 : aceptable, La dimensión liderazgo obtuvo en promedio 2.31 : deficiente ; La dimensión riesgo alcanzó en promedio 1.77 la dimensión de creación de valor obtuvo en promedio 2.98 (Flores & Quispe, 2019).

Morales (2019) “*Características de emprendimiento empresarial de estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco, 2019*”,

El presente trabajo de investigación abarca el tema del emprendimiento considerado como un factor económico importante en la actualidad, debido a que gracias a ello muchos



países se encuentran económicamente estables, y esto es un sustento fundamental y de gran influencia para el desarrollo de la persona, y así acceder a mejores niveles de vida. Esta investigación se realizó en base a las características de emprendimiento empresarial de la cual se derivan cinco herramientas (dimensiones) que permiten a los estudiantes ser emprendedores, las palabras clave en esta investigación son: factores motivacionales, características personales, características físicas, características intelectuales y competencias generales del emprendedor, esta combinación permite conocer el nivel de desarrollo de las características de emprendimiento empresarial de estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco. El objetivo de esta investigación es identificar las características de emprendimiento de estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco, 2019-I. La investigación que se realizó fue de tipo básica y de nivel descriptivo, el diseño es no experimental. Es menester mencionar que la población de estudio según una muestra finita fue de 188 estudiantes, a quienes se aplicó el instrumento de la encuesta, para cuyo procesamiento y tabulación de datos se utilizó los programas SPSS y Excel, respectivamente. Es así que se llegó a los siguientes resultados obtenidos a través de la opinión de los estudiantes: el promedio de las características de emprendimiento empresarial es 4.02 el cual nos indica que los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco han desarrollado gran parte de las características de emprendimiento empresarial durante su vida universitaria, calificándola como buena, por lo que se denota que no existe un problema; corroborando a este resultado se detalla los promedios que se obtuvieron a través de la dimensiones mencionadas; respecto a los factores motivacionales un 4.2 nos demuestra que los estudiantes sienten motivación de alcanzar sus metas, desarrollarse como profesionales exitosos e independizarse como emprendedores exitosos, se estima el resultado como bueno, el 4,05 de los estudiantes manifiestan que las características personales son buenas, ya que dichas características fueron estimulados y formados durante la vida universitaria, el 3.91 de las características físicas son calificadas como buenas ya que los estudiantes son jóvenes en su mayoría, el 3.92 de las intelectuales son buenas puesto que la enseñanza que reciben es teórica y práctica, y el 4.02 de las competencias generales son buenas ya que los estudiantes desarrollaron liderazgo, comunicación, etc. para ser emprendedores empresariales. (Morales Choque, 2019).



2.2 Bases teóricas

2.2.1 Definición de microemprendimiento

Son las actividades económicas que surgen como estrategias de supervivencia de los trabajadores y de sus familias, en las que sus miembros ponen en actividades económicas que surgen como estrategias de supervivencia de los trabajadores y de sus familias, en las que sus miembros ponen en actividad su principal recurso, trabajo, en la producción de bienes y servicios, en general para la venta en el mercado o el trueque. (Arancibia, Costanzo, Goldin, & Vazquez, 2014).

El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar. En ese sentido, se pretenden determinar las principales particularidades que permiten que unas personas sean más exitosas que otras en la creación e implementación de dichas ideas de emprendimiento. El documento desarrolla una aproximación a dichas características desde el estudio del marco teórico del comportamiento humano, visto desde la perspectiva de teorías etológicas y psicológicas. Se busca mediante el análisis, identificar cómo el ser humano no es independiente a las características de su entorno, sino que también posee características internas y habilidades (competencias) que le permiten enfrentarse a nuevos retos e ideas empresariales. A medida que se expliquen o referencien las definiciones sobre cada una de dichas teorías se presentarán los conceptos propios de los autores (inferencias) que permiten observar los elementos que hacen diferentes a un emprendedor de otros que no lo sean. (Marulanda, Correa, & Mejía, 2009).

2.2.2 Teoría de Schumpeter de la innovación

El emprendedor es una pieza importante en la cadena de transformación de actividades ya que este posee capacidades de ver oportunidades que puedan mejorar su calidad de vida y a la vez también generar valor para la sociedad. El modelo influenciado por Schumpeter describe la iniciativa emprendedora como un motor en el mercado, describe la innovación como la resolución de problemas y enfoca al emprendedor como un solucionador de problemas. Bajo su opinión la aplicación de innovación se enfatiza en nuevos bienes y servicios, nuevo mercado, nueva fuente de suministro de materias, nuevo método de producción y nueva organización.

Por su parte, Schumpeter define la empresa como “la realización de las nuevas combinaciones”, y a los empresarios como “los encargados de dirigir dicha realización”. En la



teoría del desarrollo económico Schumpeter realiza una diferencia entre innovación e invención. Una persona o emprendedor realiza innovación cuando introduce nuevos métodos de producción en una empresa ya existente o para la puesta en marcha de una nueva empresa; cuando utiliza métodos de producción existentes y distintos para obtener ventaja competitiva; cuando comercializa y utiliza medios de producción que ofrecen ventajas en relación con los existentes; cuando introduce bienes sustitutos en el mercado y cuando mejora un producto o servicio existente. (Labarcés, 2015).

Estos puntos claves son importantes ya que las empresas puedan sobrevivir, tener mejores armas para competir en el mercado actual, por otra parte, el emprendedor tiene la oportunidad de introducirse al mercado con un producto que genere desequilibrio competitivo, que sea un producto evidente, resaltante dentro de las otras competencias, para los emprendedores esta iniciativa sería ideal pues tendrían información de afrontar las barreras de entrada, la competencia, buscar soluciones para que su curva de crecimiento sea ascendente y generar estrategias exitosas que busquen llegar a los objetivos de los emprendedores. Se podría pensar que con la situación actual es difícil de emprender, pero la verdad es que se debe apostar por nuevas oportunidades y posibilidades, es por ello que esta teoría de innovación para los microemprendedores individuales o familiares se convertirá en un motor para poder así operar en la economía actual frente a esta crisis que se viene viviendo con la pandemia. (Labarcés, 2015).

2.2.3 Teoría del emprendimiento de Andy Freire

La teoría del emprendimiento de Andy Freire plantea que todo proceso de emprendimiento combina tres componentes y este está representado por un triángulo invertido como se puede apreciar en la siguiente figura:

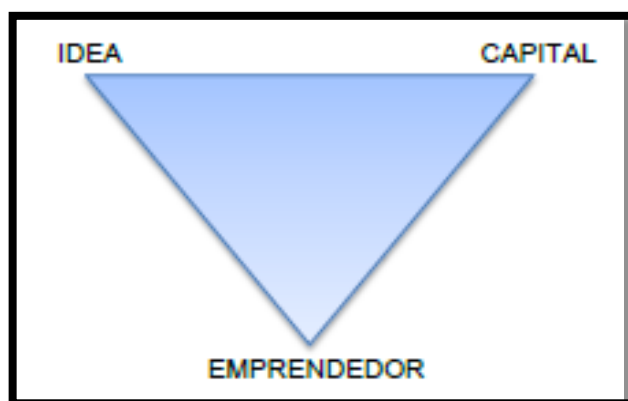


Figura 2. Teoría del triángulo invertido



Fuente: (Freire, 2004).

Según esta teoría también denominada teoría del triángulo invertido, nos indica que el punto de apoyo, es el emprendedor y este necesita de dos componentes muy importantes que son la idea de negocio con viabilidad de mercado y el capital, también enfatiza que cuando un emprendimiento no es exitoso, se debe a la falta de una de estas tres variables o la combinación entre ellas.

De la firmeza del emprendedor depende en gran medida, que el modelo no se derrumbe, el emprendedor exitoso siempre logra el capital o el gran proyecto; por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una actitud mercantil o un conjunto de conceptos. Si el emprendedor tiene un firme compromiso para mejorar sus habilidades, no le bastará aprender la dimensión técnica. Ésta es necesaria pero no suficiente; con ella será “un emprendedor más capacitado técnicamente, pero que es igual que antes en el núcleo”. Lo que lo convertirá realmente en un emprendedor mucho mejor es desarrollar las siguientes condiciones: permitirse soñar, asumir un papel de protagonista continuamente dispuesto al aprendizaje y el trabajo interno, desarrollar su autoestima para lograr mayor firmeza en sus decisiones, enamorarse con pasión de su proyecto y comprometerse incondicionalmente con él, aprender a compartir con su equipo, tomar riesgos para lograr su independencia y, sobre todo, aprender a divertirse en el proceso de sus propios aciertos y errores. (Freire, 2004).

2.2.4 Teoría de emprendimiento según Howard H. Stevenson

De acuerdo a Stevenson, “el emprendimiento es una cualidad que se genera a partir de las oportunidades de mercado que una persona puede identificar para satisfacerlas” (Cuevas, 2011).

No basta con crear una empresa para ser emprendedor, la innovación no solo es crear un nuevo producto, se puede innovar mediante una creación de nueva organización, una nueva forma de producción o una forma diferente de realizar una tarea. Stevenson considera que las personas que inician un negocio e imitan a los otros y no aplican la innovación no son emprendedores. Un ejemplo es McDonal que al momento de iniciar su producto era similar a los que ya existía en el mercado, ellos sin embargo innovaron no solo en el producto, sino que también en la innovación de su gestión sobresaliendo entre su competencia. La base del emprendimiento es la meta de crear y distribuir riqueza, estar en constante de la búsqueda de crecimiento y considerar todas las oportunidades. Las empresas que se crean con estas



concepciones tendrán mucha más probabilidad al éxito y fortalecer su entorno, así como también su desarrollo de crecimiento de la empresa. En vista de las múltiples variaciones en tipos de emprendedores, Stevenson propuso un sistema multimodal, con 5 dimensiones críticas de la gestión: orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, proceso de comprometer recursos, concepto de control de los recursos y estructura gerencial. Concentrándose en el emprendimiento como un fenómeno del comportamiento, este profesor buscó relacionar aquellas actitudes emprendedoras en un estudio comparativo entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos, logrando identificar ciertas diferencias que permitieron continuar con la búsqueda de un sistema que explicara el fenómeno de emprendimiento. (Castillo, 1999).

Stevenson analiza las diferencias entre un ejecutivo exitoso y un emprendedor exitoso, plantea que un emprendedor exitoso posee una cultura emprendedora que le permite crear una estrategia según las oportunidades que se le presente a diferencia de los ejecutivos exitosos que poseen cultura administrativa que permite armar su estrategia según los recursos que controla, menciona que el emprendedor es más dinámico, desafía la jerarquía y el ejecutivo es más estático y considera la jerarquía primordial. Es así que el emprendedor va asumir riesgos y actuar razonablemente en el corto plazo mientras que el ejecutivo minimiza los riesgos y actúa en el tiempo. Al analizar, se tiene los siguientes puntos: Oportunidad-Riesgo: Al buscar las mejores oportunidades de mercado también se genera riesgos. Gente: el trabajo es en equipo considerando los mejores recursos humanos, el emprendedor no trabaja solo. Recursos: Al realizar cualquier actividad siempre requiere financiación es por ello que el emprendedor arriesga sus propios recursos a la vez que busca recursos de diferentes fuentes. En sus conclusiones finales, Stevenson sugiere que esta perspectiva permite su aplicación al estudio y enseñanza del emprendimiento tanto para los dueños o empleados de empresas. Según sus investigaciones, la acumulación de recursos que ocurre cuando una empresa crece es una fuerza poderosa que dificulta el comportamiento emprendedor, sin embargo, las bases fundamentales del comportamiento no han cambiado. Sus estudios se han basado en entender el proceso de inicio de las empresas y los factores situacionales para expandir este conocimiento a los sistemas de gestión. (Castillo, 1999).

2.2.5 Teoría de emprendimiento según Schumpeter

Según Joseph Schumpeter economista austriaco, un entrepreneur es aquella persona que altera en gran medida las reglas de juego del mercado actual, al introducir un nuevo producto o servicio, una nueva forma de organización, o descubriendo nuevas formas de



explotar la materia prima ya existente .Según Schumpeter, esta alteración o destrucción puede realizarse por medio de la utilización de un negocio ya existente o a través de uno nuevo Esta definición carece un poco de realismo, ya que difícilmente sean muchos los negocios como Apple que han alterado al mercado Joseph Schumpeter, dijo que emprendimiento es una destrucción creativa. El dinámico desequilibrio provocado por el empresario innovador en vez de equilibrio y optimización, es la norma de una economía saludable y la realidad central de la teoría y práctica económica. (Osorio, 2011).

Schumpeter percibe al emprendedor como una persona que promueve innovaciones, su función es reformar el patrón de producción al explotar una creación, estas acciones son responsables de la revolución de la economía. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden y, en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. La escuela de Schumpeter menciona que la competencia en la economía capitalista era un proceso dinámico. Los emprendedores tienen un incentivo que es las ganancias que perciben y a su vez estas permiten crear otras innovaciones ya que cada vez la sociedad se va actualizando. Debido a la incertidumbre inherente al proceso de desarrollo, también era claro para Schumpeter que, además de las capacidades técnicas y experiencia, el ejercicio de la intuición y estrategia era de particular importancia. Su concepción de estrategia como un elemento de acción, búsqueda, respuesta y estrategia en el proceso competitivo, está a menudo ausente de muchos tratamientos de desarrollo estratégico corporativo o económico, los cuales, bajo la influencia de la teoría económica neoclásica ortodoxa, han tenido más bien hacia los esfuerzos económicos orientados a la maximización de la utilidad (Castillo, 1999).

2.2.6 Teoría de desarrollo de capacidades de Amartya Sen

Sen analiza problemas sociales como la pobreza, calidad de vida, ausencia de desarrollo, injusticia social que altera el bienestar humano, es así que su intención era examinar un enfoque del bienestar socioeconómico en relación a la habilidad de una persona para realizar actos valiosos. Sen opto el término capacidades para representar las distintas alternativas que un individuo puede hacer o ser. Las capacidades son utilizadas para evaluar varios rasgos del bienestar individual, los grupos y la sociedad, como la pobreza, calidad de vida, desigualdad. De igual forma puede ser utilizado como una herramienta para diseñar y evaluar políticas



públicas de organizaciones gubernamentales o no-gubernamentales. En este contexto, Amartya Sen expresó que para hablar del desarrollo de una sociedad hay que analizar la vida de quienes la integran, que no puede considerarse que hay éxito económico sin tener en cuenta la vida de los individuos que conforman la comunidad. El desarrollo es entonces el desarrollo de las personas de la sociedad. Por este motivo define concretamente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las capacidades de que disfrutaban los individuos". (London, 2006).

La teoría desarrollada por Sen opera en dos niveles, uno viene a ser el reclamo de que la libertad para que se logre un bienestar es que prime la moral, segundo que el bienestar de la persona se entiende de las personas capaces, es decir de las oportunidades que tienen de hacer y ser, y por el nivel de vida que llevan. Según Sen, la riqueza que tienen las personas o la utilidad que le dan es un enfoque no apropiado porque les proporciona información limitada de la vida. En fin, el enfoque de las capacidades está directamente relacionado con la calidad de vida que las personas puedan lograr, y esta se analiza en términos de conceptos de funcionamiento y capacidad. Basándonos en esta teoría se analiza los problemas sociales de las personas, se aprecia que los microemprendimientos apoyados en la teoría de las capacidades de Amartya Sen junto, tienen un propósito que es eliminar esas brechas de desigualdad de la sociedad, es así que se argumenta que para evaluar el bienestar social y económico de las personas se enfoca en su capacidad de estas y así mejorar la calidad de vida. (London, 2006).

2.2.7 Teoría del Cambio Social según Hagen, Hamilton y Harper

Según Hagen (1962) y Hamilton y Harper (1994) como se citó en (Terán & Guerrero, 2020), ciertos elementos que presuponen que la creatividad del emprendedor es el elemento clave de la transformación social y el crecimiento económico, son los siguientes:

1. Su teoría revela un modelo general de la sociedad que considera la interrelación entre el entorno físico, la cultura social, la personalidad y la cultura.
2. Considera al emprendedor como un creativo solucionador de problemas que genera un desarrollo económico que se mezcla con cambios políticos y sociales.
3. Insistió en que se desalentara el síndrome del seguidor por parte del emprendedor.
4. El cambio social y el progreso tecnológico, lo que ha llevado a la aparición de una clase emprendedora de diferentes castas y comunidades.



5. Retirada del estatus de respeto como el mecanismo para la actividad emprendedora rigurosa; cuando se produce la retirada del estado de respeto, conduce a cuatro respuestas diferentes y la creación de cuatro tipos de personalidad diferentes, a saber: Retratador: Uno que constantemente hace su trabajo en la sociedad, pero permanece indiferente a su propia posición. Ritualista: alguien que adopta una especie de personalidad defensiva. Reformista: Uno que inicia la rebelión e intenta establecer un nuevo orden en la sociedad. Innovador: una persona creativa que convierte todas las probabilidades en oportunidades y es probable que se convierta en un emprendedor. (Terán & Guerrero, 2020).

Por lo anteriormente señalado, es importante tener en cuenta la creatividad del emprendedor para la creación de un microemprendimiento, debido a que ello abarca una posible solución ante un problema o la falta de algo, así consecuentemente formándose o creándose una clase emprendedora diferente, con aspiraciones a futuro y amigable con el medio ambiente. (Terán & Guerrero, 2020).

2.2.8 Teoría del bienestar social

Se entiende por bienestar social, al conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que den lugar a la tranquilidad y satisfacción humana. El bienestar social es una condición no observable directamente, sino que a partir de juicios se comprende y puede compararse de un tiempo o espacio a otro. El bienestar, como concepto abstracto posee una importante carga de subjetividad propia del individuo, aunque también aparece correlacionado con algunos factores económicos objetivos. En algunas esferas de las escuelas de pensamiento económico existe preocupación sobre la pertinencia de consolidar una visión más amplia del bienestar. (Reyes & Rains , 2014)

La teoría del bienestar social según (Reyes & Rains , 2014) indican que de acuerdo al teorema de imposibilidad de Arrow menciona que es poco factible que se encuentre una función social de bienestar que esté relacionado a las funciones de utilidad de los individuos, también indican que el trabajo de Arrow consistió en identificar la posibilidad de este mecanismo construyendo una teoría que excluyera las comparaciones interpersonales de utilidad y las medidas cardinales de utilidad. Es así que se critica los índices de utilidad, lo cuales se basan en el criterio de utilidad esperada, pues estos son considerados arbitrarios y poco significativos para que se valoren los



escenarios sociales. En ese contexto se llega a construir una teoría donde los agentes puedan expresar los valores que le correspondan a los diversos escenarios sociales teniendo en cuenta sus preferencias, convirtiéndose este análisis en una herramienta para poder brindar juicios de bienestar social (Reyes & Rains , 2014).

2.2.9 Teoría del Bienestar Económico

Pigou (1920), por sus aportes a la teoría del bienestar económico, publicó “Riqueza y bienestar” en 1912, en ese libro profundiza sus conceptos respecto al bienestar, lo que tiempo después lo ayuda a publicar “La economía del bienestar” en 1920 y por el desarrollo del llamado efecto Pigou, este estudio examina el impacto de los cambios en los niveles de precios en la demanda de los consumidores a través de cambios en la riqueza de ingresos de los consumidores. Es decir, cuando los consumidores aumentan sus ingresos, tienden a consumir y gastar más, lo que afecta la demanda y el crecimiento de los precios. En este sentido, el autor espera que el Estado corrija las condiciones de vida de sus ciudadanos. La conclusión a la que llega el autor es que “el bienestar mejoraría si al menos el Estado nos enseñara cómo debemos gastar nuestro dinero”. (Reyes & Rains , 2014).

La Economía del Bienestar de Pigou tenía presente la importancia de un estado de bienestar el cual tendría brindar seguridad social y oportunidades para un nivel de consumo igualitario, de acuerdo a los sectores importantes. Es en ese sentido que el autor propone “la transferencia de recursos desde los ricos a los pobres. (Reyes & Rains , 2014).

Como señala Sen (2000), “el utilitarismo ha sido la teoría tradicional de la economía del bienestar. Para los utilitaristas el bienestar se asocia con la maximización de la utilidad social, resulta de la simple adición de las utilidades individuales, independientemente de la forma en cómo éstas se distribuyen entre los distintos miembros de la sociedad (Reyes & Rains , 2014).

Según Stiglitz (2006), el bienestar social se refiere al bienestar general de una sociedad, en el sentido de que afirma: Este bienestar puede especificarse como la suma del bienestar de todos los individuos en una sociedad, se puede expresar en términos de una base beneficio o dinero. También se puede medir por la eficiencia de Pareto, los métodos de utilidad cardinal rara vez se usan en teoría pura porque los problemas de



agregación los hacen imprecisos y dudosos, excepto en ideas muy generales que son ampliamente cuestionado.

Por otro lado, Stiglitz (2006) analiza la economía del bienestar desde un punto de vista ordinal, afirmando: “La economía del bienestar generalmente acepta las preferencias individuales como referencia básica y propone mejoras del bienestar de la situación A hacia la situación B. Si en menos una persona prefiere B y ninguna otra lo desapruueba, entonces no hay necesidad de una unidad de cuantificación de mejora del bienestar general o única” (Reyes & Rains , 2014).

Actualmente, la teoría económica propone varias formulaciones en las que se estudian y proponen nuevos enfoques del bienestar económico, uno de los cuales es el enfoque del bienestar económico neto (BEN) propuesto por James Tobin, utiliza el Producto Interior Bruto (PIB) para el cálculo, Philippe Saint Marc por su parte ideó la Ecuación de la Felicidad, en la que "la satisfacción de la población está determinada por el nivel de vida ajustado de la renta per cápita y su dispersión, condiciones de vida como trabajo, vivienda, ocio, etc, y medio ambiente (Reyes & Rains , 2014).

2.3 Marco conceptual

a. Microemprendimientos. “Son de micro escala, mayormente de origen familiar en promedio de tres (3) trabajadores por unidad de producción. En su mayoría, es una alternativa a la obtención de un empleo (o auto empleo) en el que no existen más parámetros para esa colocación que las habilidades poseídas en un momento determinado por el individuo, independientemente de su sexo, edad y otro tipo de criterio”. (Del Rosario, 2007).

b. Bienestar social. Es una condición lograda, que esta a su vez se expresa en varios aspectos de la vida del ser humano en convivencia social, estos aspectos de la vida social son recogidos evaluando el nivel logrado en la satisfacción de las necesidades sociales fundamentales. El bienestar social se orienta a la medición de aspectos materiales y no materiales de naturaleza económica y social de manera objetiva (Actis Di, 2008).

c. Empleo. “Crear empleo estable, favoreciendo especialmente el acceso de personas en situación o riesgo de exclusión social, asegurando a cada persona condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y la asunción de responsabilidades”. (Askunze, 2007).



d. Ingresos. Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito; Los ingresos se consideran como tales en el momento en que se presta el servicio o se vende el producto, y no en el que se recibe el efectivo. (Cuajaro Cantú, 2005).

e. Innovación. “Una innovación es la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas”. (OCDE, 2005).

f. El desarrollo económico. “Se ha definido como el proceso por el cual se aumenta el producto nacional bruto real per cápita de un país (PNB) o el ingreso durante un período de tiempo determinado con incrementos continuos en la productividad per cápita”. (Angúlo, 2012)

g. Igualdad. “Promover la igualdad en las relaciones y satisfacer de manera equilibrada los intereses de todas las personas protagonistas en las actividades de la empresa o de la organización”. (Askunze, 2007).

h. Cooperación. “Favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización”. (Askunze, 2007).

i. Pobreza. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2003) afirma que la pobreza es un fenómeno social y económico complejo de múltiples facetas y causas que abarcan privaciones en los aspectos del bienestar individual y colectivo. El problema es que, si un individuo tiene privaciones -falta de empleo, problemas de salud, vivienda indigna, mala alimentación, etc.-, es decir, si su bienestar individual está afectado, difícilmente podrá superarse y lograr metas colectivas que mejoren su calidad de vida.

j. Nivel de vida. “El nivel de vida es el bienestar material con el que cuenta una persona, es decir, la cantidad de bienes y servicios que posee y/o puede adquirir. Esto dependerá directamente de su nivel de ingresos.”. (Urzúa & Caqueo, 2012)

k. Persona natural. “Es una persona que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. Al constituir tu negocio como Persona Natural, asumes todas obligaciones. Esto significa que aceptas asumir la responsabilidad y garantizas con tu



patrimonio y bienes el pago de las deudas u obligaciones que pudiera contraer la empresa”. (gob.pe, 2019).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

HG: Los microemprendimientos inciden positivamente en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

2.4.2 Hipótesis específicas

H.E.1: Los microemprendimientos son determinantes significativos en los ingresos de las familias de la Provincia de Cusco - 2021.

H.E.2: Los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

H.E.3: Los microemprendimientos determinan positivamente el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco -2021.

2.5 Variables e indicadores

2.5.1 Identificación de variables

V.1. Microemprendimientos

V.2. Bienestar Económico - Social de las familias

2.5.2 Conceptualización de las variables

a. Microemprendimientos. “Son de micro escala, mayormente de origen familiar en promedio de tres trabajadores por unidad de producción. En su mayoría, es una alternativa a la obtención de un empleo (o auto empleo) en el que no existen más parámetros para esa colocación que las habilidades poseídas en un momento determinado por el individuo, independientemente de su sexo, edad y otro tipo de criterio”. (Del Rosario, 2007)

b. Bienestar social. El bienestar social se orienta a la medición de aspectos materiales y no materiales de naturaleza económica y social de manera objetiva (Actis Di, 2008); y es una condición lograda, que esta a su vez se expresa en varios aspectos de la vida del ser humano en



convivencia social, estos aspectos de la vida social son recogidos evaluando el nivel logrado en la satisfacción de las necesidades sociales fundamentales.

c. Bienestar económico: Como medida del bienestar económico, la cantidad de bienes materiales y servicios útiles producidos por un país, dividido entre el número de sus habitantes (lo que se conoce con el nombre de PIB per cápita) o alguna medida directamente relacionada (Duarte & Jiménez, 2007).



