

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD, AUDITORIA Y FINANZAS



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
“MENTALIDAD EMPRENDEDORA Y GESTIÓN DE MICRONEGOCIOS
ASESORADOS POR CONTADORES PÚBLICOS EN LA CIUDAD DE
HUANCAYO 2022”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

Bach: Otazú Bautista, Keyla Mayveli

ASESOR:

Dr. Vegas Gallo Edwin Agustín
DNI N° 2771235
<https://orcid.org/0000-0002-2566-0115>

LIMA, PERU
2023



INFORME DE SIMILITUD N°117-2023-UPCI-FCEYN-REHO-TT

A : **MG. HERMOZA OCHANTE RUBÉN EDGAR**
Decano (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Negocios

DE : **MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR**
Docente Operador del Programa Turnitin

ASUNTO : Informe de evaluación de Similitud de Trabajo de Suficiencia Profesional:
BACHILLER OTAZU BAUTISTA, KEYLA MAYVELI


FECHA : Lima, 5 de Diciembre de 2023.

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de informar lo siguiente:

1. Mediante el uso del programa informático **Turnitin** (con las configuraciones de excluir citas, excluir bibliografía y excluir oraciones con cadenas menores a 20 palabras) se ha analizado el Trabajo de Suficiencia Profesional titulada: **“MENTALIDAD EMPRENDEDORA Y GESTIÓN DE MICRONEGOCIOS ASESORADOS POR CONTADORES PÚBLICOS EN LA CIUDAD DE HUANCAYO 2022”**, presentado por la Bachiller **OTAZU BAUTISTA, KEYLA MAYVELI**.
2. Los resultados de la evaluación concluyen que el Trabajo de Suficiencia Profesional en mención tiene un **ÍNDICE DE SIMILITUD DE 25%** (cumpliendo con el artículo 35 del Reglamento de Grado de Bachiller y Título Profesional UPCI aprobado con Resolución N° 373-2019-UPCI-R de fecha 22/08/2019).
3. Al término análisis, la Bachiller en mención **PUEDE CONTINUAR** su trámite ante la facultad, por lo que el resultado del análisis se adjunta para los efectos consiguientes

Es cuanto hago de conocimiento para los fines que se sirva determinar.

Atentamente,


.....
MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR
Universidad Peruana de Ciencias e Informática
Docente Operador del Programa Turnitin

Adjunto:

- *Recibo digital turnitin*
- *Resultado de similitud*

DEDICATORIA:

Dedico el presente trabajo de suficiencia a mis padres, por su apoyo y orientación en mi camino profesional, por su orientación en poder crecer y aprender de los errores.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por guiarme en el camino correcto, a mi madre por todo el sacrificio, el amor, la paciencia, los valores, los principios que me brindo e inculco, a mi padre por ser la inspiración, fuerza y el soporte emocional, a mi familia por siempre estar al pendiente y brindarme su apoyo moral, todas las fuerzas y respaldo en los momentos más difíciles de mi vida, y, por último, pero no menos importante a mis maestros de la Universidad por compartir conmigo su sabiduría.

Declaración de Autoría

Nombres : KEYLA MAYVELI

Apellidos : OTAZÚ BAUTISTA

Código : 15120000059

DNI : 74056835

Declaro que, soy el autor del trabajo realizado y que es la versión final que he entregado a la oficina del Decanato de la Facultad de Contabilidad de la Universidad Peruana de Ciencias e Informática.

Asimismo, declaro que he citado debidamente las palabras o ideas de otros autores, refiriendo expresamente el nombre de la obra y página o páginas que me sirvieron de fuente.

INDICE

DEDICATORIA:	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	12
CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	12
1.1. DESCRIPCIÓN	12
1.2. MARCO TEÓRICO	15
1.2.1. Antecedentes Internacionales	15
1.2.2. Antecedentes Nacionales	20
1.3. BASES TEÓRICAS	25
1.3.1. Mentalidad emprendedora	26
1.3.2. El emprendimiento	29
1.3.3. Mentalidad emprendedora	30
1.3.4. Articulación y actividades de emprendimiento	30
1.3.5. Cultura y éxito emprendedor	31
1.3.6. Gestión de micronegocios	32
1.3.7. Gestión de procesos de negocio	33
1.3.8. Microempresa o Micronegocio	34
1.3.9. Empresa/Negocio y emprendimiento	35
1.3.10. Plan y modelo de negocios para emprender	37
1.3.11. Impacto en la gestión el negocio	41
1.3.12. Innovación y éxito en la gestión de negocios	42
1.3.13. Empresas, tecnología y revolución 4.0	42
1.3.14. Asesoría profesional	43
1.3.15. Asesoría y desempeño	45
CAPITULO II	47
DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	47
2.1. PROBLEMÁTICA	47

2.1.1.	Problema General	47
2.1.2.	Problemas Específicos.....	47
2.2.	OBJETIVOS.....	47
2.2.1.	Objetivo General	47
2.2.2.	Objetivo Específico	47
2.3.	JUSTIFICACIÓN	48
2.3.1.	Justificación Teórica.....	48
2.3.2.	Justificación Práctica	48
2.3.3.	Justificación Metodológica	49
2.4.	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	49
2.4.1.	Población.....	49
2.4.2.	Muestra.....	50
2.4.3.	Muestreo	50
2.5.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	50
CAPITULO III.....		64
APORTES		64
3.1.	APORTE PERSONAL	64
3.2.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	64
CONCLUSIONES.....		69
RECOMENDACIONES		70
BIBLIOGRAFÍA.....		72

RESUMEN

Las acciones de emprendimiento por parte de los empresarios y/o dueños de los micronegocios ubicados en la ciudad de Huancayo requieren del apoyo del estado para la gestión de sus micronegocios comerciales, sobre todo del profesional Contador Público. Se ha observado que, en esta coyuntura Covid 19 ha afectado demasiado a sus micronegocios, disminuyendo sus ventas, baja en el abastecimiento de productos que expenden y sobre todo en la baja sustancial de utilidades del micronegocio. Basado en esta temática de investigación nuestro objetivo general de investigación fue: Determinar la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. La población comprendió a los empresarios, trabajadores y profesionales Contadores Públicos. Determinándose una muestra de 255 personas considerando que sus micronegocios estén ubicados en la ciudad de Huancayo o radican como trabajadores o profesionales, a quienes se les aplicó el cuestionario validado por expertos y confiables. Utilizamos el método científico, inductivo, deductivo y el estadístico. Los resultados del trabajo de campo, muestran que la mayoría de los encuestados opinan que las acciones de emprendimiento son necesarias en estos tiempos de coyuntura del Covid 19 y para mejorar la gestión de sus micronegocios se utilice tecnología de gestión de micronegocios y