2.5.3 Operacionalización de variables

Tabla 2.

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
V. I. Microemprendimientos	“Son de micro escala, mayormente de origen familiar en promedio de tres trabajadores por unidad de producción. En su mayoría, es una alternativa a la obtención de un empleo (o auto empleo) en el que no existen más parámetros para esa colocación que las habilidades poseídas en un momento determinado por el individuo, independientemente de su sexo, edad y otro tipo de criterio”. (Del Rosario, 2007) .	Los Microemprendimientos son acciones encadenadas a lograr un desarrollo, que serán medidos por el número de ideas de negocio que genera cada familia.	Económica	Número de microemprendimientos.
				Capacidad financiera propia
				Capacidad crediticia
				Inversión
V. D. Bienestar Económico Social	<p>Bienestar económico: Como medida del bienestar económico, la cantidad de bienes materiales y servicios útiles producidos por un país, dividido entre el número de sus habitantes (lo que se conoce con el nombre de PIB per cápita) o alguna medida directamente relacionada (Duarte & Jiménez, 2007).</p> <p>El bienestar social: se orienta a la medición de aspectos materiales y no materiales de naturaleza económica y social de manera objetiva (Actis Di, 2008); y es una condición lograda, que esta a su vez se expresa en varios aspectos de la vida del ser humano en convivencia social, estos aspectos de la vida</p>	Se mide a través de las características de las familias considerando el ingreso y la manera en que los individuos emplean las capacidades adquiridas para el trabajo.	Económica	Ingresos de las familias
				Número de actividades económicas.
				Canasta básica familiar
				Número de población empleada.
				Número de población desempleada.
			Social	Acceso a educación



	social son recogidos evaluando el nivel logrado en la satisfacción de las necesidades sociales fundamentales.			Acceso a salud
				Acceso a servicios básicos

Fuente: Elaborado en base al marco teórico del presente trabajo de investigación.



CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Alcance de la investigación

El alcance es **descriptivo - correlacional** porque consiste en ir acumulando una considerable cantidad de conocimientos sobre el mismo tema además que permite medir conceptos y definir las variables, busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Asimismo, conocer la relación o asociación que existe entre ambas variables de estudio que son los microemprendimientos y el Bienestar Social. (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2 Diseño de la investigación

La investigación tiene un diseño **no experimental transversal**, no experimental porque se trata de estudios en los que no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014).

Y a la vez la investigación es transversal porque recolectan datos en un solo momento, tiempo único su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un tiempo determinado.

3.3 Tipo de investigación

El tipo de investigación es **descriptivo – correlacional**, se considera descriptivo en primer lugar porque se describe la información recabada sobre los conceptos y variables de la presente investigación, y correlacional porque esta tiene el fin de conocer el grado de relación entre las variables de microemprendimientos y el bienestar Económico - social. (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014).

3.4 Enfoque de investigación

Según (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014) el enfoque **cuantitativo** representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatoria, reflejando la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación. El cual se fundamenta en la medición de variable o conceptos contenidos en las hipótesis.



La investigación es de enfoque cuantitativo ya que para medir la incidencia de la investigación se cuantifican los resultados debido a que se hace uso de un cuestionario como instrumento, el cual permite recoger datos cuantitativos.

3.5 Población y muestra de la investigación

3.5.1 Población

La población está conformada según la organización jurídica por las personas naturales de la Provincia de Cusco creadas en el último trimestre del año 2020 que conforman un total 2395 miembros de acuerdo a los datos estadísticos del INEI, este dato representa la población.

3.5.2 Muestra

La muestra es un subgrupo de la población o universo que interesa, sobre la cual se recolectan los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2014); dicha muestra es calculada con la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ_{\infty}^2 - pq}{(N - 1)E^2 + Z_{\infty}^2 pq}$$

Donde:

N = Tamaño poblacional

Z = Nivel de confiabilidad

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso.

E = Error de estimación

Teniendo un valor de N del tamaño de la población de un total de 2395, según a la tabla de distribución de Gauss el valor de Z será 1.65 a un nivel de confianza del 90%, dado que no existen datos previos de las probabilidades de éxito y fracaso se considera distribuir las probabilidades por igual, siendo 50% probabilidad de éxito (p) y 50% probabilidad de fracaso (q); de igual forma se considera un margen de error máximo permisible del 10%.

$$n = \frac{2395(1.65)^2(0.5)(0.5)}{(2395 - 1)0.1^2 + (1.65)^2(0.5)(0.5)}$$



$n = 66.2085$

La muestra de la presente investigación es de **66 personas** a las que se encuestaron.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1 Técnicas

La técnica para el presente trabajo de investigación da lugar a establecer contacto con los encuestados y con la información del trabajo de campo se pudo conocer y describir las variables de estudio de los microemprendimientos y el Bienestar Económico - Social, por lo que se aplicó como **técnica encuesta** para ambas variables de estudio.

3.6.2 Instrumentos

El instrumento del presente trabajo de investigación es el **cuestionario** que contiene un conjunto de preguntas destinada a recoger, procesar y analizar la información sobre las variables de estudio que son los microemprendimientos y el Bienestar Económico - Social.

3.7 Procesamiento de datos

Para el presente trabajo de investigación, una vez obtenida la información de la muestra de estudio, se procesó los datos de la recolección de información a través de los cuestionarios, para luego procesar los datos con el uso de software estadístico del SPSS. Y para conocer la asociación entre las variables se aplicó una prueba estadística y para los análisis descriptivos, se presentan en tablas y figuras con sus frecuencias para la interpretación de cada una de ellas.



CAPÍTULO IV

CONTEXTO SITUACIONAL DE LA PROVINCIA DEL CUSCO

4.1 Análisis económico social de la Provincia del Cusco

4.1.1 Análisis Situacional en Educación

4.1.1.1 Función educación según tipo de servicio

El distrito del Cusco ha evidenciado un total de 249 instituciones educativas, entre pública de gestión directa, pública de gestión privada y por último gestión privada; es decir, la población estudiantil opta por realizar estudios en centros educativos públicos.

Tabla 3.

Función educación según tipo de vivienda

Función Educación	Pública de gestión pública	Pública de gestión privada	Privada	Total
Instituciones Educativas (I.E.)	136	8	105	249
Locales Escolares	62	5	101	168

Fuente: Patrón de Instituciones Educativas y Programas (PATRON). Estadística de la calidad Educativa (ESCALE)-MINEDU (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.1.2 Instituciones educativas por programas activos, según dependencia 2017

Las I.E. del distrito Cusco corresponde a un total de 147 centros educativos privados, 153 centros educativos públicos y 13 públicas de gestión privada en los diferentes programas educativos.

Tabla 4.

Instituciones educativas por programas activos, según dependencia 2017

I.E. por programas activos, según dependencia - 2017			
Programas educativos	Pública de gestión directa	Pública de gestión privada	Privada
Primaria	30	4	36
Secundaria	12	3	27



Básica alternativa - avanzado	6	0	5
Básica alternativa - inicial e intermedio	7	0	0
Básica especial	2	0	0
Básica especial - inicial	1	1	0
Básica especial - primaria	1	1	0
Inicial - cuna	0	0	0
Inicial - cuna - jardín	1	0	9
Inicial - jardín	30	3	42
Inicial prog. No escolarizado	58	0	0
Superior artística	2	-	0
Superior pedagógica	0	1	2
Superior tecnológica	0	0	7
Técnico productivo	3	0	19
Total	153	13	147

Fuente: Patrón de Instituciones Educativas y Programas (PATRON). Estadística de la calidad Educativa (ESCALE)-MINEDU (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.2 Análisis situacional salud

En salud se tiene el siguiente diagnóstico el cual se identifica que a nivel distrital hay 224 establecimientos de Salud por categoría y condición, dentro de ello se encuentra con mayor concentración los centros de salud de categoría I.1 con un total de 33 establecimientos, pero sin embargo es importante recalcar que del total de establecimientos se tiene a 163 de estos que no tienen ninguna categoría.

Tabla 5.
Establecimientos de salud, según condición de funcionamiento, 2017

Establecimientos de salud, según condición de funcionamiento, 2017		
Condición	categoría	total
En funcionamiento	I-1	33
	I-2	11
	I-3	11
	I-4	2
	II-1	0
	II-2	0
	II-E	3
	III-1	1
	III-2	0



III-E	0
Sin categoría	163
TOTAL	224

Fuente: Información actualizada según fuente publicada el 06 de abril de 2018- Registro Nacional de Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (RENIPRESS). (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.2.1 Acceso al seguro de Salud

En cuanto al acceso al seguro de salud se tiene que el 28.7% de la población cuenta con seguro, servicios prestados por Essalud, mientras el 16.5% de la población cuenta con Seguro Integral de Salud (SIS) y 1.3% accede al seguro de FFAA PNP, todos los seguros mencionados anteriormente son pertenecientes al estado, también por otro lado se tiene que el 2.3% cuenta con seguro privado y el 0.6% otro tipo de seguro. (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

Tabla 6.
Acceso al seguro de salud

ACCESO AL SEGURO DE SALUD		
SEGURO DE SALUD	TOTAL	PROPORCIÓN
Essalud	20095	28.70%
FFAA PNP	932	1.30%
Seguro privado	1611	2.30%
SIS	11562	16.50%
Otro	418	0.60%
No tiene	35436	50.60%

Fuente: (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.2.2 Desnutrición crónica

En el distrito del Cusco se obtuvo que en los últimos años la incidencia de desnutrición crónica en niños menores de 5 años viene disminuyendo; es así, que en el año 2017 se registró el 12.30% de niños con desnutrición crónica; sin embargo, se tiene un avance en la reducción de esta brecha con respecto a los años anteriores.



Tabla 7.
Desnutrición crónica

RUBRO	2016	2017
PORCENTAJE DE NIÑOS MENORES DE 5 AÑOS CON DESNUTRICIÓN CRÓNICA - DISTRITO DE CUSCO	12.50%	12.30%

Fuente: (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.3 Análisis situacional – Transporte

En el sistema vial del distrito del Cusco, se ha determinado que 2.65 km de vías vecinales pavimentadas que requieren asfaltado y de las vías no pavimentadas es necesario atender con afirmado el 9.11 km, y atender el 3.66 km de trochas carrozables.

Tabla 8.
Red de Vías Vecinales

RED DE VÍAS VECINALES	
Longitud de vías vecinales (Km)	Total, de vías
Pavimentada	
Asfalto	13.79
No pavimentada	
Afirmado	47.33
Sin afirmar	0
Trocha	19
Total	80.12

Fuente: (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.4 Análisis situacional – Vivienda, Desarrollo Urbano y Saneamiento

4.1.4.1 Número de viviendas y hogares

En el distrito del Cusco, según el registro del censo 2017 se tiene 21 387 viviendas, cifra menor al número de hogares que alcanza a 21 767.



Tabla 9.
Número de viviendas y hogares

INDICADORES DE RESULTADO INICIAL	
Número total de vivienda	21,387
Número total de hogar	21,767

Fuente: Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH)-INEI (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.4.2 Según tipo de Vivienda

Estas se caracterizan por ser en su mayoría casas independientes con una proporción de 70.9% del total de viviendas. Por otro lado, también se encuentran viviendas en casa vecindad los que representan al 18.0%, así también se encontró el 6.1% que corresponde a departamento en edificio y finalmente se hallan el 4.9% de viviendas en quinta.

Tabla 10.
Tipo de vivienda

casa independiente	15,162	70.90%
departamento en edificio	1,302	6.10%
vivienda en quinta	1,052	4.90%
vivienda en casa vecindad (callejón, solar o corralón)	3,856	18.00%
choza o cabaña	1	0.00%
vivienda improvisada	7	0.00%
local no destinado para habitación humana/otro	7	0.00%

Fuente: Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH). (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.4.3 Cobertura de acceso a servicios

En el distrito del Cusco la cantidad de viviendas que cuentan con acceso al servicio de agua es de 98%; así también, el 96% accede al servicio de saneamiento y el 91% a telefonía; estos indicadores evidencian la brecha existente en dichos servicios.



Tabla 11.
Cobertura de acceso a servicios

viviendas en ccpp	total	cobertura
con acceso a agua	20,938	98%
con acceso a saneamiento	20,611	96%
con acceso a electricidad	21,452	100%
con acceso a telefonía	21,452	91%
con acceso a paquete completo	19,432	86%

Fuente: (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.4.4 Según tipo de abastecimiento de agua en la vivienda

La cantidad de viviendas que están conectadas a una red pública dentro de la vivienda de agua potable asciende al número de 17 531, esta cifra llega a significar que el 82% de viviendas posee este tipo de servicio; asimismo, se puede verificar que el 13% de las viviendas cuentan con red pública fuera de la vivienda, pero dentro del edificio; esta situación y otros conlleva a determinar que existe una brecha de 18.0%.

Tabla 12.
Tipo de abastecimiento de agua en la vivienda

Tipo de abastecimiento de agua en la vivienda	Total	Cobertura
Red pública dentro de la vivienda	17,531	82%
Red pública fuera de la vivienda, pero dentro del edificio	2,802	13%
Pilón de uso publico	297	1%
Camión- cisterna u otro similar	1	0%
Pozo	143	1%
Rio, acequia, manantial o similar	527	2%
otro tipo	86	0%

Fuente: Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH). Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.1.4.5 Servicios higiénicos que tiene la vivienda

En el distrito del Cusco se registra que del total de viviendas 17,401, el 81% cuentan con acceso a red pública dentro de la vivienda, el 14% accede a red pública fuera de la vivienda 48 (dentro del edificio), también se da la utilización de los ríos o acequias o canal y pozo séptico



con 2% y 1% de viviendas cuentan con pozo ciego o negro/letrina. Sin embargo, se ha determinado que el 2% de las viviendas no tienen acceso a algún tipo de servicios higiénicos. Considerando la información del SISFOH –INEI 2013, se tiene una brecha de cobertura del 18.6% de viviendas que no acceden a los servicios adecuados de saneamiento.

Tabla 13.
Tipo de servicio higiénico que tiene la vivienda

Servicios higiénicos que tiene la vivienda	total	cobertura
Red pública dentro de la vivienda	17,401	81%
red pública fuera de la vivienda, pero dentro del edificio	2,904	14%
Pozo séptico	342	2%
Pozo ciego o negro/letrina	168	1%
rio, acequia o canal	59	0%
no tiene	513	2%

Fuente: Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH)/INEI-2013
(Municipalidad Provincial del Cusco, 2019)

4.2 Análisis situacional económico

El Perú país como popularmente lo conocen a nivel internacional y mundial como “Perú país de emprendedores”, ello debido a que somos un país con las tasas más altas de emprendedores a nivel internacional; a pesar de vivir actualmente la pandemia de la Covid-19, la cuarentena y la emergencia sanitaria que se sigue viviendo durante meses y se sigue atravesando por la misma situación, todo ello cambio drásticamente el panorama para todos nosotros y más aún para el emprendedor peruano. Según el informe Técnico de empleo del INEI indica que en el 2020 la tasa de desempleo a nivel nacional es de 7,4%, esto quiere decir que 1,193,200 quedaron desempleadas es decir que las personas buscaron activamente un empleo, comparado con el porcentaje del 2019 de personas desempleadas que fue 3.9%, la diferencia entre el 2019 y 2020 es de 3,5% de tasa de desempleo; esto indica un crecimiento exponencial con respecto al año anterior.

A pesar de la dura realidad y la severidad de la crisis económica que se está atravesando, las personas buscaron una forma de salir adelante y ello se comprueba con el número de empresas existentes que para el 2020 ascendió a 2,777,424 lo que significó un crecimiento con respecto al año anterior 2019 que se tiene a un total de empresas en stock de 2,734,618 y con respecto al 2018 se tiene 2,393,033, como se puede observar en la siguiente tabla se ve que

existe un crecimiento en cuanto al número de empresas anualmente, en la tabla también se puede observar el número de empresas dadas de altas y bajas, con altas se interpreta que son aquellas empresas que entran al mercado y las bajas son aquellas que salen del mercado, en cuanto a los datos totales que muestra el cuadro y que se describió previamente se tiene que el total de la cantidad de empresas está conformada según la organización jurídica como; persona natural (con negocio), aquellas que están constituidas como sociedad anónima y la empresa individual con responsabilidad limitada entre otras, para dicho análisis se consideró a la persona natural (con negocio) como microemprendedores debido a que tienen las mismas características que lo definen.

Tabla 14.
Stock de empresas de los años 2018, 2019 y 2020 en el Perú

Concepto	2018	2019	2020
Stock al inicio del periodo	2,430,812	2,699,130	2,701,066
Altas 1	70,547	66,743	83,170
Bajas 2	-45,052	-30,793	-7,469
Otros ingresos y salidas	-63,274	-461	657
Variación meta 4	25,495	35,950	75,701
Stock al final del periodo	2,393,033	2,734,619	2,777,424

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

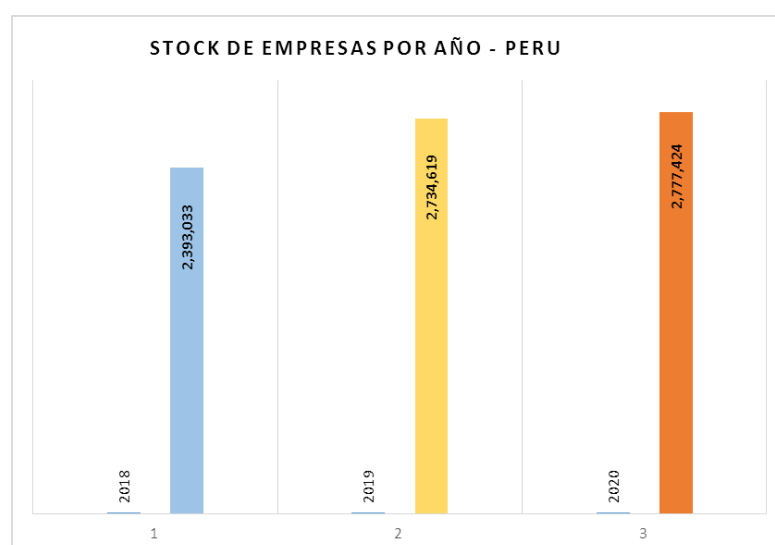


Figura 3. Stock de empresas de los años 2018, 2019 y 2020 en el Perú

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.



Asimismo, en el siguiente cuadro se puede observar a las personas naturales (con negocio) consideradas como Microemprendedores a nivel nacional, tanto aquellas empresas dadas de alta y dadas de baja.

Tabla 15.
Personas Naturales dadas de alta y baja; 2018, 2019 y 2020

PERÚ			
	2018	2019	2020
Altas	45706	40833	51983
Bajas	24763	19427	7264

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla se observa la variación de altas y bajas de personas naturales a nivel nacional, teniendo que para el 2018 se tenía 45,706 personas, mientras que para el año 2019 se tuvo 40,833 personas y para el 2020 se tuvo 51,983 personas, concluyendo que hubo un incremento para el año 2020, en cambio con respecto a las bajas de personas naturales se observa que el año 2018 se tuvo 24,763 personas, el año 2019 se tuvo 19,427 personas y en el año 2020 se tuvo 7,264 personas dadas de baja.

Estos resultados del incremento de personas naturales dadas de alta para el 2020 se debe a que las personas decidieron emprender como persona natural por razones de necesidad y oportunidad debido a la coyuntura de la pandemia de la covid-19, se apreció que muchas familias iniciaron a emprender a consecuencia de la falta de empleo, pérdida de empleo, necesidad económica y vieron como una forma de salir adelante a través del emprendimiento.

De igual forma se tienen los siguientes datos en cuanto a personas naturales dadas de alta y baja según la actividad económica a la que se dedican



Tabla 16.
Perú: Personas naturales dadas de alta y baja, según actividad económica, 2018, 2019 y 2020

Actividad económica	Altas				Bajas			
	2018	2019	2020	Estructura %	2018	2019	2020	Estructura %
Total	45706	40833	51983	100,0	24763	19427	7264	100,0
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	543	413	610	1,2	421	380	108	1,5
Explotación de minas y canteras	207	302	403	0,8	1497	338	46	0,6
Industrias manufactureras	3154	2696	3083	5,9	2405	1680	461	6,3
Construcción	365	336	337	0,6	190	154	42	0,6
Venta y reparación de Vehículos	1251	1117	1458	2,8	793	662	193	2,7
Comercio al por mayor	5918	5457	7504	14,4	3675	2744	1159	16,0
Comercio al por menor	16577	14774	23291	44,4	6214	5156	2795	38,5
Transporte y almacenamiento	4127	3747	3597	6,9	2883	3038	638	8,8
Actividades de alojamiento	464	390	339	0,7	157	143	66	0,9
Actividades de servicio de comida y bebidas	5782	5095	4643	8,9	1650	1406	521	7,2
Información y comunicaciones	308	236	303	0,6	144	149	74	1,0
Servicios prestados a empresas	1605	1493	1678	3,2	1334	960	306	4,2
Salones de belleza	1070	965	902	1,7	156	171	96	1,3
Otros servicios	4335	3812	3835	7,4	3244	2446	759	10,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.



En la tabla se observa las variaciones de altas y bajas de emprendimientos formados como personas naturales según actividad económica respecto a los años 2018, 2019 y 2020. Teniendo así que la mayor cantidad de personas naturales dadas de alta son; el comercio con 16,577 personas para el año 2018, para el año 2019 se tiene 14,774 personas dadas de alta y 23,291 personas para el año 2020 siendo el 44,4% del total para dicho año, la actividad que sigue es el comercio al por mayor teniendo 5,918 personas para el 2018, el año 2019 se tuvo 5,457 personas y para el año 2020 se tuvo 7,504 personas siendo el 14.4% del total, así mismo la actividad de servicio de comida y bebidas para el año 2018 tuvo 5,782 personas, el año 2019 tuvo 5,095 personas y para el 2020 se tuvo 4,643 siendo el 8,9% del total, a la vez se observó que la actividad de construcción, información y comunicaciones tuvieron un 0,6% con respecto al año 2020 y así como también las actividades de alojamiento tuvieron pocos números dados de alta siendo el 0,7% con respecto al año 2020.

Mientras que las actividades que fueron dados de baja a nivel nacional con más porcentaje fue el comercio al por menor teniendo para el año 2018 un numero de 6,214 personas, el año 2019 se tuvo 5,156 personas y el año 2020 se tuvo 2,795 personas siendo el 38,5% del total, así mismo se observa que el comercio al por mayor tiene el 16% con respecto al año 2020 con un numero de 1,159 personas dadas de baja, el año 2019 se tuvo 2,744 personas y 3,675 personas para el año 2018 dadas de baja, la actividad de transporte y almacenamiento tuvo como resultado que para el año 2018 hubo 2,883 personas dadas de baja, 3,038 personas para el 2019 y para el año 2020 se tuvo 638 personas que hacen un 8,8% del total para el 2020, se concluye a la vez que las actividades con menos porcentaje son construcción y explotación de minas y canteras con un 0,6%.

Estas variaciones demuestran que para el año 2020 hubo más personas naturales que se dieron de alta más que de bajas, y las actividades a las que se dedicaron en mayor porcentaje son comercio al por menor y mayor, servicio de distribución de comidas y bebidas, transporte y almacenamiento, debido a que son estas actividades más rentables.

4.2.1 Los emprendimientos en la Región y Provincia de Cusco

A nivel regional entre las principales actividades económicas que contribuyen a la economía regional se tiene al sector turismo, comercio, transporte, construcción, entre otros; teniendo que la actividad turística antes de la pandemia de la covid - 19 era una de las



principales actividades de fuentes de ingreso, sin embargo a consecuencia de la pandemia se vio afectada con una caída del 75% en este sector, limitando la capacidad de generación de empleo e ingresos, por lo que actualmente se viene implementando proyectos para promover el turismo. Así mismo se tiene que las demás actividades entraron en crisis a principios de la pandemia es por ello que las empresas, microempresarios, comerciantes se tuvieron que reinventar para poder sobrellevar la situación.

A causa de la crisis sanitaria que se sigue viviendo y la que afectó a muchas de las actividades económicas de la región y Provincia del Cusco, se incrementó el desempleo, llegando a tener tasas de desempleo en la región del 28.4% en el año 2020.

En la ciudad del Cusco, así como en otras regiones el sector comercio fue incrementando ya que las personas encontraron una forma de salir adelante creando nuevos emprendimientos, creando su propio empleo, reinventado sus negocios, aprendiendo nuevas actividades e innovando.

Por consiguiente, se tiene en los siguientes cuadros un análisis de la situación empresarial en la ciudad del Cusco, teniendo así la siguiente tabla donde se analiza el segmento empresarial del Cusco.

Tabla 17.
Segmento empresarial del Cusco 2017, 2018 y 2019

SEGMENTO	AÑO		
	2017	2018	2019
EMPRESARIAL CUSCO			
EMPRESAS	89,795	91,507	106,826
MICROEMPRESAS	86,930	88,598	103,707
PEQUEÑA EMPRESA	2,351	2,366	2,550
GRAN Y MEDIANA	174	182	199

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

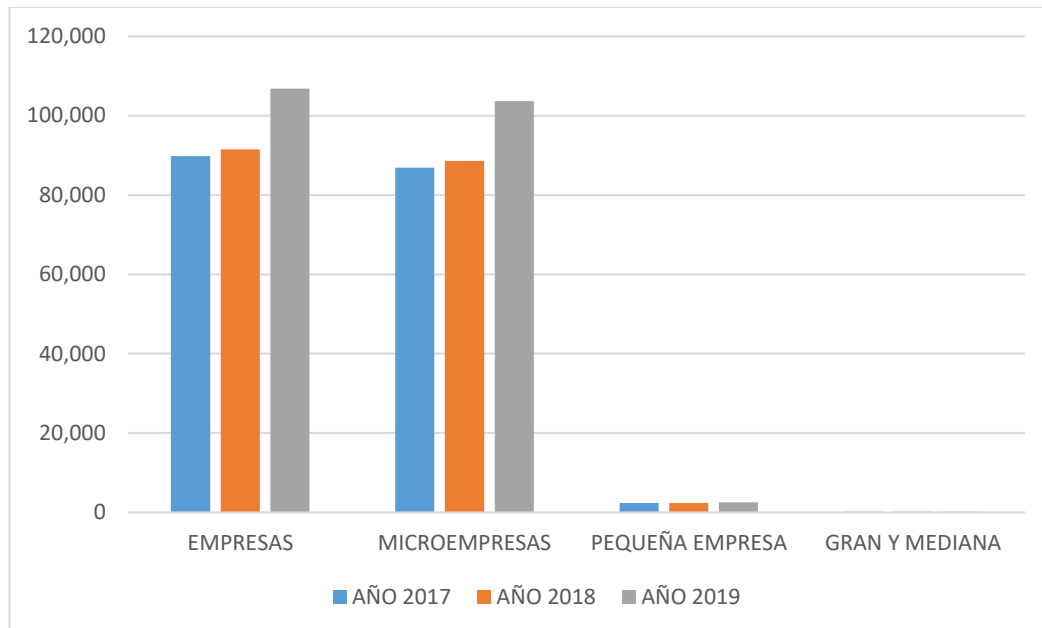


Figura 4. Segmento empresarial del Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 17 y la figura 4 se puede observar un análisis del segmento empresarial en el Cusco, teniendo que para el año 2017 había 89,795 empresas, 91,507 empresas el año 2018 y 106,826 empresas el año 2019; así mismo se tiene que con respecto a las microempresas el año 2017 hubo 86,930 microempresas, 88,598 el año 2018 y 103,707 microempresas el año 2019; en la pequeña empresa para el año 2017 se tuvo 2,351, el año 2018 hubo una cantidad de 2,366 y para el año 2019 hubo 2,550 pequeñas empresas y finalmente para la gran y mediana empresa se tiene que el año 2017 se tuvo 174, para el año 2018 se tiene 182 y para el año 2019 una cantidad de 199.

Se observa que hay un incremento cada año lo cual es favorable ya que permite la generación del empleo y asimismo la generación de riqueza, pudiéndose así disminuir el desempleo en la ciudad del Cusco.

Tabla 18.
Actividad manufacturera en el Cusco 2017, 2018 y 2019

ACTIVIDAD MANUFACTURERA CUSCO	AÑO		
	2017	2018	2019
EMPRESAS	6,471	6,546	7,693
MICROEMPRESAS	6,330	6,408	7,550
PEQUEÑA EMPRESA	133	130	136
GRAN Y MEDIANA	7	7	7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

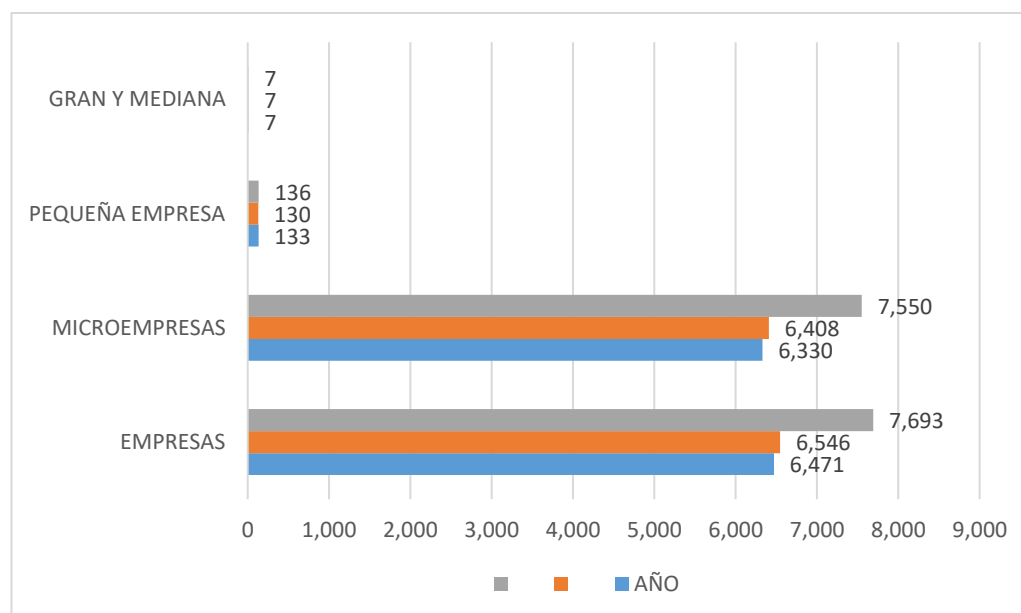


Figura 5. Actividad manufacturera en el Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 18 y Figura 5 se observa la actividad manufacturera en el Cusco según tipos de empresas, teniendo así en primer lugar que la cantidad de empresas que dedican a la actividad manufacturera en el año 2017 es de 6,471 empresas, el año 2018 se tiene 6,546 empresas y para el año 2019 un total de 7,693 empresas; por otro lado se tiene un número de microempresas de 6,330 para el año 2017, 6,408 el año 2018 y 7,550 microempresas para el año 2019; con respecto a la pequeña empresa se tiene 133 para el 2017, 130 el año 2018 y 136 el año 2019, y para la gran y mediana empresa se tiene una cantidad de 7 dedicados al sector de manufactura para los 3 años.



Se aprecia que para el año 2019 hubo un incremento significativo con respecto al año 2017, teniendo que la actividad manufacturera en la ciudad del Cusco es importante para el crecimiento de la economía de la región.

Tabla 19.
Actividad comercial en el Cusco 2017, 2018 y 2019

ACTIVIDAD	AÑO		
	2017	2018	2019
COMERCIAL CUSCO			
EMPRESAS	42,275	42,756	48,359
MICROEMPRESAS	41,185	41,654	47,212
PEQUEÑA EMPRESA	994	1,001	1,043
GRAN Y MEDIANA	95	100	103

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

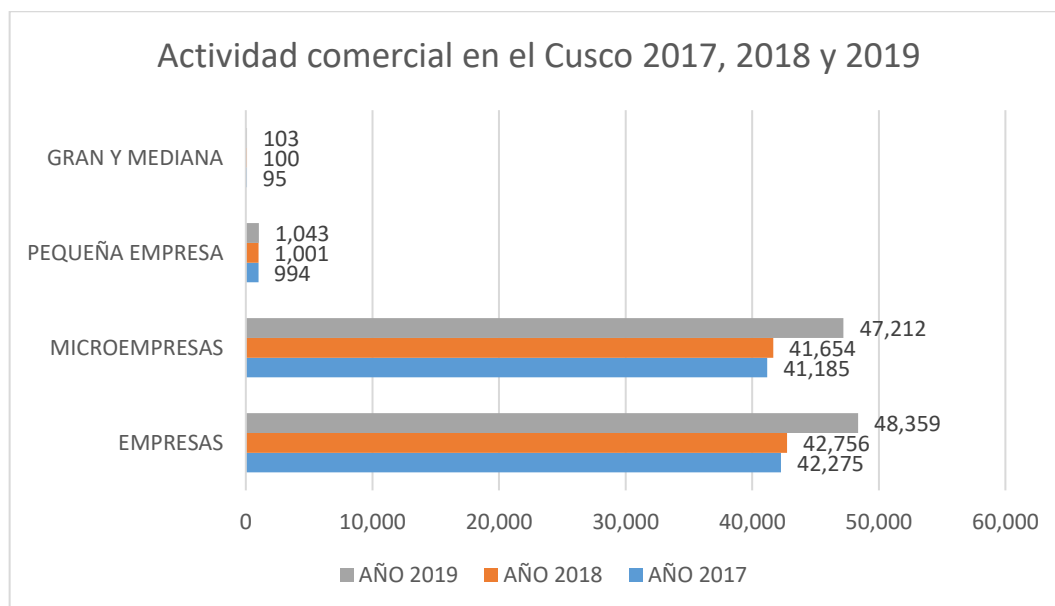


Figura 6. Actividad comercial en el Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 19 y figura 6 se muestra la actividad comercial en la ciudad del Cusco teniendo 42,275 empresas dedicadas al comercio para el año 2017, un 42,756 empresas el año 2018 y 48,359 empresas para el año 2019; con respecto a las microempresas dedicadas al comercio se tiene que para el año 2017 hubo 41,185, el año 2018 se tuvo 41,654 y para el año 2019 se tiene 47,212 microempresas, mientras tanto la pequeña empresa para el año 2017 se



tiene 994 pequeñas empresas, el año 2018 tuvo 1001 y para el año 2019 se tuvo 1043 y en cuanto a la gran y mediana empresa se tiene 95 para el año 2017, 100 para el año 2018 y 103 para el año 2019.

Como se ve la actividad comercial es la más predominante en la ciudad del Cusco y la que tiene mayor cantidad, teniendo que cada año hay un crecimiento significativamente en este sector aportando al PBI de la región y a la vez ayudando al bienestar socioeconómico de la población.

Tabla 20.
Actividad de Servicios en el Cusco 2017, 2018 y 2019

ACTIVIDAD DE SERVICIOS CUSCO	AÑO		
	2017	2018	2019
EMPRESAS	37,506	38,597	46,345
MICROEMPRESAS	36,075	37,143	44,754
PEQUEÑA EMPRESA	1,039	1,038	1,155
GRAN Y MEDIANA	55	58	68

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

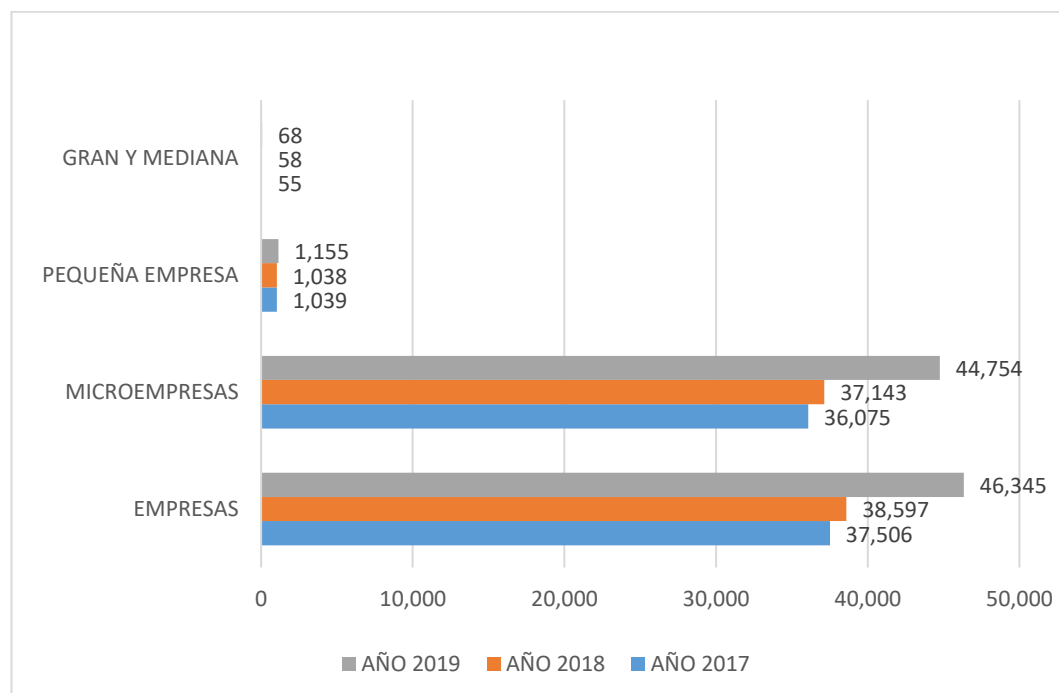


Figura 7. Actividad de Servicios en el Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.



En la tabla 20 y figura 7 se tiene el análisis de la actividad de servicios en el Cusco, teniendo en primer lugar a las empresas con una cantidad de 37,506 empresas dedicadas a servicios para el año 2017, para el año 2018 se tiene 38,597 empresas y para el año 2019 se tiene 46,345 empresas, en torno a las microempresas se tiene 36,075 para el año 2017, el año 2018 se tuvo una cantidad de 37,143 y el año 2019 se tiene 44,754 microempresas, así mismo se tiene que el año 2017 se tuvo 1,039 pequeñas empresas, 1,038 para el año 2018 y 1,155 para el año 2019, y finalmente se tiene para la gran y mediana empresa una cantidad de 55 para el año 2017, 58 para el año 2018 y para el año 2019 una cantidad de 68 gran y medianas empresas.

Con respecto a los datos mencionados previamente se puede concluir que la actividad de servicios en la región del Cusco tiene un incremento con respecto al año 2019, viendo que esta actividad crece cada vez aportando a la generación del empleo y a la vez a ofrecer diversas actividades que puedan satisfacer las necesidades de la población.

Tabla 21.
Constituidas como Sociedad Anónima en el Cusco 2017, 2018 y 2019

CONSTITUIDAS COMO SOCIEDAD ANÓNIMA CUSCO	AÑO		
	2017	2018	2019
EMPRESAS	4,045	4,714	5,679
MICROEMPRESAS	3,461	4,100	4,993
PEQUEÑA EMPRESA	505	530	607
GRAN Y MEDIANA	79	84	79

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

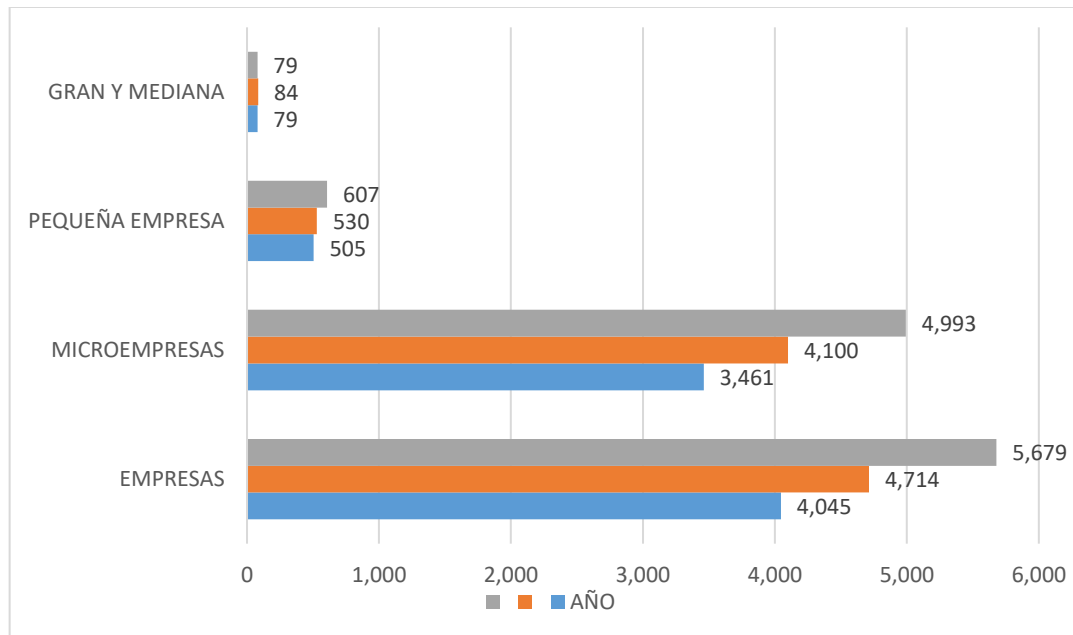


Figura 8. Constituidas como Sociedad Anónima en el Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 21 y figura 8 se muestra las diferentes empresas constituidas como Sociedad Anónima en el Cusco, teniendo así que en el año 2017 se tuvo 4,045 empresas, el año 2018 se tuvo 4,714 empresas y para el año 2019 se tuvo 5,679 empresas; de igual forma se tiene a las microempresas constituidas como S.A. teniendo así 3,461 para el año 2017, para el año 2018 una cantidad de 4,100 y el año 2019 se tiene 4,993 microempresas; con respecto a las pequeñas empresas se tiene que el año 2017 se tuvo 505, el año 2018 se tuvo 530 y para el año 2019 se tuvo 607 pequeñas empresas y con respecto a la gran y mediana empresa constituida como S.A. se tiene 79 empresas para el año 2017, para el 2018 se tiene 84 y para el año 2019 se tuvo una cantidad de 79 gran y medianas empresas constituidas como sociedad Anónima.

Tabla 22.
Constituidas como persona natural en el Cusco 2017, 2018 y 2019

CONSTITUIDAS COMO PERSONA NATURAL CUSCO	AÑO		
	2017	2018	2019
EMPRESAS	73,239	73,050	85,301
MICROEMPRESAS	72,210	72,526	84,746
PEQUEÑA EMPRESA	521	516	547
GRAN Y MEDIANA	8	8	8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

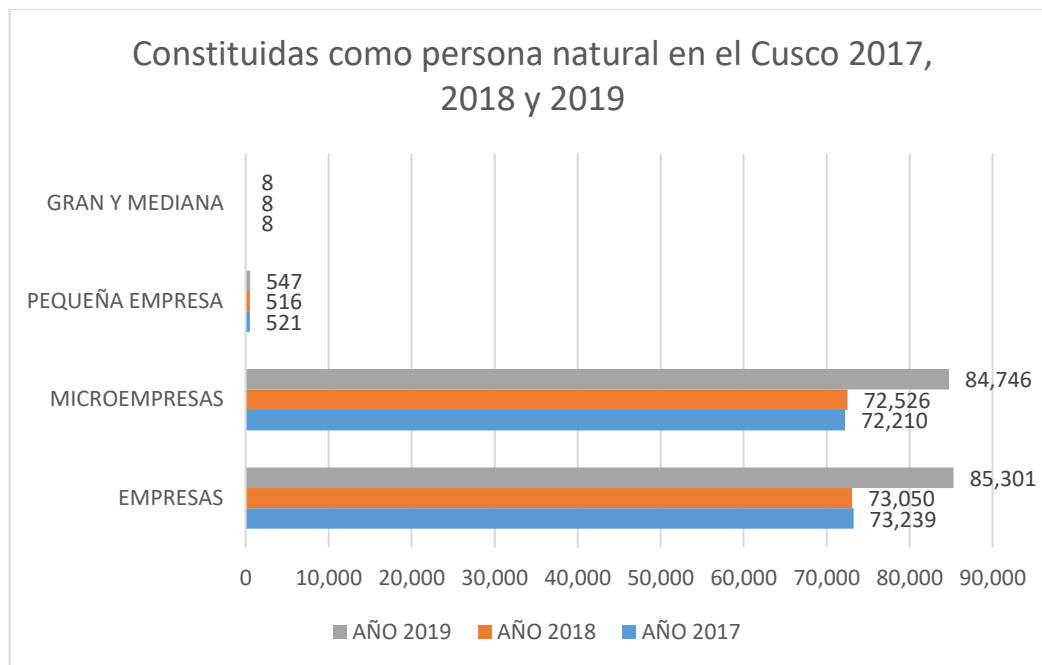


Figura 9. Constituidas como persona natural en el Cusco 2017, 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 22 y la figura 9 se observa las variaciones de los tipos de empresas constituidas como persona natural en la región del Cusco, teniendo así en primer lugar a las empresas constituidas como persona natural con una cantidad de 73,239 para el 2017, y para el año 2018 se tiene 73,050 y el año 2019 se tuvo 85,301 empresas, de igual forma con las microempresas que están constituidas como personas naturales se tiene 72.210 para el año 2017, para el año 2018 una cantidad de 72,526 y para el año 2019 se tiene 84,746 microempresas; con respecto a las pequeñas empresas se constituyeron 521, para el año 2017, para el año 2018 se tiene 56 y para el año 2019 una cantidad de 547 pequeñas empresas y finalmente para la gran y mediana empresa se tiene que para los 3 años la cantidad es de 8 lo cual estuvo constante en esos años.



Tabla 23.

Empresas por sectores constituidas como persona natural por sexo en el Cusco 2018 y 2019

CONSTITUIDAS COMO PERSONA NATURAL POR SEXO - CUSCO	AÑO							
	2018				2019			
	HOMBRE		MUJER		HOMBRE		MUJER	
	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%
EMPRESAS	33,594	46.0	39,456	54.0	40,431	47.4	44,870	52.6
MANUFACTURERA	3,504	63.0	2,061	37.0	4,107	62.8	2,430	37.2
COMERCIO	15,575	40.4	22,967	59.6	17,986	41.4	25,443	58.6
SERVICIOS	13,348	49.0	13,909	51.0	16,812	50.6	16,439	49.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

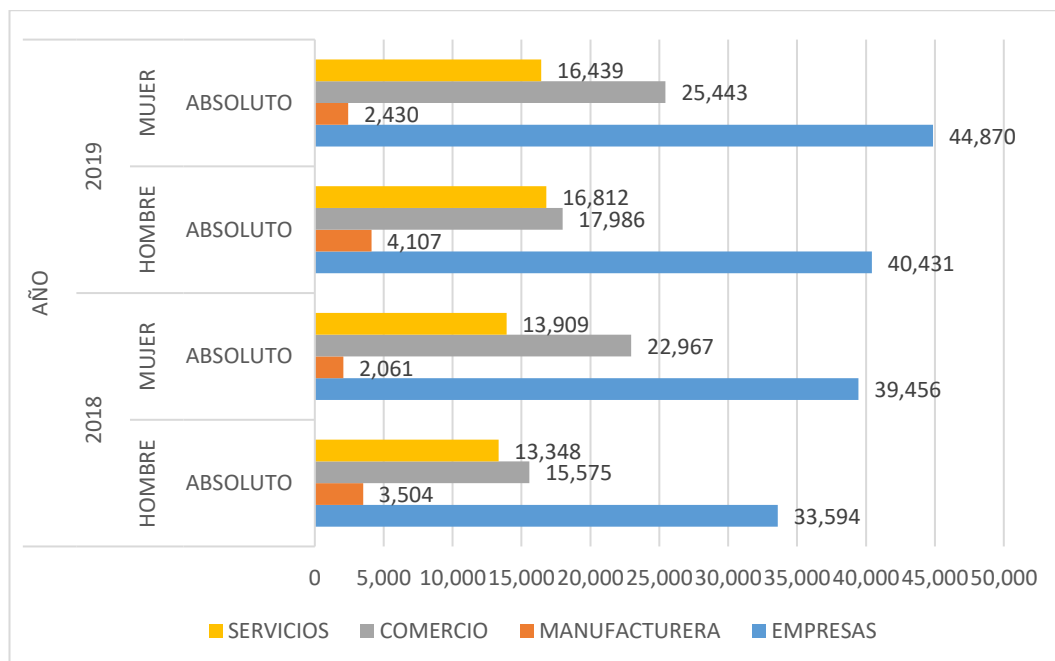


Figura 10. Empresas por sectores constituidas como persona natural por sexo en el Cusco 2018 y 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

En la tabla 23 y figura 10 se muestra las empresas constituidas como persona natural por sexo en la región del Cusco teniendo que para el año 2018 la cantidad de 46% de empresas constituidas por hombres, mientras que las mujer tuvo un 54%, en la actividad de manufactura se tiene que los hombres tienen un porcentaje mayor teniendo un 63% a diferencia de las



mujeres que cuentan con un 37%, en la actividad de comercio se tiene que un 40.4% de empresas las constituyen los hombres, mientras que un 59.6% lo hacen las mujeres y en la actividad de servicios para el año 2018 se tiene a un 49% de hombres y las mujeres un 51%. Así mismo se tiene para el año 2019 con respecto a las empresas un porcentaje de varones de 47.4% mientras que hay un 52.6% de mujeres que constituyen una empresa en este sector, en el sector manufacturera para el año 2019 se tiene a un porcentaje mayor de 62.8% a diferencia de las mujeres que son un 37.2%, en cuanto a la actividad comercio se tiene a un 41.4% de hombres en este rubro y a un 58.6% de mujeres, deduciendo que las mujeres se dedican más a la actividad comercio, y finalmente se tiene la actividad de servicios teniendo que los hombres cuentan con un porcentaje de 50.6% y las mujeres un 49.4%.

Se puede observar el incremento de empresas en la región a lo largo de estos años, teniendo que para el 2018 se crearon 2,547 empresas como también se le dicen empresas dadas de alta es decir que entraron al mercado, asimismo se tiene para el 2019 un ligero incremento con respecto al año anterior teniendo 2,574 empresas nuevas que ingresaron al mercado para ese año, sin embargo, para el 2020 hubo un crecimiento mayor a años anteriores con 3539 empresas dadas de alta. Con respecto a las empresas dadas de baja, consideradas estas a aquellas empresas que salen del mercado, se tiene que para el año 2018, salieron del mercado 1,425 empresas, para el año 2019 se tuvo 1,311 empresas dadas de baja, mientras que para el año 2020 solo se tuvo 309 empresas que salieron del mercado es decir dadas de baja.

Tabla 24.
Empresas dadas de altas y bajas de la Región Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020

Concepto	2018	2019	2020
Altas	2,547	2,574	3,539
Bajas	1,425	1,311	309

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

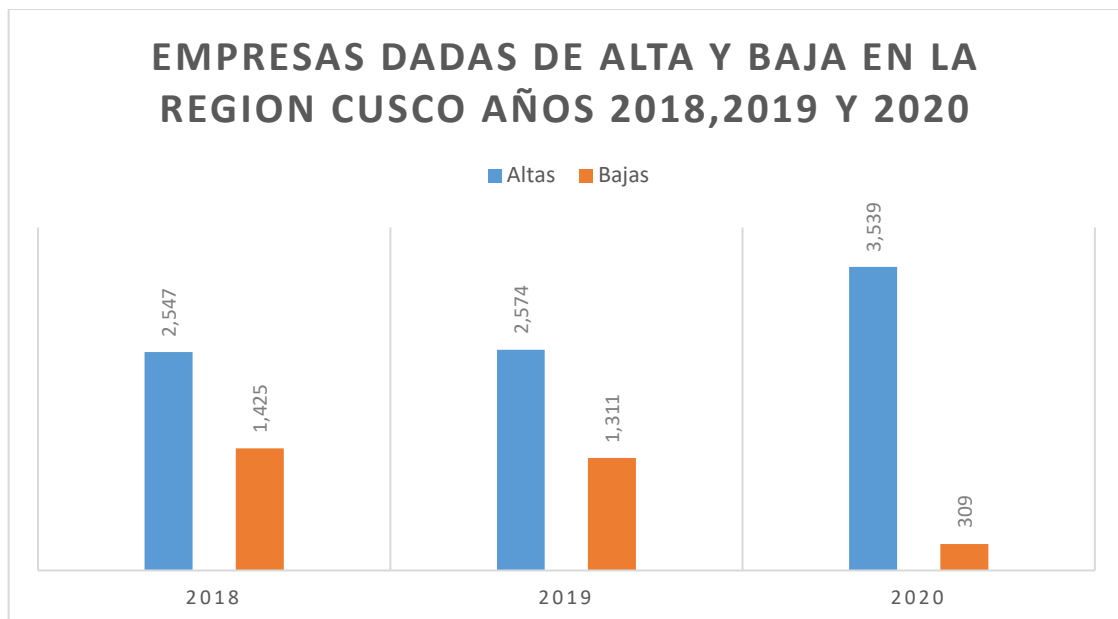


Figura 11. Empresas dadas de altas y bajas de la Región de Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Los Cusqueños frente a esta situación sanitaria empezaron a emprender con ideas de negocio que fluyeron ante la necesidad, desempleo y adversidad, creando desde pequeños emprendimientos como la venta de artículos, artesanía, implementos de bioseguridad, productos alimenticios, ropa, calzados, y demás, permitiéndoles así obtener ingresos.

Por consiguiente en la tabla 25 y figura 12 se puede observar el número de personas naturales (con negocio) dadas de alta y baja en los últimos años, considerando a estas como microemprendedores, teniendo así para el año 2018 a 1,794 personas naturales dadas de alta esto quiere decir aquellas que ingresan al mercado, para el 2019 se tuvo a 1,721 personas dadas de alta y finalmente para el 2020 se tiene a 2,395 personas naturales dadas de altas, lo que significa que a lo largo de estos 3 años creció considerablemente el número de personas naturales dadas de alta en el 2020 respecto a los demás años. sin embargo, se tuvieron cifras menores en cuanto aquellas personas naturales (con negocio) dadas de baja teniendo así para 2018 a 918 personas que salieron del mercado, para el 2019 se tuvo 923 personas naturales dadas de baja, a diferencia del año 2020 solo se tuvo 302 personas naturales (con negocio) dadas de baja es decir que salieron del mercado.

Tabla 25.

Personas naturales (con negocio) dadas de altas y bajas de la Región Cusco de los años; 2018, 2019, 2020

Concepto	2018	2019	2020
Altas	1,794	1,721	2,395
Bajas	918	923	302

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

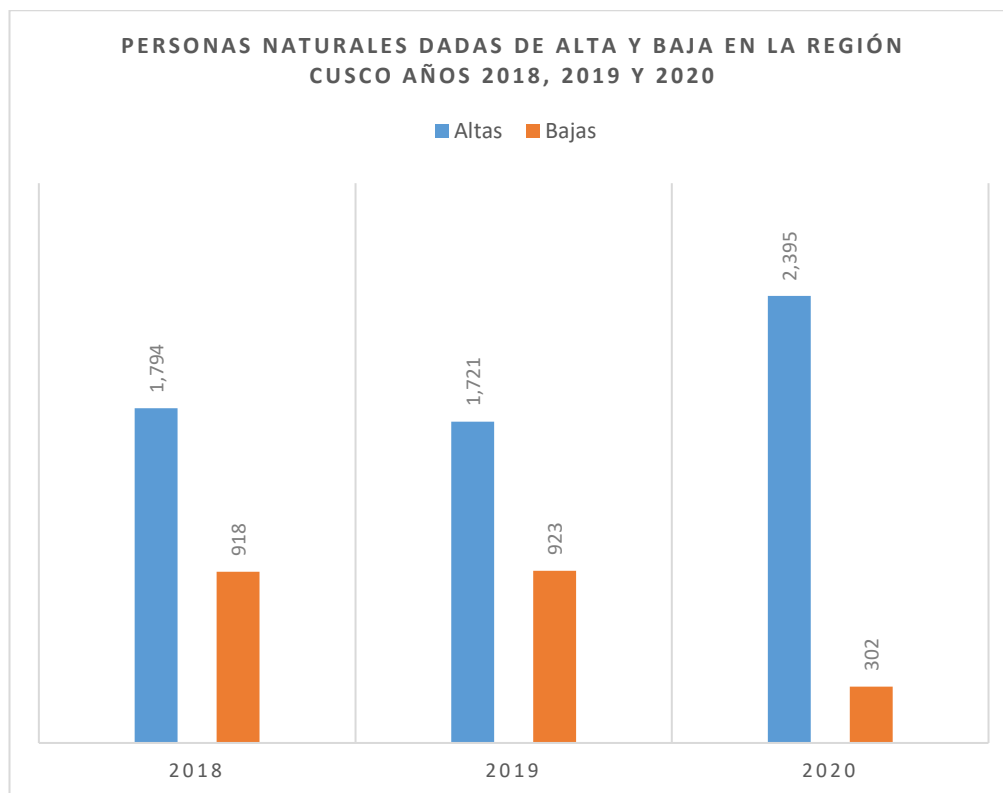


Figura 12. Personas Naturales (con negocio) dadas de altas y bajas en la Región Cusco de los años; 2018, 2019 y 2020

Fuente: Elaboración propia - Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

4.3. Aspecto tributario de los microemprendimientos

En el Perú, existen cuatro regímenes tributarios para las empresas: el Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), el Régimen Especial de Renta (RER), el Régimen MYPE Tributario (RMT) y el Régimen General (RG). La poca complementariedad que hay entre estos regímenes ha resultado en un sistema tributario complejo que genera diversas oportunidades para el arbitraje e incentiva el subreporte de ventas para eludir el pago de impuestos.



La gran mayoría de microemprendimientos inician con el nuevo régimen único simplificado RUS, en este Régimen Tributario se encuentran las personas que tienen un pequeño negocio cuyos clientes son consumidores finales y aquellos que desarrollan diversos oficios teniendo como ventajas en este régimen de; no llevar registros contables, solo efectúan un pago mensual, no están obligados a presentar declaraciones mensuales ni anuales, sin embargo, solo tienen la opción de emitir boletas de venta, en el que se paga un impuesto mínimo dependiendo del monto de ingresos que tengan mensualmente, el cual se detalla a continuación:

Tabla 26: Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS

Nuevo Régimen Único Simplificado - NRUS			
¿Cuánto pagar?	Categoría	Ingresos o compras mensuales en soles hasta:	Cuota mensual en soles:
	1	5,000	20
	2	8,000	50

Fuente: *Emprender SUNAT*

4.3.1. Informalidad Tributaria

La pandemia causada por el COVID-19 ha significado uno de los retrocesos económicos más grandes en la historia moderna del Perú. Dicho fenómeno no solo trajo consigo la pérdida de millones de empleos, sino también la extinción de más de medio millón de empresas formales. En un país “emprendedor” como el Perú, compuesto en más de un 99% por micro y pequeñas empresas (MYPES).

En la siguiente tabla se puede observar la tasa de informalidad anual a nivel nacional en la que se muestra que a lo largo de los años hay un incremento de la tasa de informalidad, creciendo en un porcentaje mayor para el 2020, llegando a tener una tasa de informalidad para este mismo año de 75.3%.

Tabla 27: Tasa de Informalidad en el Perú

Ámbito geográfico / Sexo	2017	2018	2019	2020
Nacional	72.5	72.4	72.7	75.3
Mujeres	76.1	75.3	75.8	77.3
Hombres	69.8	70.1	70.3	73.9

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.*



En la siguiente tabla se muestra la tasa de informalidad en el Cusco según las cifras del Instituto Nacional de Estadística (INEI) para el año 2020 alcanzó un 89.6%, observando así que para este año a diferencia de los anteriores años tuvo un incremento muy significativo y esto debido a la pandemia.

Tabla 28: Tasa de informalidad en la Región Cusco

Ámbito geográfico / Sexo	2017	2018	2019	2020
Cusco	82.5	81.6	81.7	89.6
Mujeres	84.4	82.4	84.3	90.2
Hombres	80.8	80.9	79.5	89.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Como se ha demostrado en los cuadros anteriores se tiene un gran porcentaje de informalidad y resulta clave entender que existen otros factores que desincentivan la formalización empresarial y el crecimiento, como costos laborales, administrativos y logísticos que no son claramente progresivos; sin embargo, para aprovechar el potencial de la apuesta por la digitalización es necesario atacar el problema de la informalidad a través de, principalmente, la reducción de los costos de la formalización, al mismo tiempo que se simplifican los trámites burocráticos, y se promueven programas desarrollo y financiamiento. En conjunto, se debe apostar por incrementar la competitividad y la productividad del tejido empresarial, a fin de incentivar el desarrollo y el crecimiento de las empresas.



CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación se aplicó el instrumento de investigación validado, encuesta, a una población conformada por las personas naturales con negocio creadas en el último trimestre del año 2020 de la Provincia de Cusco dicha clasificación se realizó según a la organización jurídica, dato recabado del INEI, el cual está conformada por una población total de 2,395, de este total se obtuvo una muestra probabilística de 66 encuestados, por ello es que se aplicó la encuesta a las personas naturales con negocio consideradas microemprendedores de la Provincia de Cusco; siendo los resultados los siguientes:

5.1 Resultados respecto a los objetivos específicos

5.1.1 Determinar que los microemprendimientos son determinantes en los ingresos de las familias en la Provincia del Cusco – 2021.

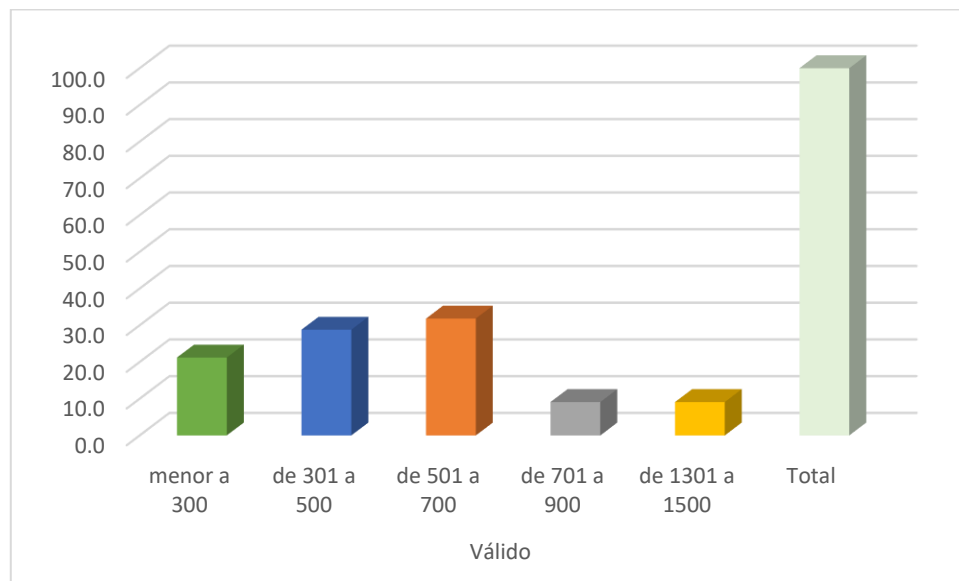
Tabla 29.
Promedio de soles mensuales para su canasta básica familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menor a 300	14	14.4	21.2	21.2
	de 301 a 500	19	19.6	28.8	50.0
	de 501 a 700	21	21.6	31.8	81.8
	de 701 a 900	6	6.2	9.1	90.9
	de 1301 a 1500	6	6.2	9.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia



Figura 13. Promedio de soles mensuales para su canasta básica familiar



Fuente: elaboración propia

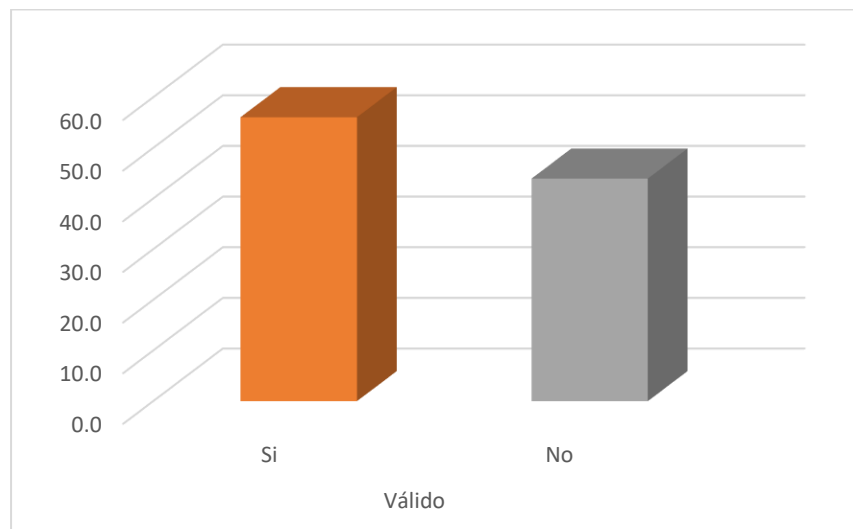
En la tabla 29 y en la figura 13 se puede observar los resultados con respecto a la pregunta inicial sobre cuanto destina un microempresario para su canasta básica familiar mensual y se obtuvo como resultados; que el 21.2% de encuestados destinan menos de 300 soles mensuales, el 28.8% destinan de 300 a 500 soles mensuales, el 31.8% destina de 501 a 700 soles mensuales, el 9.1% de 701 a 900 soles y así como también de 1301 a 1500 soles mensualmente, como se puede apreciar en los resultados mencionados, hay un porcentaje mayor de aquellos microempresarios que destinan un monto promedio aproximado de 501 a 700 soles mensualmente para su canasta básica familiar, y este resultado demuestra que se necesita más de medio sueldo mínimo para destinar a su canasta básica.

Tabla 30.
Ahorro mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	38.1	56.1	56.1
	No	29	29.9	43.9	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 14. Ahorro Mensual



Fuente: elaboración propia

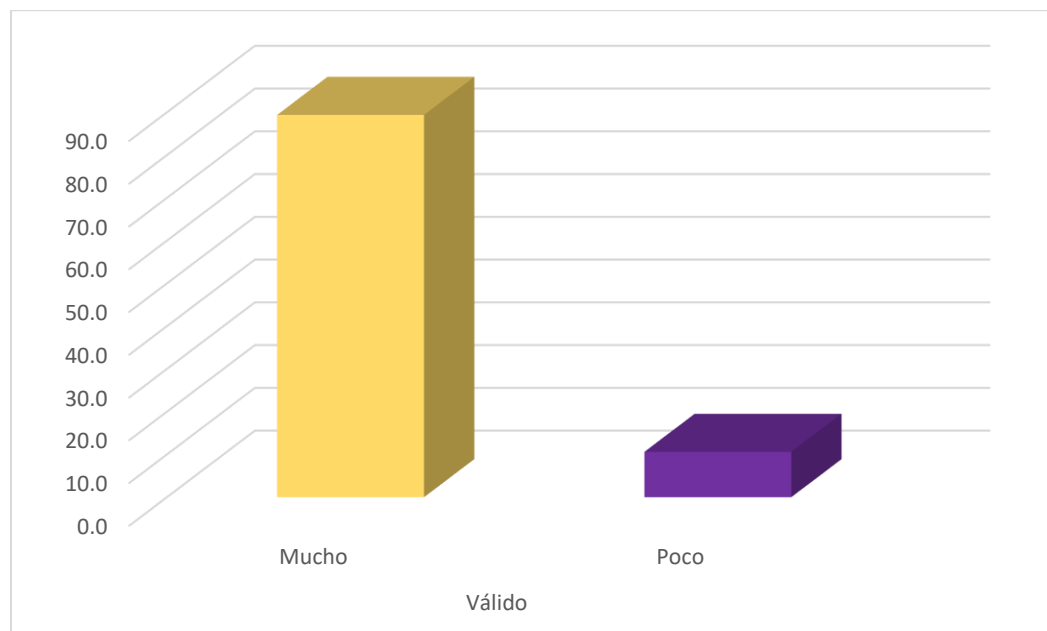
Según la encuesta realizada, en la tabla 30 y la figura 14 se tiene que el 56.1% si puede ahorrar del ingreso percibido de su microemprendimiento, mientras que el 43.9% no puede ahorrar del ingreso percibido de su microemprendimiento, de este resultado se infiere que en su mayoría de los microemprendedores en la Provincia del Cusco si pueden ahorrar, y así poder prever en un futuro cercano para cualquier necesidad.

Tabla 31.
Bienestar económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	59	60.8	89.4	89.4
	Poco	7	7.2	10.6	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 15. Bienestar Económico



Fuente: elaboración propia

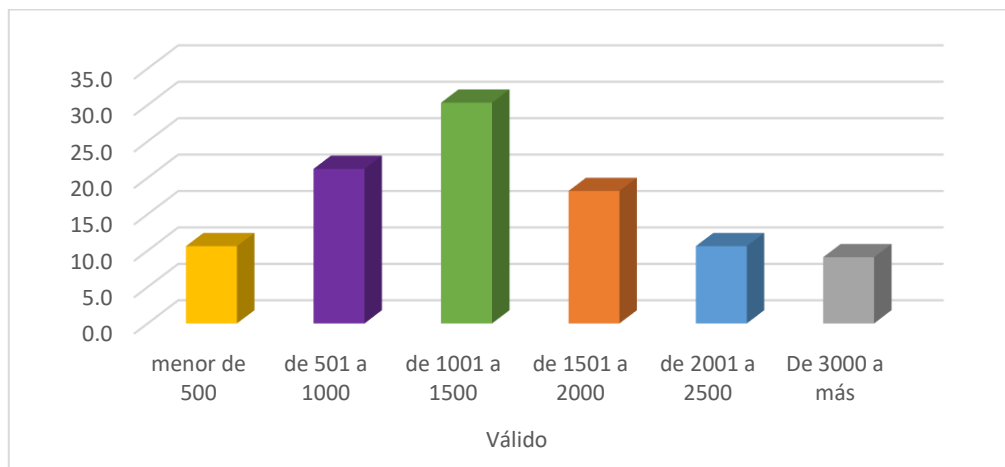
Según la encuesta realizada con respecto al bienestar económico de los microemprendedores, se tiene que del total, el 89.4% mejoró de manera significativa su bienestar económico, a diferencia del 10.6% que no mejoró de manera significativa su bienestar económico, datos mostrados en la tabla 31 y figura 15, por la tanto se concluye que la mayoría de encuestados a través de sus microemprendimientos obtuvieron resultados positivos por lo que se aprecia que emprender es una buena opción para sobresalir en la sociedad.

Tabla 32. Ingreso Mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menor de 500	7	7.2	10.6	10.6
	de 501 a 1000	14	14.4	21.2	31.8
	de 1001 a 1500	20	20.6	30.3	62.1
	de 1501 a 2000	12	12.4	18.2	80.3
	de 2001 a 2500	7	7.2	10.6	90.9
	De 3000 a más	6	6.2	9.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 16. Ingreso mensual



Fuente: elaboración propia

Según el estudio realizado con respecto a la pregunta de la percepción del ingreso mensual a través de su microemprendimiento, se tiene que el 10.6% percibe menos de 500 soles mensuales con su microemprendimiento, el 21.2% percibe de 501 a 1000 soles mensuales con su microemprendimiento, el 30.3% de 1001 a 1500 soles mensuales, el 18.2% percibe de 1501 a 2000, así mismo se tiene que el 10.6% percibe de 2001 a 2500 soles mensualmente, 9.1% de 3000 a más soles mensuales, todos estos resultados apreciados en la tabla 32 y así como en la figura 16 concluyendo que la mayoría de microemprendedores percibe un monto de 1001 a 15000 soles.

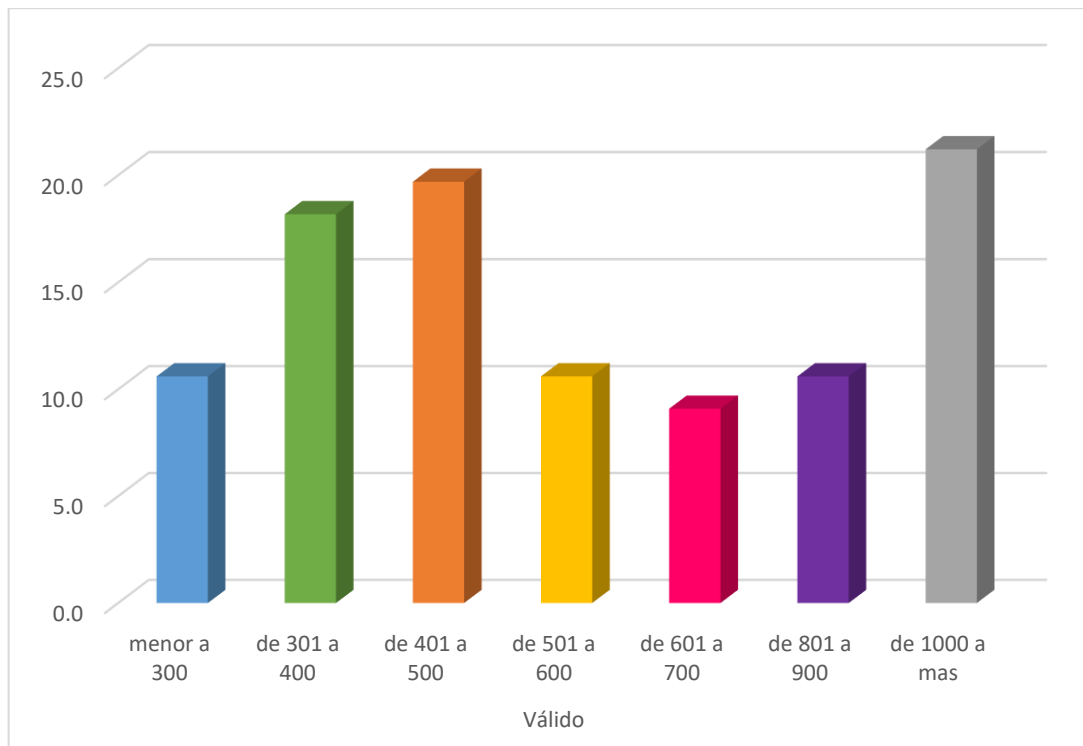
Tabla 33. Ingreso neto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menor a 300	7	7.2	10.6	10.6
	de 301 a 400	12	12.4	18.2	28.8
	de 401 a 500	13	13.4	19.7	48.5
	de 501 a 600	7	7.2	10.6	59.1
	de 601 a 700	6	6.2	9.1	68.2
	de 801 a 900	7	7.2	10.6	78.8
	de 1000 a mas	14	14.4	21.2	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia



Figura 17. Ingreso neto



Fuente: elaboración propia

En la tabla 33 así como en la figura 17 según la encuesta realizada, se tiene que el 21.2% tiene un ingreso neto mensual de 1000 soles a más con su microemprendimiento, el 18.2% tiene un ingreso de 301 a 400 soles netos mensuales con su microemprendimiento. el 19.7% percibe de 401 a 500 soles con su microemprendimiento, el 10.6% percibe un monto menor a 300 soles netos mensuales así como también de 501 a 600 soles netos mensuales y de igual forma de 801 a 900 soles netos mensuales de su microemprendimiento, y por último se tiene que el 9.1% percibe un monto de 601 a 700 soles netos mensuales de su microemprendimiento, por lo que se concluye que la mayoría de microemprendedores perciben un ingreso neto mayor a 1000 soles mensuales, debido a que cada vez hay más rentabilidad para los microemprendedores, a parte que estos mismos se ayudaron de herramientas como las redes sociales, y el marketing boca a boca que son las mejores opciones de vender el producto y por lo tanto poder así aumentar sus ingresos.



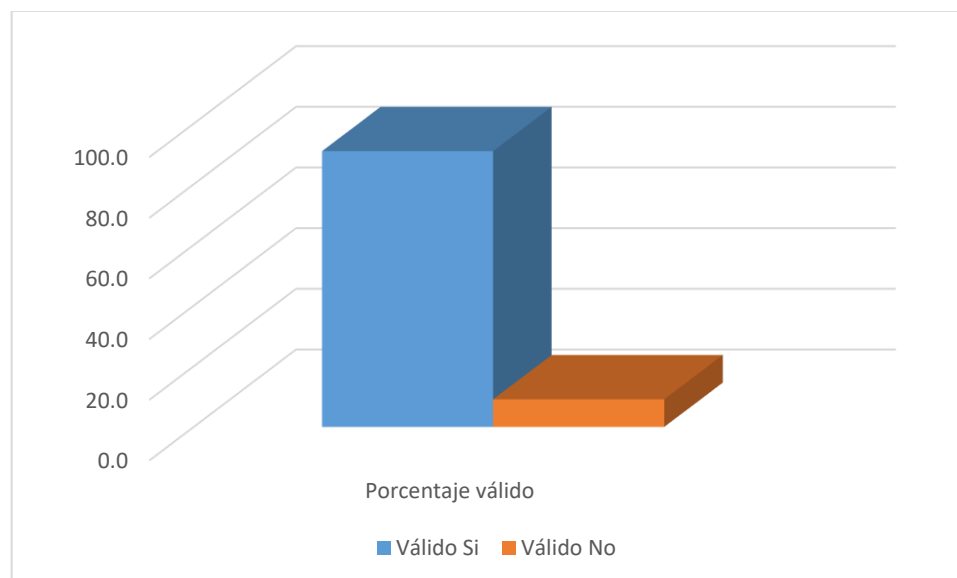
5.1.2 Determinar que los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

Tabla 34. Situación laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	60	61.9	90.9	90.9
	No	6	6.2	9.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 18. Situación laboral



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la pregunta de si cuenta con trabajo actualmente en la tabla 34 y en la figura 18 según la encuesta realizada, se tiene que el 90.9% si cuenta con trabajo actualmente, a diferencia del 9.1% que no cuenta con trabajo actualmente, significando que la mayoría de microemprendedores si cuenta con trabajo, y así estos mismos contribuyendo a los ingresos mensuales, a la vez satisfaciendo necesidades y poder tener una calidad de vida.

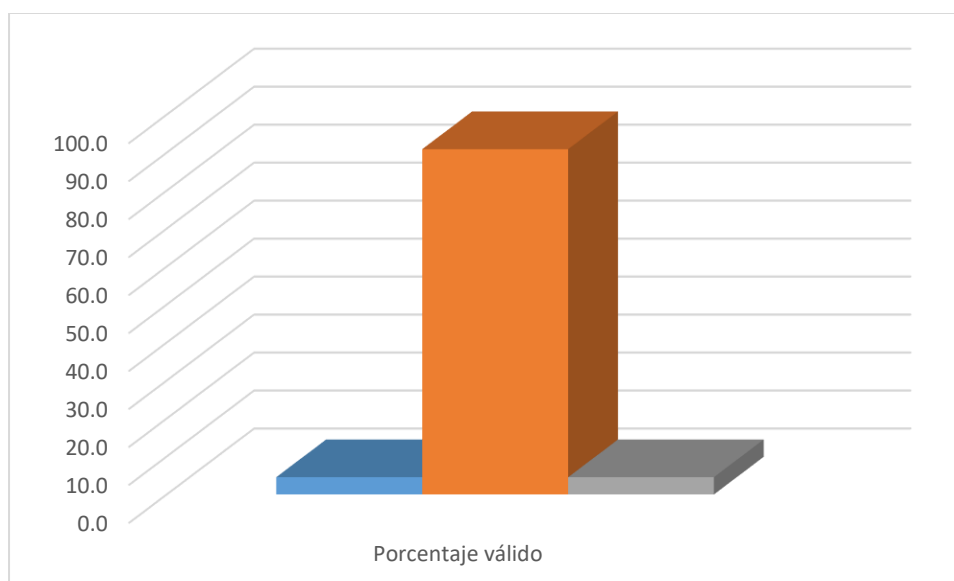


Tabla 35. Forma de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	dependiente	3	3.1	4.5	4.5
	independiente	60	61.9	90.9	95.5
	ambos	3	3.1	4.5	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 19. Forma de trabajo



Fuente: elaboración propia

En la tabla 35 según la encuesta realizada, se tiene que el 90.9% trabaja como persona independiente, el 4.5% trabaja como dependiente y ambos, por lo que se infiere que la mayoría trabaja independientemente en sus microemprendimientos, ya que en estos tiempos se ve que emprender es una alternativa de sobresalir en la sociedad actualmente, tener estabilidad económica, autonomía, flexibilidad con sus tiempos.

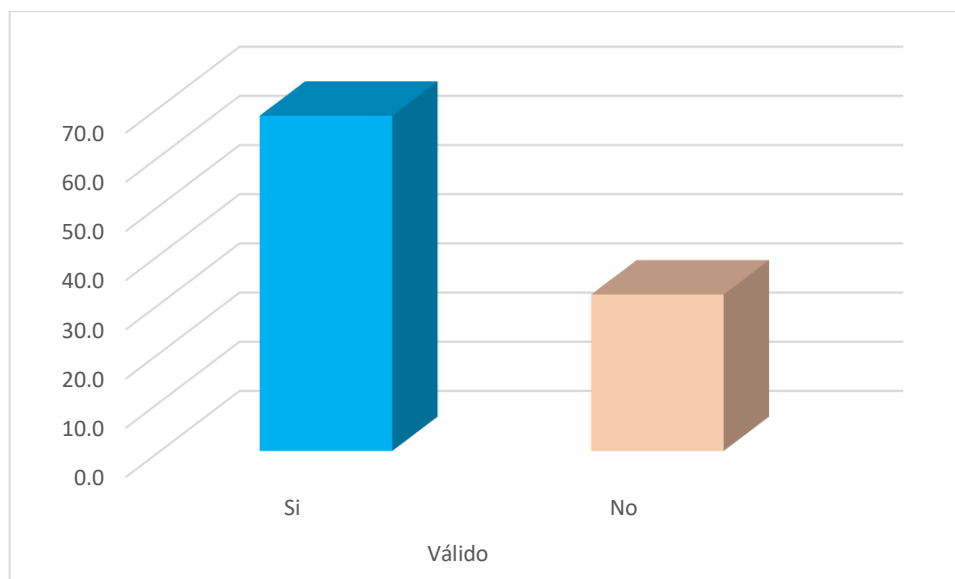


Tabla 36. Desempleo a causa de la pandemia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	45	46.4	68.2	68.2
	No	21	21.6	31.8	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 20. Desempleo a causa de la pandemia



Fuente: elaboración propia

Según la encuesta realizada, en la tabla 36 así como en la figura 20 se tiene que el 68.2% perdió su empleo a causa de la pandemia por covid-19, el 31.8% no perdió su empleo, concluyendo que hay un porcentaje significativo que a causa de la pandemia de la covid-19 perdieron su empleo, como se observa la pandemia afecta a todos, teniendo así incertidumbres, desigualdades, la crisis económica a nivel mundial, es por ello que la mayoría de personas tuvieron una necesidad de emprender y poder sobrellevar esta situación.

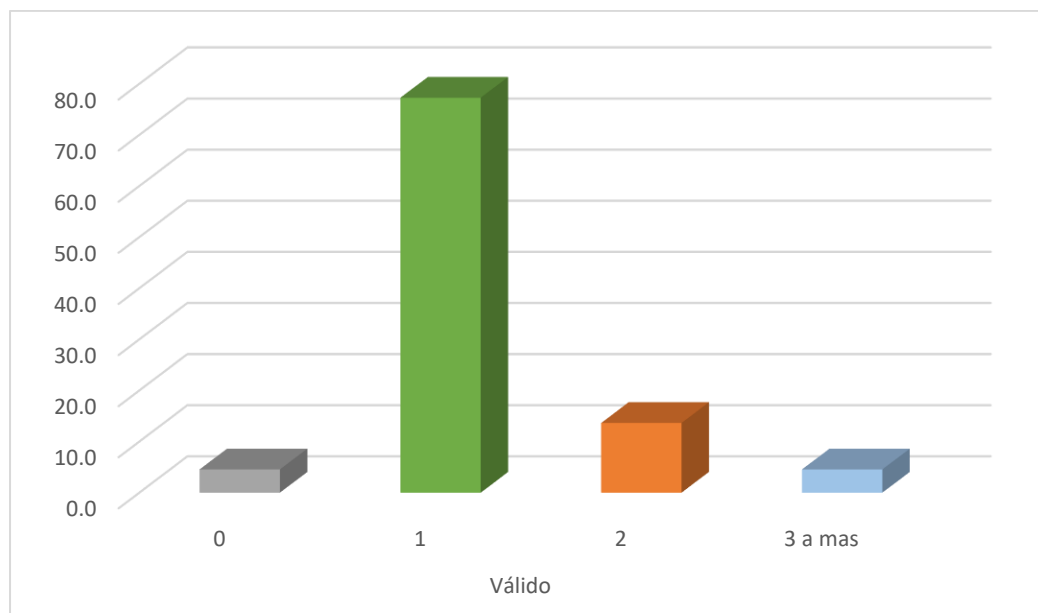


Tabla 37. Número de empleos por persona

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	3	3.1	4.5	4.5
	1	51	52.6	77.3	81.8
	2	9	9.3	13.6	95.5
	3 a mas	3	3.1	4.5	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 21. Número de empleos por persona



Fuente: elaboración propia

Según la encuesta realizada, se tiene en la tabla 37 y en la figura 21 que el 77.3% cuenta con 1 empleo, el 13.6% cuenta con 2 empleos, el 4.5% cuenta con 3 a más empleos, y el otro 4.5% no cuenta con empleo, por lo que se infiere que el mayor porcentaje de microemprendedores cuenta con 1 empleo lo que es su mismo microemprendimiento en sí, este resultado se debe a que la mayoría prefiere tener más estabilidad, administran sus tiempos, esforzarse por algo propio, a la vez que son autónomos y pueden aplicar su creatividad.

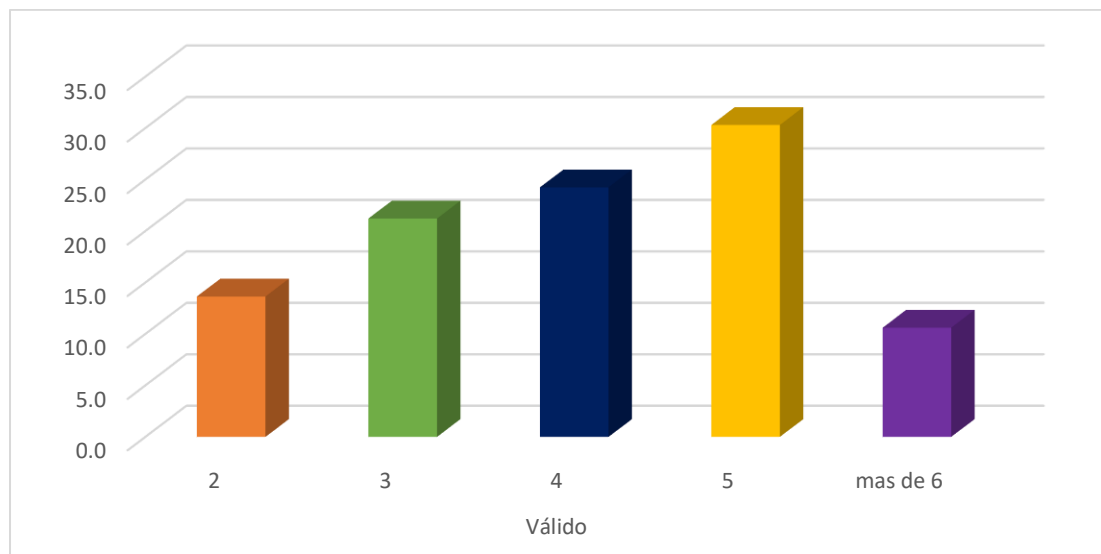


Tabla 38. Número de miembros por familia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	9	9.3	13.6	13.6
	3	14	14.4	21.2	34.8
	4	16	16.5	24.2	59.1
	5	20	20.6	30.3	89.4
	más de 6	7	7.2	10.6	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 22. Número de miembros por familia



Fuente: elaboración propia

Según la encuesta realizada, los resultados revelaron en la tabla 38 como en la figura 22 que un 30.3% de microemprendedores tienen una familia comprendida por 5 integrantes, cabe mencionar que no en todos los casos se tiene unidades familiares regulares es decir con ambos padres como sustento del hogar esto se puede deber a varios factores, seguidamente se tiene que un 24.2 de encuestados tiene una familia compuesta por 4 personas, de la misma forma se tiene que un 21.2% de la muestra tiene un hogar conformado por 3 personas, y en los extremos opuestos de la figura se encuentran; por un lado se tiene un 13.6% de microempresarios que tiene una familia compuesta por 2 personas y por otra parte al otro extremo se tiene a un 10.6% de personas encuestadas que tienen un hogar conformado por más de 6 miembros en su familia;



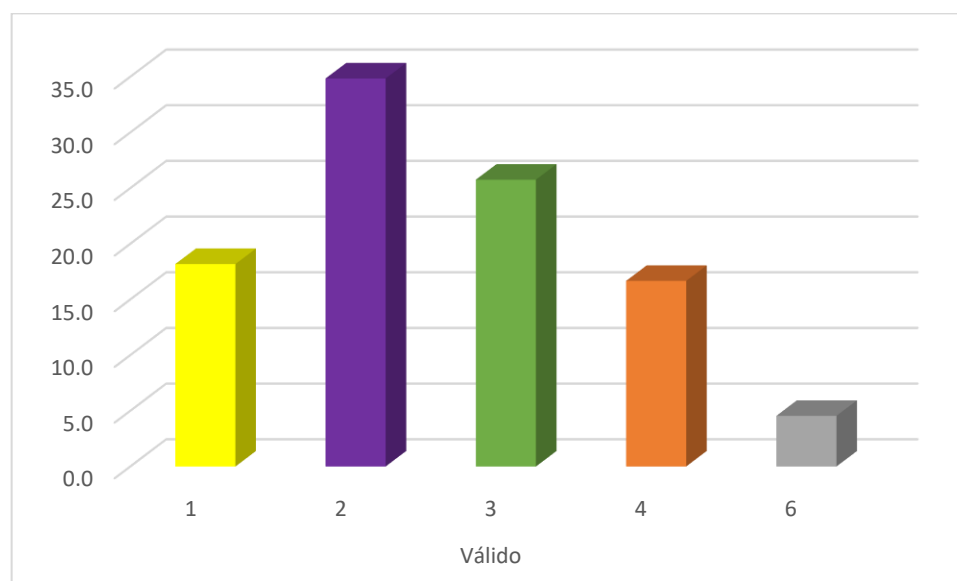
como se pudo apreciar en la descripción previa y en la figura anterior, se tiene como resultados que revelan que la mayoría de los encuestados tienen familias relativamente numerosas y por ello tratan de conseguir la mayor cantidad de recursos para poder sustentar sus hogares, ya que en la mayoría de encuestados la principal fuente de ingresos que tiene para poder solventar sus gastos de hogar es a partir de los ingresos percibidos por sus microemprendimientos, esto se origina a partir de la pérdida de empleo que se tiene a causa de la pandemia del COVID-19, lo que genera que estas familias emprendan en nuevos negocios para poder solventar su hogar.

Tabla 39. Miembros de familia que trabajan actualmente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	12	12.4	18.2	18.2
	2	23	23.7	34.8	53.0
	3	17	17.5	25.8	78.8
	4	11	11.3	16.7	95.5
	5	3	3.1	4.5	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 23. Miembros de familia que trabajan actualmente



Fuente: elaboración propia

Cuando se realizó la pregunta a los microempresarios, de cuántos miembros de su familia trabajan actualmente, la tabla 39 y la figura 23 revelan que, un 34.8% indicó que 2



miembros de su familia trabajan, en segundo lugar se obtuvo que un 25.8% de encuestados tienen a 3 miembros de su familia trabajando, seguidamente el 18.2% respondió que solo un miembro de su familia trabaja actualmente, esto haciendo referencia a su persona como el único que tiene trabajo para poder sustentar a su familia, con menor porcentaje se tiene a un 16.7% de encuestados que respondieron que en su familia trabajan 4 personas y el 4.5% de microemprendedores indicaron que más de 5 miembros de su familia trabajan actualmente; como se puede observar en los resultados, se tiene que la mayoría de encuestados tiene a dos miembros de su hogar trabajando incluidos los encuestados, esto debido a que dentro de ellos, son personas que perdieron su trabajo anterior a causa de la pandemia que actualmente se sigue atravesando lo que impulso a estas personas a crear su propio emprendimiento y consecuentemente crear su propio puesto de trabajo en las que ellos mismos dirigen y administran su propia actividad.

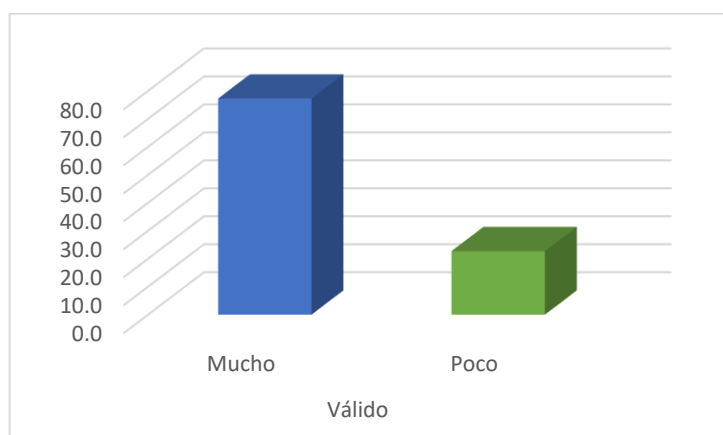
5.1.3. Determinar cómo los microemprendimientos son determinantes en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco – 2021

Tabla 40. Acceso a educación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	51	52.6	77.3	77.3
	Poco	15	15.5	22.7	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 24. Acceso a educación



Fuente: elaboración propia



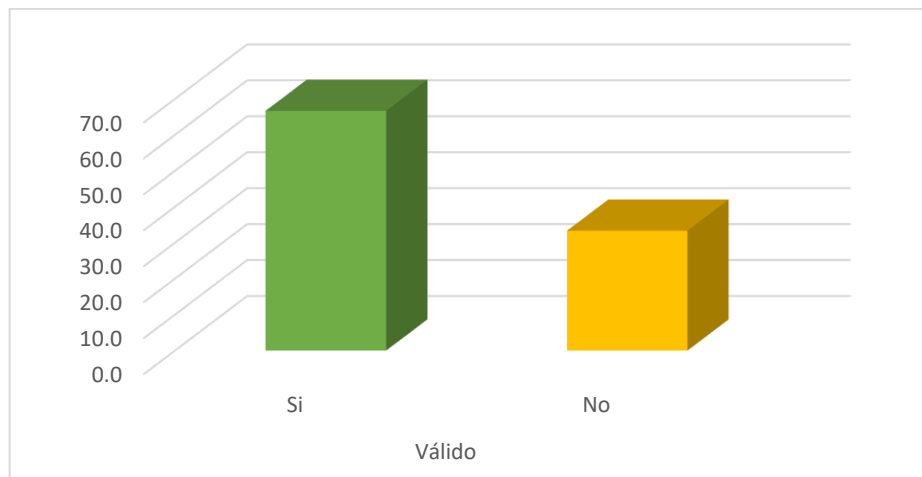
En la tabla 40 como en la figura 24 se observa que el 77.3% puede acceder a una educación de calidad con su microemprendimiento, mientras que el 22.7% no puede acceder a una educación de calidad con su microemprendimiento, por lo que significa que los microemprendimientos permiten acceder significativamente a las familias en su educación, a parte que cultivan en su cultura emprendedora e impulsan liderazgo en sus rubros y el éxito constante.

Tabla 41. Acceso a Salud

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	44	45.4	66.7	66.7
	No	22	22.7	33.3	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 25. Acceso a Salud



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la encuesta realizada, se tiene en la tabla 41 que el 66.7% si puede acceder a un sistema de salud de calidad con su microemprendimiento, el 33.3% no puede acceder a un sistema de salud de calidad con su microemprendimiento, concluyendo que la mayoría de microemprendedores si pueden acceder a un servicio de salud de calidad pudiendo resolver algún problema de salud y atenderlo a tiempo , es así que se ve que cada vez más las



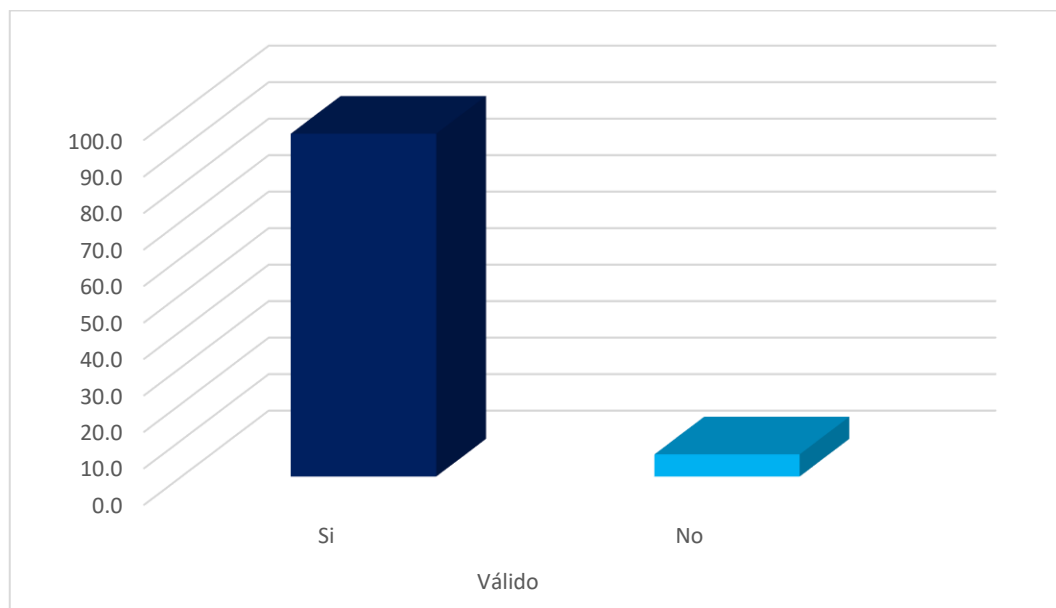
familias empiezan a emprender debido a la situación socioeconómica que están atravesando en la actualidad.

Tabla 42. Acceso a Servicios Básicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	62	63.9	93.9	93.9
	No	4	4.1	6.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 26. Acceso a Servicios Básicos



Fuente: elaboración propia

En la tabla 42 según la encuesta realizada, se tiene que el 93.9% puede pagar los servicios básicos con el ingreso monetario de su microemprendimiento, el 6.1% no puede pagar los servicios básicos con su microemprendimiento, por lo que se puede inferir que los microemprendedores en su mayoría a través de su microemprendimiento si pueden pagar sus servicios básicos como el agua, luz e internet, ya que es importante tenerlos en este tiempo de pandemia que se han vuelto indispensables para las familias.

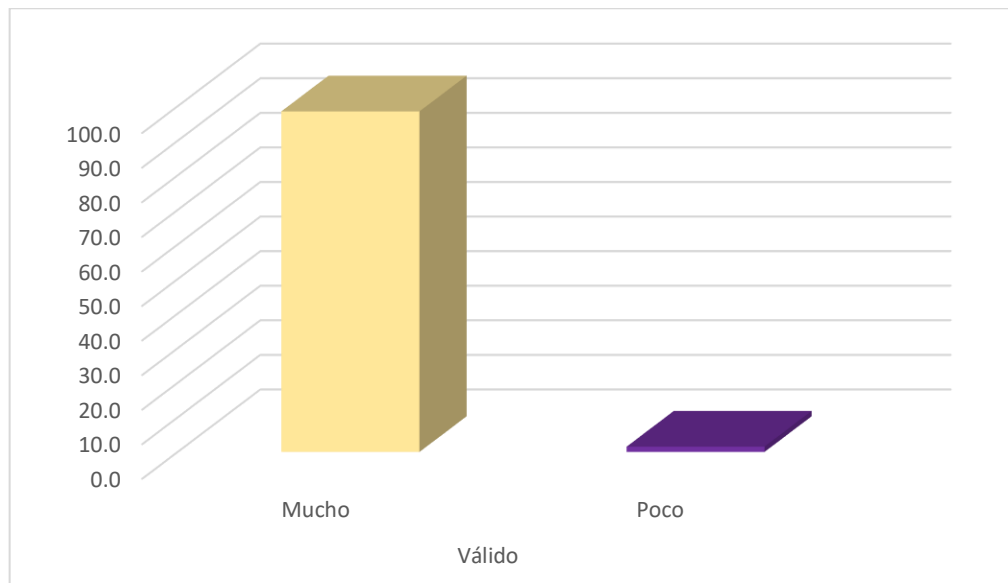


Tabla 43. Bienestar Social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	65	67.0	98.5	98.5
	Poco	1	1.0	1.5	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 27. Bienestar Social



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la pregunta de bienestar social, en la tabla 43 así como en la figura 27 se obtuvo según la encuesta realizada que el 98.5% mejoró de manera significativa su bienestar social con su microemprendimiento, mientras que el 1.5% no mejoró su bienestar social con su microemprendimiento, esto significa que casi el 100% del total tuvo un resultado positivo de su microemprendimiento con respecto a su bienestar social, haciendo posible que las familias de la Provincia del Cusco tengan un nivel de vida digna, con condiciones favorables en su bienestar social y así mismo para su desarrollo.



5.2 Resultados respecto al objetivo general

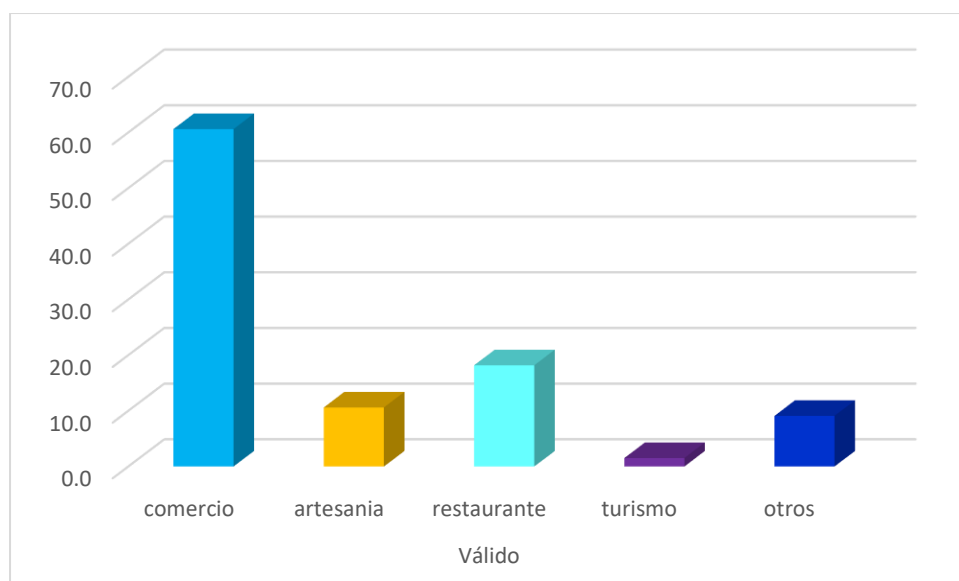
5.2.1 Determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar Económico -Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

Tabla 44. Actividad económica del microemprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	comercio	40	41.2	60.6	60.6
	artesanía	7	7.2	10.6	71.2
	restaurante	12	12.4	18.2	89.4
	turismo	1	1.0	1.5	90.9
	otros	6	6.2	9.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 28. Actividad económica del microemprendimiento



Fuente: elaboración propia

Los resultados de la encuesta ante la pregunta de ¿a qué actividad se dedica en su microemprendimiento? Se pueden apreciar en la tabla 44 y figura 28, en donde se obtuvieron los siguientes porcentajes; un 60.6% de encuestados respondieron que se dedican al sector comercio, esto representado por microemprendedores que venden productos como el café,



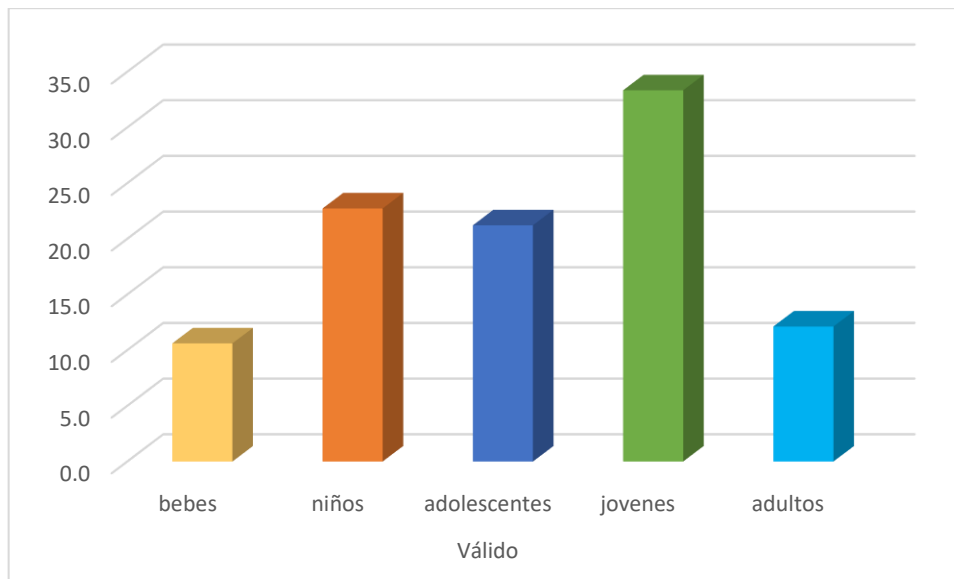
regalos, ropa, calzados, perfumes, chocolates, postres y demás, productos que en la mayoría son elaborados por los mismos microemprendedores y que vieron una necesidad de la población y se idearon y crearon un producto y/o servicio innovador y con un valor agregado y así captar la atención en base a la necesidad de la población y estos puedan comprar dichos bienes o servicios, seguidamente se tiene que un 18.2% de encuestados respondieron que se dedican al sector restaurante, sector que a inicios de la pandemia fue fuertemente golpeado debido a que prohibieron la venta de comida en restaurantes sin embargo poco a poco se pudo aperturar estos establecimientos con algunas restricciones lo que incrementó el delivery de comidas que fue una buena solución para este sector, y por ende se crearon nuevos establecimientos de comida; mientras un 10.6% de encuestados respondieron que se dedican al sector artesanía productos elaborados exclusivamente a mano como bolsos, regalos, adornos tazas, etc. Dicho sector creció a causa de que el consumidor está empezando a valorar el trabajo hecho a mano y el esfuerzo que el ofertante hace para poder vender sus productos; entre las repuestas de los microemprendedores se tiene como alternativa de otros en la que un 9.1% indicaron que se dedican a otro sector como es el de música, servicio de catering y eventos, repostería y demás, finalmente con un porcentaje muy bajo se encuentra el sector turismo con un 1.5% de microemprendimientos que se dedica a este sector, como se sabe este sector es el más golpeado por la pandemia debido al cierre de fronteras tanto internacionales como nacionales, actualmente este es un sector que se está normalizando lentamente, y es por ello que la mayoría decidieron cambiar de sector sin embargo con las nuevas facilidades que el gobierno está dando se está reactivando de a poco.

Tabla 45. Mercado objetivo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	bebes	7	7.2	10.6	10.6
	niños	15	15.5	22.7	33.3
	adolescentes	14	14.4	21.2	54.5
	jóvenes	22	22.7	33.3	87.9
	adultos	8	8.2	12.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 29. Mercado objetivo



Fuente: elaboración propia

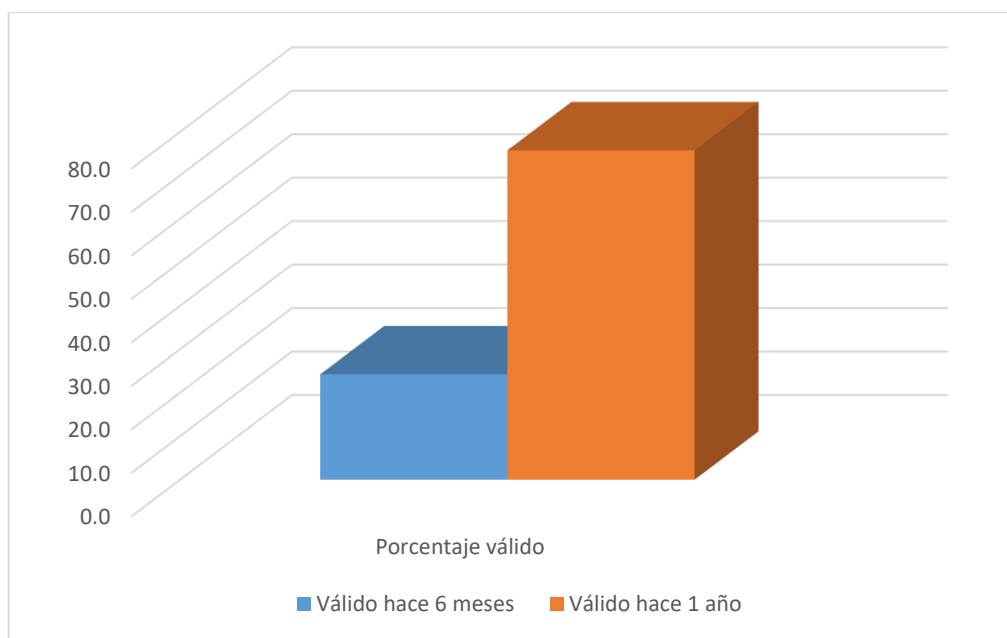
Según la encuesta realizada y los resultados visualizados en la tabla 45 y figura 29 se tiene que el 33.3% destina su microemprendimiento al sector juvenil debido a que en este sector se encuentran aquellas personas que en su mayoría buscan productos novedosos y realizan la búsqueda por redes social, plataforma que a causa de la pandemia fue una de las más utilizadas para realizar publicidad y sea parte fundamental de todo microemprendimiento; el 22.7% de encuestados respondieron que su mercado objetivos son los niños, el 21.2% de microemprendedores dieron como respuesta que se enfocan al sector de los adolescentes debido también a que es otro sector que está a la vanguardia de la tecnología y redes sociales medio por el cual puede hacer llegar a conocer de forma más rápida y fácil su producto; seguidamente se tiene a un 12.1% de encuestados en donde indicaron que sus productos son enfocados al sector adulto y finalmente se tiene un 10.3% de microemprendedores que realiza la venta de sus productos para bebés.

Tabla 46. Tiempo de permanencia en la actividad económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	hace 6 meses	16	16.5	24.2	24.2
	hace 1 año	50	51.5	75.8	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 30. Tiempo de permanencia en la actividad económica



Fuente: elaboración propia

Respecto a la pregunta, ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a la actividad económica?

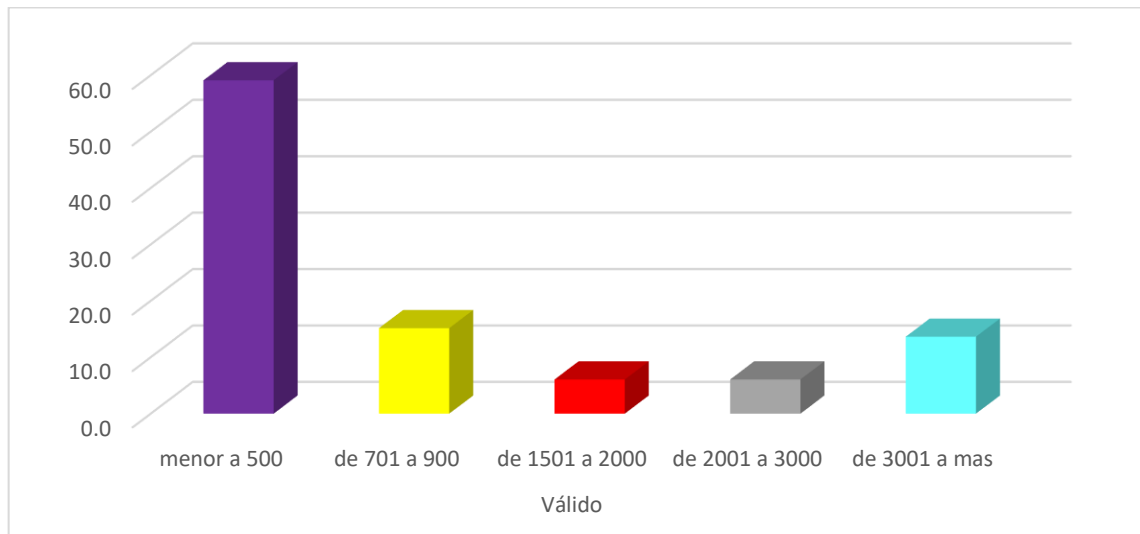
Se obtuvieron los siguientes resultados el cual se pueden apreciar en la tabla 46 y figura 30 el cual un 75.8% respondieron que se decían o tienen su microemprendimiento desde hace un año, esto consecuentemente, a partir de la pérdida de empleo generada a causa de la pandemia del Covid-19 que se sigue atravesando y como una opción de solución tuvieron el de generar su propio empleo mediante la creación de su microemprendimiento como segundo resultado de la encuesta realizada se tiene que un 24.2% de microempresarios se dedica a su negocio hace 6 meses, lo que refleja que tiene poco tiempo de creación y que vieron a ello como una solución a la pérdida de empleo de muchas personas.

Tabla 47. Capital de inicio del microemprendimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menor a 500	39	40.2	59.1	59.1
	de 701 a 900	10	10.3	15.2	74.2
	de 1501 a 2000	4	4.1	6.1	80.3
	de 2001 a 3000	4	4.1	6.1	86.4
	de 3001 a mas	9	9.3	13.6	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 31. Capital de inicio del microemprendimiento



Fuente: elaboración propia

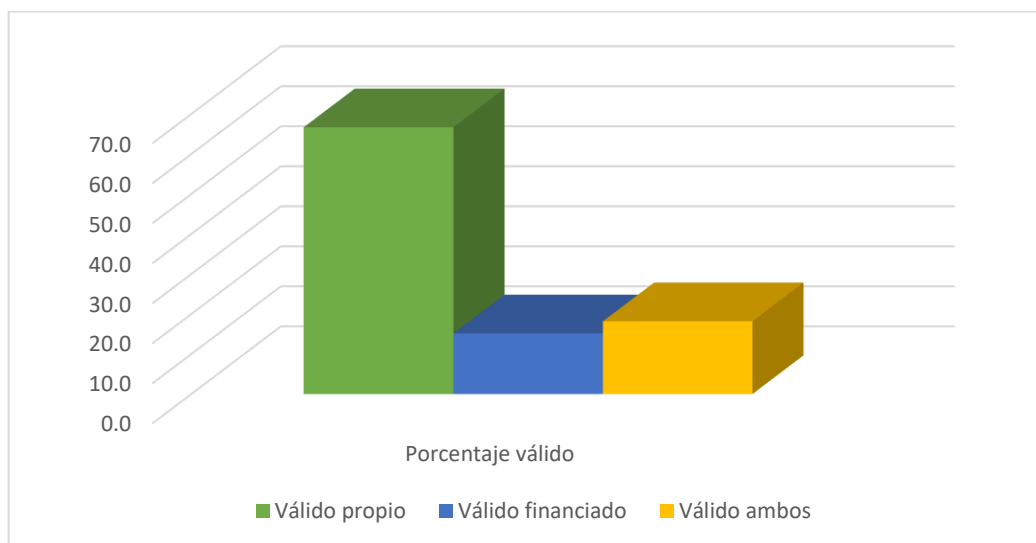
Los resultados de la pregunta; ¿con cuánto de capital inicio su microemprendimiento? Apreciados en la tabla 47 y en la figura 31 reflejan que un 59.1% de encuestados invirtió un capital inicial menor a 500 soles, esto debido a que son microempresarios, que están iniciando con poca inversión en un negocio, a partir de la pérdida de sus empleos; como segunda respuesta se tiene a un 15.2% de personas que invirtió de 701 a 900 soles y de la misma forma se tiene el mismo porcentaje de 13.6% de microempresarios que inicio invirtiendo un capital de más de 3000 soles y como resultados con porcentaje más bajos se tiene que un 6.1% de microempresarios inicio su pequeño negocio con un presupuesto de 2001 – a 3000 así como también iniciaron con un monto de 1501 a 2000 soles; como se puede observar en los resultados descritos previamente se tiene que la mayoría de microempresarios empezaron con un capital bastante reducido, lo cual es característica de un microemprendimiento.

Tabla 48. Financiamiento del capital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	propio	44	45.4	66.7	66.7
	financiado	10	10.3	15.2	81.8
	ambos	12	12.4	18.2	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 32. Financiamiento del capital



Fuente: elaboración propia

Según la encuesta realizada, en la tabla 48 así como en la figura 32 se puede observar que el 66.7% de personas inicio su microemprendimiento con presupuesto propio es decir sin la ayuda de un financiamiento, esto debido a que son pequeños negocios y no necesitan de grandes inversiones, seguidamente se tiene un 18.2% de personas que respondieron que su fuente de financiamiento, fue por recursos propios y en parte con un financiamiento; finalmente se tiene un 15.2% de respuestas en la que indican que si recibieron financiamiento por terceros ya sea de bancos, cajas, prestamistas, familiares y demás; como se puede observar en los resultados un gran porcentaje de encuestados no inicio su negocio con un préstamo por el contrario usaron sus propios recursos para emprender, recursos que muchas veces obtuvieron de sus ahorros que tenían.

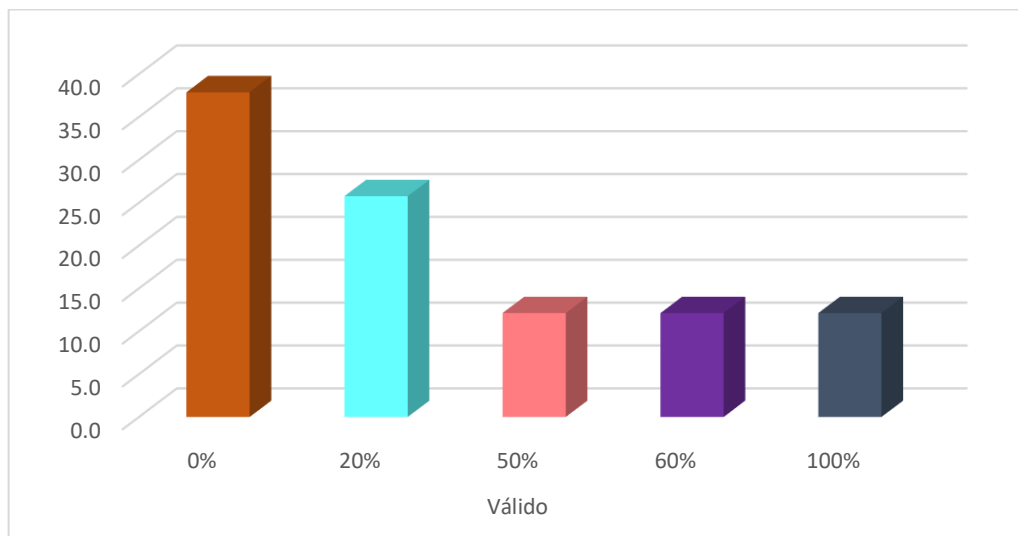
Tabla 49. Porcentaje de financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0%	25	25.8	37.9	37.9
	20%	17	17.5	25.8	63.6
	50%	8	8.2	12.1	75.8
	60%	8	8.2	12.1	87.9
	100%	8	8.2	12.1	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia



Figura 33. Porcentaje de financiamiento



Fuente: elaboración propia

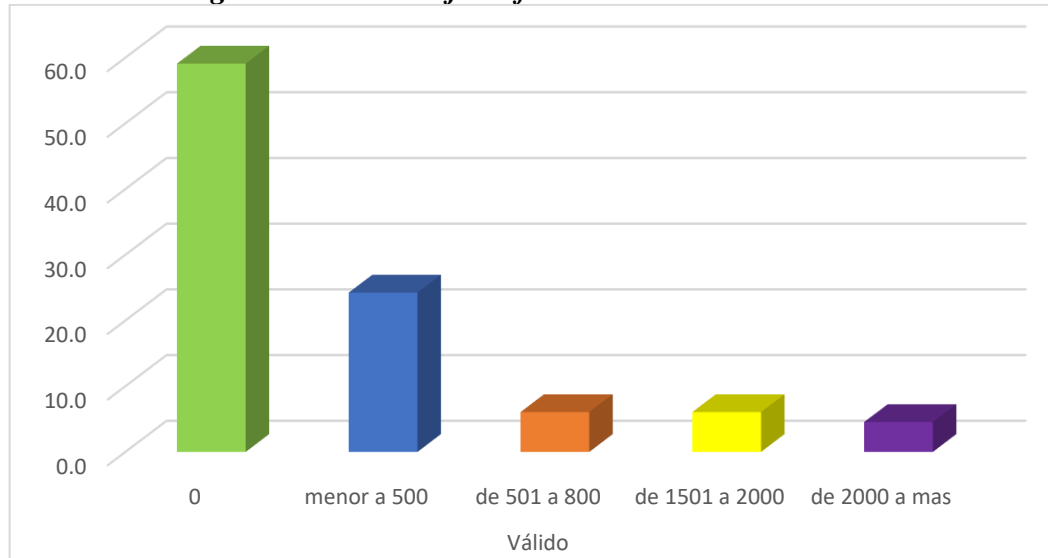
Según la encuesta realizada, se obtuvieron los siguientes resultados que en la tabla 49 y en la figura 33 se tiene que el 37.9% de encuestados emprendió sin ayuda de un financiamiento de terceros es decir que ellos iniciaron su negocio con su propio capital, el 25.8% indicó que inicio su emprendimiento con ayuda de un financiamiento es decir el 20% del capital total se dio a partir de un préstamo; seguidamente se tiene que un 12.1% de respuestas revelan que el capital con el que iniciaron fue un 100% financiado por un préstamo, así mismo se tiene que un 12.1% de encuestados indicó que recurrieron a un préstamo para poder completar el 60% de capital que les faltaba, asimismo con igual porcentaje se tiene el 12.1% de microemprendedores que indicaron que recurrieron a un préstamo para cubrir el 50 % de su capital.

Tabla 50. Porcentaje de financiamiento solicitado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	39	40.2	59.1	59.1
	menor a 500	16	16.5	24.2	83.3
	de 501 a 800	4	4.1	6.1	89.4
	de 1501 a 2000	4	4.1	6.1	95.5
	de 2000 a mas	3	3.1	4.5	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 34. Porcentaje de financiamiento solicitado



Fuente: elaboración propia

Los resultados de la pregunta, ¿en promedio cual es el monto de crédito que solicitaste para tu capital? Revelan en la tabla 50 así como en la figura 34 que el 60.3% no solicitó crédito para su microemprendimiento, sin embargo se tiene que el 23.5% de encuestados indico que solicito un crédito menor a 500 soles; el 5.9% revelo que solcito un crédito 501 a 800 soles en promedio, de igual forma y con el mismo porcentaje un 5.9% de encuestados indico que recurrieron a un crédito de 1501 a 2000 soles en promedio; finalmente se tiene que un 4.4% obtuvo un crédito de 2000 soles a más; con los resultados revelados se puede interpretar que un gran porcentaje de microemprendedores no recurrió o solicito crédito, debido a que el capital con el que iniciaron no es alto.

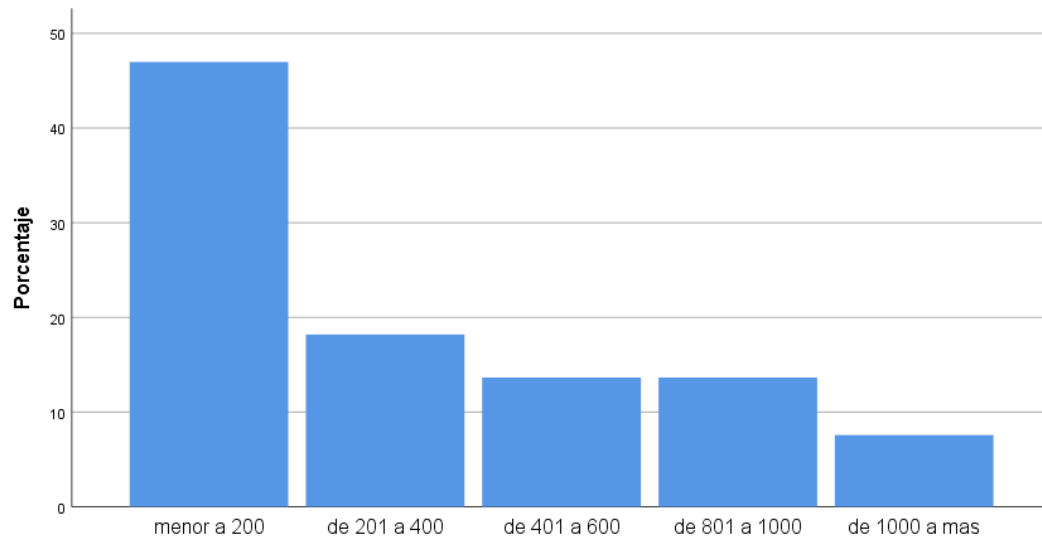
Tabla 51. Costo de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	menor a 200	31	32.0	47.0	47.0
	de 201 a 400	12	12.4	18.2	65.2
	de 401 a 600	9	9.3	13.6	78.8
	de 801 a 1000	9	9.3	13.6	92.4
	de 1000 a mas	5	5.2	7.6	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia



Figura 35. Costo de producción



Fuente: elaboración propia

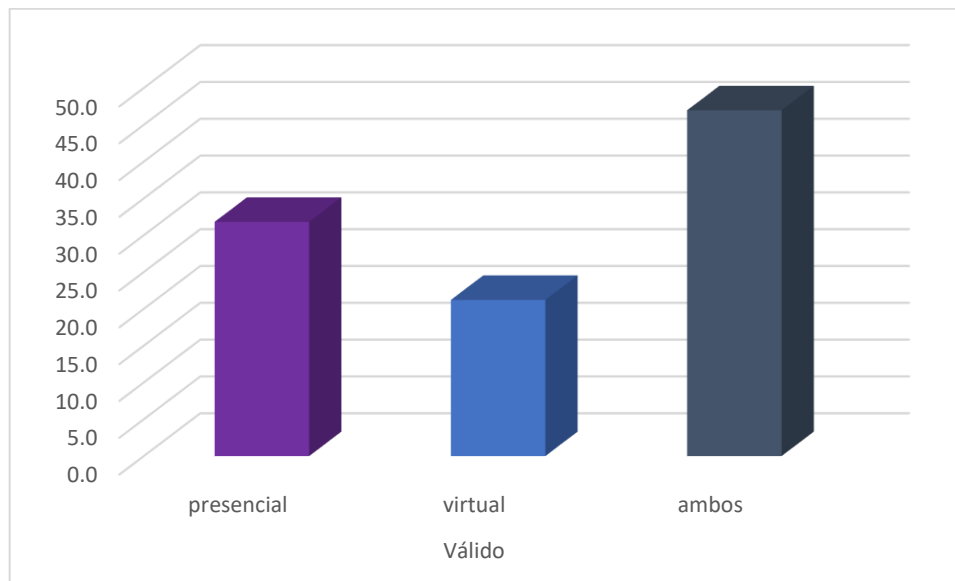
Los resultados de la pregunta revelan en la tabla 51 y figura 35 que un 47% de emprendedores indicaron que su costo de producción de su microemprendimiento es menor a 200 soles, seguidamente se tiene que el 18.2% respondieron que su costo de producción es en promedio de 201 a 400 soles; el 13.6% indico tiene un costo de producción en promedio de 801 a 1000 soles de igual forma se tiene con el mismo porcentaje un costo de producción de 401 a 600 y el resto del 7.6% de encuestados indico que tienen un costo de producción de 1000 soles a más; de los resultados vistos previamente se puede observar que el costo de producción de la mayoría de microemprendimientos es relativamente bajo con respecto a otros emprendimientos en los que tienen costos demasiado elevados.

Tabla 52.
Forma de ofrecer el bien o servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	presencial	21	21.6	31.8	31.8
	virtual	14	14.4	21.2	53.0
	ambos	31	32.0	47.0	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 36. Forma de ofrecer el bien o servicio



Fuente: elaboración propia

En la tabla 52 y figura 36 los resultados de la pregunta, ¿de qué manera ofrecen su bien o servicio? Se obtuvieron los siguientes porcentajes; un 47% de encuestados ofrecen sus bienes o servicios de ambas maneras tanto virtual como presencialmente, un 31.8% indicó que solo ofrecen sus productos y/o servicios de manera presencial esto debido a que no tienen conocimientos ni apoyo para poder ofrecer sus productos por las diversas plataformas que existen, finalmente se tiene a un 21.2% de encuestados que indicaron que la venta de sus productos son exclusivamente y únicamente por medios virtuales promocionando de estas formas por diferentes plataformas, cabe recalcar que una vez realizada la compra estos te llevan el producto a tu domicilio; como se puede observar a partir de los resultados, la mayoría de emprendimientos utilizan medios virtuales para poder promocionar y vender sus productos, este modo de venta se incrementó a causa de la pandemia del COVID-19 y las restricciones que surgieron; sin embargo se puede apreciar que aun para algunos negocios es difícil adecuarse al nuevo modo de vender sus productos porque no saben cómo manejar estos medios tampoco cuentan con la tecnología adecuada para poder promocionar sus productos, esto hace que pierdan muchas veces clientes y ventas.

Tabla 53. Plataforma utilizada

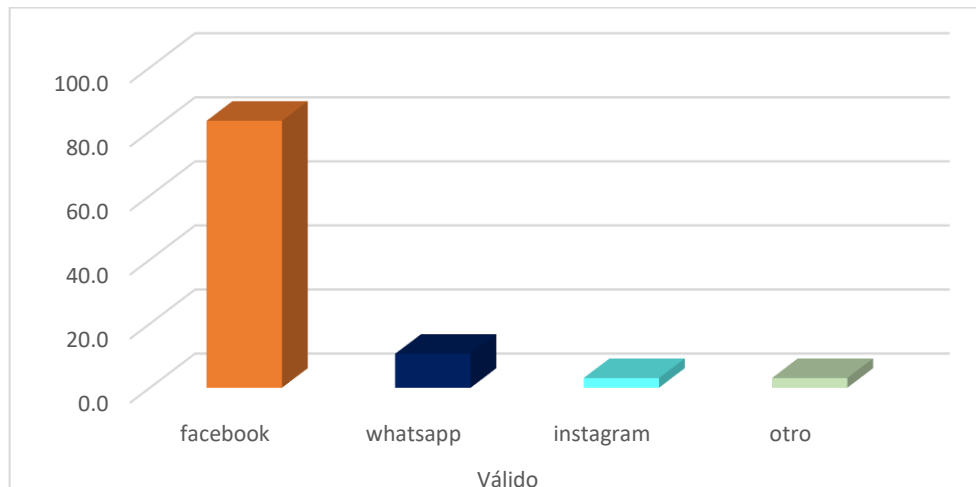
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	facebook	55	56.7	83.3	83.3
	whatsapp	7	7.2	10.6	93.9
	instagram	2	2.1	3.0	97.0



	otro	2	2.1	3.0	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 37. Plataforma utilizada



Fuente: elaboración propia

Los resultados mostrados en la tabla 53 y figura 37 revelan que un 83.3% de microemprendedores utilizan la plataforma de Facebook para promocionar y vender sus productos o servicios, como se sabe Facebook es una de las plataformas más populares y usadas a nivel mundial, y promocionar o vender en dicha plataforma es gratis sin costo alguno, es por eso que muchos emprendedores utilizan esto para poder incrementar sus ventas; con un 10.6% se tiene el Whatsapp como segundo lugar de las plataformas más usadas por los encuestados, esto se debe que ellos requieren comunicarse con sus clientes de forma fácil y rápida y que mejor que esta plataforma que ayuda a poder comunicar entre ofertantes y demandante de una forma eficaz si complicación alguna, en su mayoría si un empresario utiliza redes sociales como medios de venta de sus productos es necesario que cuente con un número que tenga Whatsapp para poder interactuar con su cliente; seguidamente se tiene a un 3% que utiliza el Instagram como medio de promoción y venta de sus productos, si bien es cierto, esta es otra plataforma muy popular, no es la más usada por el público por lo que generalmente utilizan para un público específico al que quieren dirigir sus ventas, finalmente se tiene a un 3% de microemprendedores que utilizan otras plataformas.

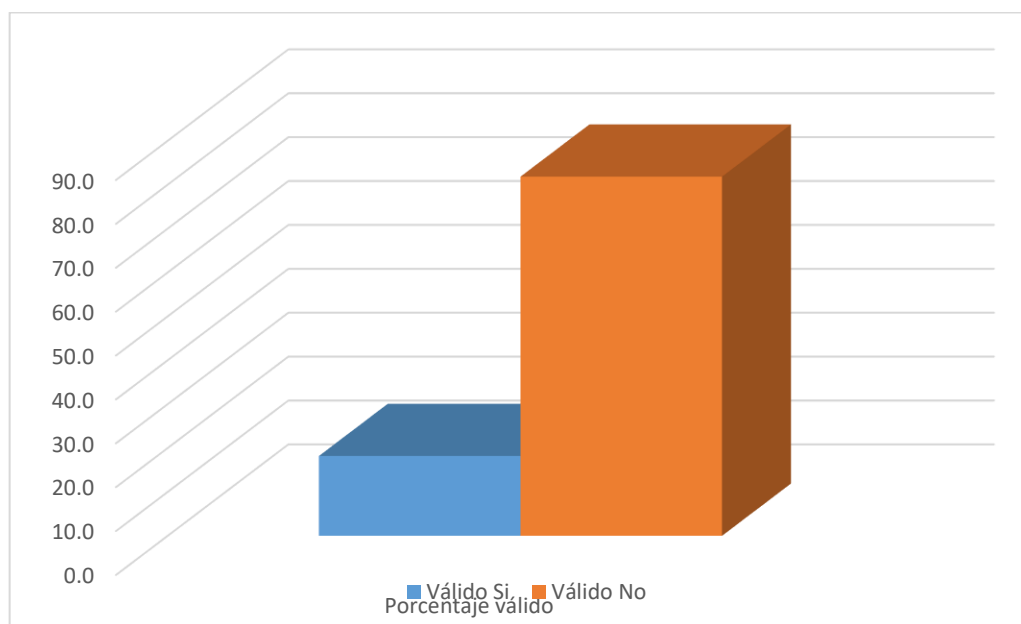


Tabla 54.
Asesorías o Capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	12	12.4	18.2	18.2
	No	54	55.7	81.8	100.0
	Total	66	68.0	100.0	
Perdidos	Sistema	31	32.0		
Total		97	100.0		

Fuente: elaboración propia

Figura 38. Asesorías o Capacitación



Fuente: elaboración propia

En la tabla 54 y figura 38 se muestran los resultados de cuando se preguntó a los microemprendedores si habían recibido alguna asesoría o capacitación para iniciar con su microemprendimiento se revelo una realidad bastante lamentable más por el momento que se viene atravesando a causa de la pandemia, los resultados muestran que un 81.8% de la población encuestada expreso no haber recibido nunca una asesoría o capacitación que los oriente a mejorar la forma de cómo crear su propia empresa su propio emprendimiento, esta gran mayoría indico haberse valido del aprendizaje propio y más que todo de la observación y de su intuición a la hora de iniciar con su microemprendimiento; un 18.2% indico que si recibió un asesoramiento y/o capacitación concerniente a cómo identificar su mercado e identificar la necesidad de la sociedad y consecuentemente que producto poder brindar al mercado.



CAPÍTULO VI

PRUEBA DE HIPÓTESIS - COEFICIENTE DE PEARSON

6.1 Prueba de hipótesis

Para la comprobación de las hipótesis formuladas tanto generales como específicas se utilizó la prueba estadística de Pearson, la cual consiste en medir relación estadística entre dos variables cuantitativas, en este caso se quiere hallar la correlación de las variables: microemprendimientos, bienestar económico y social. Para ello se muestra a continuación los valores de correlación “r” Pearson, lo cual nos va permitir determinar la correlación de las variables.

Tabla 55. Valores de “r” de Pearson

$r = 1$	Correlación perfecta
$0,8 < r < 1$	Correlación muy alta
$0,6 < r < 0,8$	Correlación alta
$0,4 < r < 0,6$	Correlación moderada
$0,2 < r < 0,4$	Correlación baja
$0 < r < 0,2$	Correlación muy baja
$r = 0$	Correlación nula

6.1.1 Prueba de hipótesis general

H0 - Hipótesis nula: Los microemprendimientos no inciden positivamente en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

H1 – Hipótesis alterna: Los microemprendimientos inciden positivamente en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.



Tabla 56. Prueba de Pearson para la hipótesis general

Correlaciones			
		MICROEMPRESARIOS	BIENESTAR ECONÓMICO SOCIAL
MICROEMPRESARIOS	Correlación de Pearson	1	0,840
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	66	66
BIENESTAR ECONÓMICO SOCIAL	Correlación de Pearson	0,840	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	66	66

Fuente: elaboración propia

Interpretación: Los microempresarios tuvieron un impacto positivo significativo de 0.840 según la correlación de Pearson en el bienestar económico social, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la alterna.

6.1.2 Prueba de hipótesis Específica 1

H0: los microempresarios no son determinantes significativos en los ingresos de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

H1: los microempresarios son determinantes significativos en los ingresos de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

Tabla 57. Prueba de Pearson para medir la variable microempresario y la dimensión económica

		MICROEMPRESARIOS	BIENESTAR ECONÓMICO
MICROEMPRESARIOS	Correlación de Pearson	1	0,660
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	66	66
BIENESTAR ECONÓMICO	Correlación de Pearson	0,660	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	68	68

Fuente: elaboración propia

En la prueba Pearson el p-valor es 0.000, es menor de 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ($p = 0.000 < 0.05$) y prevalece la hipótesis específica 1, y el grado de relación es



correlación positiva considerable ($r_s = 0.660$) entre los micro emprendimientos y los ingresos de las familias.

6.1.3 Prueba de hipótesis Específica 2

H0: los microemprendimientos no son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

H1: los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021.

Tabla 58. Prueba de Pearson para medir la variable microemprendimiento y la dimensión económica

		MICROEMPREDIMIENTO S	BIENESTAR ECONÓMICO
MICROEMPREDIMI ENTOS	Correlación de Pearson	1	0,660
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	66	66
BIENESTAR ECONÓMICO	Correlación de Pearson	0,660	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	68	68

Fuente: elaboración propia

En la prueba Pearson el p-valor es 0.000, es menor de 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ($p = 0.000 < 0.05$) y prevalece la hipótesis específica 2, y el grado de relación es correlación positiva considerable ($r_s = 0.660$) entre los micro emprendimientos y el empleo de las familias.

6.1.4 Prueba de hipótesis Específica 3

H0: los microemprendimientos no determinan positivamente en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco – 2021.

H1: los microemprendimientos determinan positivamente el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco – 2021.



Tabla 59. Prueba de Pearson para medir la variable Microemprendimiento y la dimensión social

		MICROEMPREDIMIENTOS	BIENESTAR SOCIAL
MICROEMPREDIMIENTOS	Correlación de Pearson	1	0,844
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	66	66
BIENESTAR SOCIAL	Correlación de Pearson	0,844	1,000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	66	66

Fuente: elaboración propia

En la prueba Pearson el p-valor es 0.000, es menor de 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula ($p = 0.000 < 0.05$) y prevalece la hipótesis específica 3, y el grado de relación es correlación positiva muy fuerte ($r_s = 0.844$) entre los microemprendimientos y el acceso a servicios básicos.



CAPÍTULO VII

DISCUSIÓN

7.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Esta investigación busca determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar económico - social de las familias de la Provincia del Cusco; debido a la realidad de seguir viviendo en un contexto de pandemia ocasionada por la Covid - 19, las personas y las familias se han visto obligadas a generar nuevas formas de ingreso y empleo y así poder lograr su bienestar económico - social de sus familias, según la encuesta realizada en esta investigación se puede evidenciar una incidencia positiva de los microemprendimientos en cuanto al bienestar económico - social, es decir en generar su propio empleo y así percibir un ingreso.

En la investigación se ha llegado a los siguientes hallazgos más relevantes:

Los microemprendimientos son determinantes en los ingresos de las familias en la Provincia de Cusco, logrando un incremento en sus ingresos mensuales, teniendo como resultado, que del total de encuestados el 21.2% perciben un ingreso neto de 1000 soles mensuales a más, siendo estos la cantidad mayoritaria del total de encuestados, lo que demuestra que a pesar de la situación de la pandemia de la Covid - 19 las familias vieron un incremento en sus ingresos. También, según los datos obtenidos por la encuesta realizada a los microemprendedores se tiene una mejora en el bienestar económico debido a sus microemprendimientos, viendo que el 89.4% del total de encuestados sí mejoraron significativamente en su bienestar económico.

Los microemprendimientos son generadores de empleo en las familias de la Provincia del Cusco, hallazgo obtenido de la encuesta realizada, en donde se tiene que el 77.3% del total de encuestados cuenta por lo menos con un empleo, este generado por su mismo microemprendimiento es decir genera un autoempleo, por otra parte, el 90.9 % menciona que prefieren trabajar independientemente, debido a que por la situación actual el empleo es limitado.

Los microemprendimientos contribuyeron significativamente al bienestar social, teniendo que el 77.3% de microemprendedores pudieron acceder a una educación con los ingresos percibidos por este, así mismo se obtuvo que el 66.7% de encuestados tienen la



posibilidad de acceder a una atención de salud de calidad, de igual forma debido a sus ingresos de su microemprendimiento el 93.9% de encuestados pueden pagar los servicios básicos que tienen en su casa como agua, luz, internet y teléfono. Es por ello que en este tiempo de crisis las familias iniciaron a emprender o reinventarse haciendo que estas iniciativas ayudarán en su bienestar social, lo cual se ve que el 98.5% del total si obtuvieron una mejora en su bienestar social permitiéndoles tener una mejor calidad de vida.

La encuesta realizada demuestra un incremento de la participación de la mujeres en la creación de microemprendimientos, en donde se tiene que, del total de 66 encuestados el 75% son mujeres y el 25% son varones, esto refleja que las mujeres por la necesidad tuvieron esa iniciativa de crear su propio emprendimiento para así poder encontrar la independencia económica y poder satisfacer necesidades básicas de su familia; la participación de la mujer Cusqueña en el mercado laboral y profesional es importante en la actualidad y más aún en este contexto, debido a que la mujer Cusqueña se vio con una mayor necesidad de generar ingresos y empleo.

La mayoría de microemprendimientos se dedican al sector comercio siendo este el 60.6% del total de encuestados, ya que vieron a este sector como el más rentable con la venta de ropa, calzado, venta de implementos de bioseguridad, venta de postres, venta de productos de todo tipo, etc. Para empezar con sus microemprendimientos las familias invirtieron de poco en poco, teniendo que el 66.7% invirtió su capital propio, sin embargo, hubo una cantidad de microemprendedores que recurrieron a préstamos financieros ya sea por bancos o por terceros teniendo el 15.2% del total, lo cual de este número de encuestados el 25.8% su capital fue financiado en un 20%, a diferencia del 8.2% del total su capital fue financiado en su totalidad por terceros este porcentaje.

La digitalización en la actualidad es una de las grandes consecuencias de la emergencia sanitaria causada por la Covid - 19, es por ello que según los resultados que se obtuvo por la encuesta realizada en el presente estudio se tiene que el 21.2% del total de encuestados indicaron que la venta de sus productos o servicios lo realizan exclusivamente y únicamente mediante medios virtuales promocionando así por las diversas plataformas, asimismo, el 83.3% de los 66 encuestados indicaron que utilizan el Facebook como una plataforma para promocionar sus productos o servicios, dicha plataforma es la más usada debido a que no incurre en costos y es considerada como una de las plataformas más populares a nivel mundial por lo que es bastante eficaz en cuanto a la llegada al mercado objetivo que se quiere atraer,



seguidamente se tiene con un 10.6% de microemprendedores que utiliza el WhatsApp como segunda plataforma más importante para poder interactuar con sus clientes, a consecuencia del contexto actual que se vive, los microempresarios han sabido adaptarse eficientemente las condiciones que las circunstancias de la crisis sanitaria les presentaba, las redes sociales se han convertido en el principal y más importante medio para ofertar y dar a conocer sus productos y servicios.

Finalmente se tienen resultados en cuanto al apoyo por parte de alguna institución pública o privado en brindar asesoría o capacitación a los microemprendimientos, obteniéndose como resultados que el 81.8% de la población encuestada expresó no haber recibido nunca una asesoría o capacitación que los oriente a mejorar la forma de cómo crear su propio emprendimiento, esta gran mayoría indicó haberse valido del aprendizaje propio, de la observación y de su intuición a la hora de generar una idea de emprendimiento, un 18.2% indicó que si recibió algún tipo de asesoría o capacitación por parte de una institución, de estos resultados se puede concluir que la participación tanto de gobiernos locales y/o regionales en cuanto a la creación de políticas para el apoyo e incentivar a estas ideas de negocio y a estos microemprendimientos es efímero y casi nulo.

7.2 Limitaciones del estudio.

Dentro de las limitaciones encontradas en la presente investigación se tiene las siguientes:

- La primera limitación fue la falta de información precisa respecto a la cantidad exacta del número de microemprendedores, en la Provincia de Cusco, ya que hubiera sido ideal tener un número exacto de microemprendedores formales e informales.
- La información obtenida de los encuestados tiende a ser subjetiva, dado que la mayoría velan por sus intereses, no manejan una información precisa de sus ingresos mensuales, debido a que son microempresarios que recién están entrando al mercado y el poco conocimiento que puedan tener respecto al negocio o a emprender; y eso afecta a la objetividad de la investigación

7.3 Comparación crítica con la literatura existente

Tomando en cuenta la literatura utilizada en la presente investigación, se tiene a:



- Zachary, Amorós, Rojas, & Majmud (2013), “**El emprendimiento familiar**”, en este estudio se logró obtener un dato sumamente relevante: el 50 % de los emprendedores inicia su emprendimiento con soporte directo de la familia, lo que quiere decir que la mitad de las empresas que se están creando hoy en el país no existirían si no fuera gracias a la ayuda familiar (estas cifras provienen de datos del GEM contrastados con las cifras oficiales de creación y registro de empresas). El proyecto GEM también se enfoca un aparte de sus estudios en las etapas finales de la empresa familiar, es así que en ese punto de vista las familias se perfeccionaron para poder transmitir a las nuevas generaciones el ímpetu emprendedor, formando personas que sean capaces de aceptar el reto de la creación de nuevos emprendimientos y su continuidad en el tiempo.

Este estudio con la presente investigación tiene relación significativa, concluyendo que el micro emprendimiento es sustentable y sostenible en el bienestar económico de las familias, dado que dicha actividad permanecerá constante durante varias generaciones, teniendo que las personas empiezan a emprender con su entorno familiar y así mismo impulsan el crecimiento de sus emprendimientos.

- Maceratesi (2011) “**El papel del emprendimiento y la economía social en desarrollo local**”, llegaron a la conclusión de que la cultura emprendedora favorece a la formación de espacios de cooperación tanto en sectores públicos como privados en proyectos de desarrollo local. Uno de los objetivos de la iniciativa local constituye la creación de sociedades, así como su propia expansión, y a la vez la formación de redes empresariales, en ese sentido los planes estratégicos tratan de enlazar el territorio lo más eficientemente y mejorar su atractivo para así aumentar las inversiones de las empresas.

En estudio al igual que la presente investigación, muestra que los micro emprendimientos impactan de manera positiva en la inclusión social creando alianzas estratégicas entre los micro emprendedores, formando redes para promover y a la vez promocionar sus productos, de igual forma se impulsa a la innovación con la finalidad de mejorar el bienestar social, así para lograr el desarrollo económico local anhelado por los gobiernos locales.

- PALLO (2017) “**Estrategias administrativas que generen nuevos micro emprendimientos en el sector de la calle Argentina – Guayaquil**”, llegó a la conclusión de que el sector de estudio necesita una alternativa basada en teorías donde



mencionan que lo primordial para el éxito de los negocios se debe a la innovación esto como una herramienta fundamental para los emprendedores.

Este antecedente con respecto a la presente investigación nos ayuda a enfocarnos a promover la implementación de estrategias de innovación a los microemprendedores, esta investigación abarca el micro emprendimiento desde el enfoque social en la Provincia del Cusco, ello se debería tomar como paradigma en diversas ciudades del país, así como del continente.

- **Jiménez, Hernández, & Pitre (2018) “Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia)”**, llegaron a la conclusión de que la innovación de servicios de emprendedores sociales revela el cambio social que se pretende lograr a partir del reconocimiento del emprendedor social como agente generador de valor social.

En referencia a la presente investigación, los microemprendimientos no sólo generan bienestar financiero, sino, también influye en el aspecto social, y ello debería ser reconocido como una actividad primordial por parte del gobierno en turno con políticas que favorezcan dicha actividad.

- **Zorrilla (2013), “Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho, Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007-2009)”**, llegó a la conclusión de que es necesario acelerar la creación de dicha Política de Estado para los programas y proyectos de autoempleo juvenil en curso, las recomendaciones proponen ajustes que tomen en cuenta estrategias anticipadas para mejorar el apoyo a las iniciativas empresariales juveniles. Para ello las intervenciones deben apuntar a fortalecer la actitud de los jóvenes emprendedores.

En referencia a la presente investigación, se puede deducir que el micro emprendimiento incide de manera positiva en el empleo juvenil, tal y como se mostró en los resultados, es por ello que es un pilar fundamental para el empleo, además que a partir de la creación de un microemprendimiento los jóvenes incitan a otros al autoempleo y desarrollar habilidades y aprovechar las oportunidades.

- **Morales (2018), “factores socioeconómicos que influyen en el micro emprendimiento juvenil Región Puno – 2014”**, llegó a la conclusión de que los factores que influyen



significativamente sobre la determinación de tener emprendedores nuevos concepto según GEM son: Experiencia previa en trabajos dependientes, Experiencia previa en trabajos independientes, Genero, Ingresos, y acceso a préstamos. En tanto las variables de educación (secundaria, técnica y universitaria) y tener familiares con negocios tienen una relación positiva en la probabilidad analizada, pero no llega a ser significativa.

La presente investigación con respecto a dicho antecedente se relaciona debido a que se analizan los factores socioeconómicos de las familias, se toma en cuenta la experiencia previa en trabajos dependientes e independientes, para así poder identificar sus potenciales habilidades y enfocarse en sus habilidades resaltantes, lo cual este análisis lleva a las familias a crear microemprendimientos con respecto a sus atributos más resaltantes.

Cerrón, 2011 (2011) *“Proyectos de Microemprendimiento y su influencia en el bienestar de las personas adultas mayores en Lima Metropolitana”*, llegó a la conclusión de que hay muchas actividades donde las PAMs pueden intervenir como es el servicio de transporte formando una microempresa de servicios de movilidad, para el público en general, o un servicio de taxi, especialmente, diseñado y orientado a adultos mayores que llevan a cabo actividades laborales y sociales que requieren taxis confiables y seguros. Por todo lo expuesto, el tema de proyectos de microemprendimiento y su influencia en el bienestar humano de las PAMs es muy interesante y es el que se va a desarrollar en el presente estudio.

La presente investigación en relación al antecedente se tiene que el microemprendimiento influye de manera positiva-significativa en el bienestar de las personas, en este caso sean adultas está demostrado que las personas se desenvuelven en cualquier rubro para ello con la participación de las municipalidades o instituciones estas llevan a cabo programas para fomentar el microemprendimiento dándoles capacitaciones, charlas, etc, lo cual a futuro estas herramientas tienen un impacto positivo.

- **Pilares** (2016), *“Los microcréditos y el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de Mibanco en la asociación pro vivienda los Próceres del distrito de San Sebastián, Cusco – 2015”*, llegó a la conclusión de que los microcréditos influyen positivamente en el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de la entidad financiera Mibanco en la Asociación Pro Vivienda Los Proceres del distrito de Sam Sebastián.



La presente investigación, Pilares (2016) habla de los microcréditos y su influencia significativa de desarrollar micro emprendimientos, así como también en la accesibilidad de contraer un préstamo para iniciar un microemprendimiento, es por ello que debería ser una dimensión a considerar para futuros estudios en la Provincia del Cusco; y de esa forma demostrar su implicancia.

- **Flores & Quispe (2019), “Emprendimiento del rubro Textilero en la Asociación Centro Artesanal Cusco- 2018”**, llegaron la conclusión de que el 2.80 de socios tienen la capacidad de emprender y desean hacerlo sin embargo los vacíos en su formación técnica , mantiene la práctica empírica de la actividad ; actualmente la antigua artesanía textil, elaborada con creatividad y producto del aprendizaje que ha ido transmitiéndose de generación en generación ha optado por limitarse a la comercialización de productos artesanales con grave peligro de desaparecer razón primordial del presente estudio; respecto la dimensión oportunidad se obtuvo un resultado de 3.20 que la califica como incipiente ; la dimensión visión se obtuvo un resultado de 3.76 : aceptable, La dimensión liderazgo obtuvo en promedio 2.31 : deficiente ; La dimensión riesgo alcanzó en promedio 1.77 la dimensión de creación de valor obtuvo en promedio 2.98.

En el estudio con respecto a la presente investigación, se tiene en común que la capacitación es un factor determinante para desarrollar de manera exitosa un microemprendimiento, además se observa que la Provincia del Cusco tiene una significativa demanda de productos artesanales siendo un hecho resaltante para la creación y el fomento de microemprendimientos en este rubro, es por ello que se exhorta al gobierno en turno capacitar de manera eficiente a los que están iniciando en este rubro, y no pierdan su inversión en el camino.

- **Zamalloa (2019) “Características de emprendimiento empresarial de estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco, 2019”**, llegó a la conclusión de que el promedio de las características de emprendimiento empresarial es 4.02 el cual nos indica que los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco han desarrollado gran parte de las características de emprendimiento empresarial durante su vida universitaria, calificándola como buena, por lo que se denota que no existe un problema; reafirmando a este resultado se detalla los promedios que se obtuvieron a través de la dimensiones mencionadas; respecto a los factores motivacionales un 4.2 nos demuestra



que los estudiantes sienten motivación de alcanzar sus metas, desarrollarse como profesionales exitosos e independizarse como emprendedores exitosos, se estima el resultado como bueno, el 4,05 de los estudiantes manifiestan que las características personales son buenas, ya que dichas características fueron estimulados y formados durante la vida universitaria, el 3.91 de las características físicas son calificadas como buenas ya que los estudiantes son jóvenes en su mayoría, el 3.92 de las intelectuales son buenas puesto que la enseñanza que reciben es teórica y práctica, y el 4.02 de las competencias generales son buenas ya que los estudiantes desarrollaron liderazgo, comunicación, etc. para ser emprendedores empresariales.

La presente investigación con respecto a este estudio muestra que las universidades concentran pequeños emprendedores, lo cual se observa que en el estudio se tuvo estudiantes emprendedores que por motivos de la pandemia iniciaron a emprender, es así que las universidades no sólo deben enseñar dentro de su malla curricular teoría sobre dicho tema, sino, también el proceso legal para poder llegar a ser un micro emprendedor.

➤ **La Teoría de Schumpeter de la innovación**

La teoría de Shumpenter citado por (Labarcés, 2015), considera a la innovación como un factor determinante del éxito de las empresas, introduciendo nuevos métodos de producción para obtener una ventaja competitiva, así teniendo nuevas y mejores armas para poder competir en el mercado actual, dicha teoría se encuentra en línea con la presente investigación, dado que los microemprendedores hacen uso de las plataformas digitales, como herramienta para promocionar y vender sus bienes y/o servicios, por otra parte Schumpeter describe la iniciativa emprendedora como un motor en el mercado, y en el presente estudio se analiza a los microemprendimientos como influyentes de la generación de empleo y de ingresos en las familias, esto como resultado de los problemas que se vive actualmente, que es la baja oferta laboral, también según la teoría de Schumpeter describe la innovación como la resolución de problemas y enfoca al emprendedor como un solucionador de problemas y con la creación de microemprendimientos se estaría resolviendo los problemas de la falta de empleo y bajos ingresos de las familias,



➤ **La Teoría del emprendimiento de Andy Freire**

Según la teoría de (Freire, 2004), los pilares del emprendimiento son: la idea, el capital y el emprendedor, señala que estos pilares deben estar relacionados entre sí, y que de la convicción del emprendedor depende el éxito del negocio; por lo tanto, dicha teoría es consistente con la presente investigación teniendo que las familias del Cusco al emprender tenían una idea de emprendimiento con viabilidad y rentabilidad en el mercado, para ello los microemprendedores analizaron todas los aspectos necesarios para llevar a cabo su idea de negocio considerando así el monto de capital que es un pilar importante para llevar a cabo la idea de negocio, de acuerdo a los resultados se tiene que los micro emprendedores encuestados utilizaron dichos factores para que su negocio sea eficiente económicamente, logrando poder sustentar los gastos familiares, satisfacer sus necesidades básicas, asimismo impulsar el crecimiento de su microemprendimiento y posicionamiento en el mercado con la finalidad de lograr su bienestar económico - social.

➤ **La Teoría de emprendimiento según Howard H. Stevenson**

La teorías de Howord H. Stevenson citado por (Cuevas, 2011) indica que a través de las oportunidades de mercado se crea el emprendimiento, a la vez Stevenson propuso 5 dimensiones de la gestión de un emprendimiento que son la orientación estratégica, estructura gerencial, proceso de comprometer recursos, control de recursos y el compromiso con la oportunidad, dicha teoría se encuentra alineada a la presente investigación teniendo que los microemprendedores para sobresalir en esta pandemia tuvieron que aprovechar las oportunidades que se presentaba en el mercado debido a las restricciones del gobierno, teniendo así como la venta de implementos de bioseguridad, venta de comida por delivery, venta de alimentos de primera necesidad, ventas online; asimismo el autor señala que los emprendedores para crecer y mantenerse debían crear estrategias, para ello las familias de la Provincia del Cuso tuvieron que reinventarse e introducirse en el ámbito de los microemprendimientos e incrementar sus conocimientos en el aspecto comercial.



7.4 Implicancias del estudio

La presente investigación busca determinar la incidencia de los microemprendimientos en el bienestar económico - social de las familias de la Provincia de Cusco, asimismo poseen un rol importante en la reactivación económica de la Provincia de Cusco.

Por otra parte, resalta la importancia de la creación de microemprendimientos debido a que estos generan empleo e incrementan los ingresos de las familias de la Provincia de Cusco, satisfaciendo así sus necesidades básicas y ayudando a la mejora del nivel de vida



CONCLUSIONES

1. Del presente estudio realizado se puede concluir que a mayor creación de microemprendimientos, aumenta el bienestar económico - social de las familias, esta afirmación se obtuvo de la prueba de hipótesis realizada con la correlación de Pearson, en donde se tiene que los microemprendimientos tienen una incidencia positiva significativa en un 84% en el aumento del bienestar económico social, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, en donde se menciona que “ los microemprendimientos son determinantes del bienestar económico - social de las familias en la Provincia de Cusco - 2021”, no solo mejorando sus ingresos mensuales sino también beneficiando a las personas con la creación de su propio empleo.
2. Los microemprendimientos son una forma de ayuda a la generación de ingresos en este tiempo de pandemia, dando resultados favorables con respecto al incremento de ingresos en las familias, tomando en cuenta los resultados obtenidos, se concluye respecto a la hipótesis específica 1 que a mayor microemprendimiento, aumenta el ingreso de las familias en la Provincia del Cusco – 2021, teniendo así una correlación positiva con respecto a la prueba estadística de Pearson con un resultado de 0,660, con una significancia bilateral de 0,00 siendo menor al $p < 0,05$, por lo cual se concluye que la hipótesis específica 1 se acepta, es así que los microemprendimientos explican en un 60% el aumento del ingreso de las familias en la Provincia del Cusco -2021.
3. Con respecto a la hipótesis específica 2 se tiene que a mayor microemprendimiento, aumenta el empleo de las familias en la Provincia del Cusco – 2021, tomando los resultados obtenidos se tiene una correlación positiva en la prueba estadística de Pearson con un valor de 0.660, con una significancia bilateral de 0,00 siendo menor al $p < 0.05$, concluyendo que la hipótesis específica 2 se acepta, es decir que los microemprendimientos explican en un 66% el aumento del empleo de las familias en la Provincia de Cusco - 2021; esto en consecuencia a los altos números de desempleo por la situación actual que se está viviendo, las familias decidieron emprender considerando a éste como un factor clave en el desarrollo del autoempleo, así mismo los microemprendedores desarrollan actividades productivas de valor que genera ganancias.
4. Con respecto a la hipótesis específica 3 se tiene que los microemprendimiento son determinantes en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia del Cusco – 2021, tomando los resultados obtenidos se tiene una correlación positiva en la prueba



estadística de Pearson con un valor de 0.844 con una significancia bilateral de 0,00 siendo menor al $p < 0.05$, concluyendo que la hipótesis específica 3 se acepta, es decir que los microemprendimientos explican que en un 84% son determinantes en el acceso a servicios básicos de las familias en la Provincia de Cusco - 2021; pudiendo así satisfacer las necesidades básicas y con ello poder mejorar su bienestar social.



RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la municipalidad Provincial del Cusco seguir incentivando a los pobladores de la Provincia del Cusco a seguir con sus emprendimientos, ayudando a la formación empresarial simplificando los trámites burocráticos con respecto a la obtención de licencias y permisos, apoyo con la promoción comercial, promover la generación de asociatividad de microemprendedores; así como también en asesorarles a la elaboración de planes de negocio, dado que ello facilitara al desarrollo de los emprendedores en el mercado, y así poder aumentar el bienestar económico social de las familias de la Provincia del Cusco .
2. Se recomienda, tomando en cuenta los resultados del estudio, que el microemprendimiento eleva el bienestar socioeconómico de manera positiva significativa, que la Municipalidad Provincial de Cusco a través de sus programas como el Proyecto DER Cusco, el Ministerio de Producción, Centro de Desarrollo Empresarial, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Perú responsable, Innóvate Perú, Reactiva Perú, la Cámara de Comercio destinen mayor presupuesto en temas de capacitación, asesoría y crédito a los microemprendedores.
3. Debido a la escasez o nula información referente al asesoramiento a microemprendedores por parte de las entidades públicas, se recomienda que la municipalidad Distrital del Cusco, el gobierno regional y las instituciones competentes como el Ministerio de Producción, Centro de Desarrollo Empresarial, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Perú responsable, Innóvate Perú, Reactiva Perú, la Cámara de Comercio que conjuntamente con el BCP tienen el programa Contigo emprendedor BCP, así como también a las universidades como la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco a través de su incubadora de emprendimientos llamada Paqariy Cusco, de igual forma la Universidad Andina del Cusco con su incubadora de empresas Kamaq Wayna, entre otros, lleven a cabo capacitaciones abiertas para todos los emprendedores, para así exhortarlos a que ellos aprendan temas en cuanto a planificación empresarial y así estén más preparados y puedan superar las dificultades que existen en el mercado.
4. Se recomienda a que las instituciones públicas correspondientes apoyen en cuanto a la innovación de los microemprendimientos fomentando capacitaciones, charlas informativas y demás, con respecto a la utilización de las TICs, esto debido al contexto en el que se está viviendo a causa de la pandemia de la Covid- 19, lo que trajo como



consecuencia la digitalización, y el adaptarse a esta forma de vender es muchas veces complicado para las personas nuevas que están ingresando al mercado debido a que no tienen conocimiento de la utilización de redes sociales y diversas plataforma, y el apoyo de la instituciones públicas ayudará a que los microemprendedores estén más preparados y poder aprovechar mejor las oportunidades que se presenten en el mercado más aún en estos tiempos de pandemia.

5. Una manera efectiva de promover el emprendimiento es impulsar a crear alianzas estratégicas entre otros emprendedores como asistir a ferias, pertenecer a redes de negocio, aplicar la innovación constantemente ya que eso llama la atención a los clientes, y estas organizaciones debe ser llevado a cabo por instituciones del gobierno regional y local, así como también las instituciones privadas que tengan el compromiso de impulsar el desarrollo económico y social de las familias.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actis Di, E. (23-26 de setiembre de 2008). *Bienestar Social: Un analisis teórico y metodológico como base para la medición de la dinámica histórica en la Argentina*. Obtenido de nulan.mdp.edu.ar: <http://nulan.mdp.edu.ar/808/1/00474.pdf>
- Angúlo, C. (2012). *Elaboración de un texto de desarrollo socio económico*. Lima: Universidad Nacional del Callao.
- Arancibia, I., Costanzo, V., Goldin, J., & Vazquez, G. (2014). *Una aproximación a la experiencia de los microemprendimientos en la Argentina actual*. Obtenido de Municipios: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/Los%20Microemprendimientos.pdf>
- Askunze, C. (2007). Economía Solidaria. En G. Celorio, & A. (. Lopez de Muniain, *Diccionario de Educación para el desarrollo* (págs. 107-113). Bilbao: Ed. Hegoa.
- Castillo, A. (Agosto de 1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Obtenido de Recursos.ccb.org: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>
- CEPAL. (2003). *Hacia el objetivo del milenio de reducir la pobreza en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile.
- Cerrón, D. A. (2011). *“Proyectos de Microemprendimiento y su Influencia en el Bienestar de las Personas Adultas Mayores en Lima Metropolitana”*. Lima: Universidad Nacional de Ingeniería.
- Cuajaro Cantú, G. (2005). *Contabilidad financiera*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Cuevas, M. F. (Julio - Diciembre de 2011). ¿Cómo despertar el emprendimiento y la innovación desde la academia por medio de modelos de enseñanza establecidos? *Revista de Investigación*, 4(2), 115-125.
- Del Rosario, E. (Enero - Junio de 2007). La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala. *COPÉRNICO Revista Arbitrada Interdisciplinaria.*, IV(6), 23-30.



- Duarte, T., & Jiménez, R. (Diciembre de 2007). Aproximación a la Teoría del Bienestar. *Scientia et Technica*, XIII(37), 305-310.
- Enriquez, I. (Mayo de 2016). Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inconcluso. *LAJED*(25), 73-125.
- Flores, L., & Quispe, B. (2019). *Emprendimiento del rubro textilero en la Asociación Centro Artesanal Cusco - 2018*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Santillana Ediciones Generales S.L.
- Gabriel, A., & Manganelli, M. (2010). *Teoría del valor trabajo: Los enfoques de Smith y Ricardo*. Obtenido de UCEMA:
https://ucema.edu.ar/~jms/cursos_grado_y_posgrado/historia_del_pensamiento_economico/monografias_anteriores/2010_gabriel_manganelli.pdf
- GEM, G. E. (2020). *Family Entrepreneurship Report*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50545>
- gob.pe. (12 de Septiembre de 2019). *Persona Natural versus Persona Jurídica*. Obtenido de gob.pe - Plataforma digital única del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw - Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- INEI. (marzo de 2020). *Demografía Empresarial en el Perú*. Obtenido de [inei.gob.pe: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf)
- Jiménez, A., Hernández, H. G., & Pitre, R. (Abril-Junio de 2018). Emprendimiento social y su repercusión en el desarrollo económico desde los negocios inclusivos (Colombia). *Revista Logos - Ciencia y Tecnología*, 10(2), 198-211.
- Labarcés, C. (Julio - Diciembre de 2015). Aspectos de Innovación Schumpeteriano: El emprendimiento, el perfil del empresario en el contexto social. *Dictamen Libre*, 730-080. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/3082/2492>



- London, S. (2006). El concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación. *Economía y Sociedad*, XI(17), 17-32. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/510/51001702.pdf>
- Maceratesi, G. (2011). *El papel del emprendimiento y la Economía Social en el Desarrollo Local*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Madrigal, B., Arechavala, R., & Madrigal, R. (2012). El emprendedor y su capital social: Caso el Clúster del Software en Jalisco. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 5(4), 107 - 120.
- Marulanda, J., Correa, G., & Mejía, L. (Mayo - Agosto de 2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(66), 153-1b.
- Morales Choque, A. S. (2019). “*Características de Emprendimiento Empresarial de Estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Andina del Cusco*”. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Morales, D. Y. (2018). *Factores Socioeconómicos que Influyen en el Micro Emprendimiento Juvenil Region Puno - 2014*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Municipalidad Provincial del Cusco. (2019). *Diagnostico de brechas de infraestructura o de acceso a servicios de la municipalidad Provincial del Cusco para el PMI 2020-2022*. Cusco: Municipalidad Provincial del Cusco.
- OCDE. (2005). *Manual de OSLO: Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación*. Obtenido de <http://www.madrid.org/>: <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- OIT. (07 de Abril de 2020). *COVID-19: Estimular la economía y el empleo*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_740920/lang--es/index.htm
- Osorio, J. I. (2011). *Emprendedorismo*. Obtenido de <https://bdigital.uncu.edu.ar/>: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5298/osorio-trabajodeinvestigacin.pdf
- Pallo, D. D. (setiembre de 2017). “*Estrategias Administrativas Que Generen Nuevos Micro Emprendimientos en el Sector de la Calle Argentina – Guayaquil*”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.



- Pilares, Y. C. (2016). *Los microcréditos y el desarrollo económico de los microempresarios usuarios de Mibanco en la Asociación Pro Vivienda de los Proceres del Distrito de San Sebastián, Cusco-2015*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora Ruiz, J., Borda, A., & Morales, O. (Agosto de 2017). *Global Entrepreneurship Monitor Perú 2016-2017*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/320161398_Global_Entrepreneurship_Monitor_Peru_2016-2017
- Sierra, R. (1986). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. Madrid: International Thomson Editores Spain.
- Reyes, O., & Rains, O. (2014). *Teoría del bienestar y el óptimo de Pareto como problemas microeconomicos*. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 217-224.
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías del emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07), 7-16.
- Urzúa, A., & Caqueo, A. (2012). Calidad de vida: Una revisión teórica del concepto. *Terapia Psicológica*, 30(1), 61-71.
- Westreicher, G. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de Nivel de vida : <https://economipedia.com/definiciones/nivel-de-vida.html>
- Zachary, R., Amorós, J., Rojas, F., & Majmud, P. (2013). *El emprendimiento familiar*. Chile: RIL® editores.
- Zorrilla, D. C. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los micro emprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho, Caso: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil de INPET (2007-2009)*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.



ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“LA INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR SOCIAL DE LAS FAMILIAS, EN LA PROVINCIA DE CUSCO – 2021”

Formulación del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Variables	Método
Problema general	Objetivo General	Hipótesis general	V.1. Microempresarios	Tipo, alcance y diseño
¿Cuál es la incidencia de los microempresarios en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco - 2021?	Determinar la incidencia de los microempresarios en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.	Los microempresarios inciden positivamente en el bienestar Económico - Social de las familias en la Provincia de Cusco – 2021.		El trabajo será de tipo descriptivo – correlacional, enfoque cuantitativo, alcance descriptivo – correlacional y diseño no experimental transversal.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	V.2. Bienestar Económico - Social de las familias	Población y muestra
<ul style="list-style-type: none"> – ¿Cómo los microempresarios determinan los ingresos de las familias en la Provincia de Cusco – 2021? – ¿Cómo los microempresarios generan empleo en las familias de la Provincia de Cusco -2021? – ¿Son los microempresarios 	<ul style="list-style-type: none"> – Determinar que los microempresarios son determinantes en los ingresos de las familias en la Provincia del Cusco – 2021. – Determinar que los microempresarios son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021. 	<ul style="list-style-type: none"> – Los microempresarios son determinantes significativos en los ingresos de las familias de la Provincia de Cusco - 2021. – Los microempresarios son generadores de empleo en las familias en la Provincia de Cusco – 2021. – Los microempresarios determinan positivamente el 		<p>La población estará conformada por los microempresarios de la Provincia de Cusco.</p> <p>La muestra será igual a un subconjunto de la población conformada por los microempresarios de la Provincia de Cusco.</p>



determinantes del acceso a servicios básicos de las familias de la Provincia de Cusco -2021?	– Determinar cómo los microemprendimientos son determinantes en el acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco -2021.	acceso a servicios básicos en las familias de la Provincia de Cusco -2021.		
--	---	--	--	--



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR ECONÓMICO SOCIAL DE LAS FAMILIAS EN LA PROVINCIA DE CUSCO – 2021

	UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO	
ENCUESTA A LOS EMPRENDEDORES DE LA PROVINCIA DE CUSCO		
<p>La presente encuesta tiene por objetivo obtener información para realizar el trabajo de investigación denominado “INCIDENCIA DE LOS MICROEMPRESARIOS EN EL BIENESTAR ECONÓMICO SOCIAL DE LAS FAMILIAS EN LA PROVINCIA DE CUSCO – 2021”, dirigido a la población beneficiaria.</p> <p>Por lo que solicito responda las preguntas correspondientes con una (X). Le agradezco por su colaboración.</p>		

Fecha		Nombre de su Microempresario	
-------	--	------------------------------	--

I. INFORMACIÓN BÁSICA

A.

PROVINCIA		DISTRITO	
-----------	--	----------	--

B. CARACTERÍSTICAS DEL ENTREVISTADO

B.1. SEXO

MASCULINO FEMENINO

B.2. EDAD _____

B.3. ESTADO CIVIL

SOLTERO (A) CASADO (A) VIUDO (A)

CONVIVIENTE DIVORCIADO (A)

B.4. NIVEL DE EDUCACIÓN



PRIMARIO SECUNDARIO SUPERIOR
CARRERA TÉCNICA UNIVERSITARIO INCOMPLETO UNIVERSITARIO COMPLETO

II. VARIABLE DEPENDIENTE

A. BIENESTAR ECONÓMICO

1. ¿CUENTA CON TRABAJO ACTUALMENTE?

SI NO

2. USTED TRABAJA COMO PERSONA:

DEPENDIENTEMENTE INDEPENDIENTEMENTE

3. ¿A CAUSA DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19, USTED PERDIÓ SU EMPLEO?

SI NO

4. ¿CON CUANTOS EMPLEOS CUENTA USTED ACTUALMENTE?

- 0
- 1
- 2
- MAS DE 2

5. ¿CUANTOS MIEMBROS INTEGRAN SU FAMILIA?

- 2
- 3
- 4
- 5
MÁS DE 6

6. ¿CUANTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA TRABAJAN ACTUALMENTE?



- 1
- 2
- 3
- 4
- MÁS DE 5

7. ¿EN PROMEDIO, CUANTO ERA SU INGRESO MENSUAL FAMILIAR ANTES DE SU MICROEMPREDIMIENTO?

INGRESOS MENSUAL	
Menor a 300	()
De 301 a 500	()
De 501 a 1000	()
De 1001 a 1500	()
De 1501 a 2000	()
De 2001 a 3000	()
De 3001 a 4000	()
De 4001 a más	()

8. Con que frecuencia obtiene sus ingresos actualmente

- Mensual
- Quincenal
- Semanal
- Diario
- Otro _____

9. ¿EN PROMEDIO CUANTO DESTINA USTED PARA SU CANASTA BÁSICA FAMILIAR MENSUALMENTE?

GASTO MENSUAL	
Menor a 300	()
De 301 a 500	()
De 501 a 700	()
De 701 a 900	()
De 901 a 1100	()
De 1101 a 1300	()
De 1301 a 1500	()
De 1501 a más	()



10. ¿Del ingreso que percibe mensualmente puede ahorrar?

SI NO

11. CREE USTED QUE CON SU MICROEMPRESA ¿MEJORA SU BIENESTAR ECONÓMICO?

SI
NO

B. BIENESTAR SOCIAL

12. ¿CON LOS INGRESOS PERCIBIDOS DE SU MICROEMPRESA PUEDE ACCEDER A EDUCACIÓN?

– SI
– NO

13. ¿CON LOS INGRESOS PERCIBIDOS DE SU MICROEMPRESA PUEDE ACCEDER A UNA SALUD DE CALIDAD?

– SI
– NO

14. ¿CON LOS INGRESOS PERCIBIDOS DE SU MICROEMPRESA PUEDE PAGAR LOS SERVICIOS BÁSICO QUE UTILIZA EN CASA (AGUA, LUZ, INTERNET Y/ O TELÉFONO)?

– SI
– NO

15. CREE USTED QUE CON SU MICROEMPRESA ¿MEJORA SU BIENESTAR SOCIAL?

– SI
– NO



III. VARIABLE INDEPENDIENTE

A. MICROEMPRESARIOS

1. ¿CUÁL FUE LA CAUSA PARA EMPRENDER?

- Necesidad económica
- Pérdida de empleo
- Independencia financiera
- Independencia financiera
- Realización personal
- Perseguir una pasión
- Otro

Especifique _____

2. ¿A QUE ACTIVIDAD ECONÓMICA SE DEDICA EN SU MICROEMPRESARIATO?

- Comercio
- Artesanía
- Restaurante
- Turismo
- Hotelería
- Otros

Especifique _____

3. ¿CUAL ES SU MERCADO OBJETIVO? (puede marcar más de una)

- Bebes
- Niños
- Adolescentes
- Jóvenes
- Adultos
- Adultos mayores
- Solo mujeres
- Solo varones

4. DESDE HACE CUANTO TIEMPO SE DEDICA A LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

- HACE 6 MESES
- HACE UN AÑO
- HACE UN AÑO Y MEDIO
- HACE DOS AÑOS
- HACE MAS DE DOS AÑOS



5. ¿CON CUANTO DE CAPITAL INICIO SU MICROEMPRESAMIENTO?

GASTO MENSUAL	
Menor a 500	()
De 501 a 600	()
De 601 a 700	()
De 701 a 900	()
De 901 a 1500	()
De 1501 a 2000	()
De 2001 a 3000	()
De 3001 a más	()

6. SU CAPITAL FUE FINANCIADO POR TERCEROS O ES PROPIO

- PROPIO
- FINANCIADO ESPECIFIQUE _____
- AMBOS

7. EN PROMEDIO QUE PORCENTAJE DE SU CAPITAL FUE FINANCIADO POR TERCEROS

- 20 %
- 40%
- 50%
- 60%
- 80%
- 100%

8. ¿EN PROMEDIO CUAL ES EL MONTO DE CRÉDITO QUE SOLICITASTE PARA TU CAPITAL?

GASTO MENSUAL	
Menor a 500	()
De 501 a 800	()
De 801 a 1000	()
De 1001 a 1500	()
De 1501 a 2000	()
De 2000 a más	()



9. CUANTO ES SU COSTO DE PRODUCCIÓN DE SU MICROEMPRESA

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Menor a 200	()
De 201 a 400	()
De 401 a 600	()
De 601 a 800	()
De 801 a 1000	()
De 1000 a más	()

10. CUANTO DE INGRESO PERCIBE MENSUALMENTE DE SU MICROEMPRESA

INGRESO MENSUAL	
Menor a 500	()
De 501 a 800	()
De 801 a 1000	()
De 1001 a 1500	()
De 1501 a 2000	()
De 2001 a 2500	()
De 2500 a 3000	()
De 3000 a más	()

11. ¿CUANTO ES SU INGRESO NETO DE SU MICROEMPRESA?

GANANCIA NETA	
Menor a 300	()
De 301 a 400	()
De 401 a 500	()
De 501 a 600	()
De 601 a 700	()
De 701 a 800	()
De 801 a 900	()
De 901 a 1000	()
De 1000 a más	()

12. DE QUÉ MANERA OFRECE SU BIEN O SERVICIO



Presencial

Virtual

Ambos

Otro

Especifique _____

13. SI USTED OFRECE SU BIEN O SERVICIO VIRTUALMENTE ¿MEDIANTE QUE PLATAFORMAS LO HACE?

Facebook

Whatsaap

Instagram

Tik Tok

Correo electrónico

Otro

Especifique _____

14. ¿USTED RECIBIÓ ASESORÍA O CAPACITACIÓN PARA INICIAR CON SU MICROEMPREDIMIENTO?

SI

NO



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.959	29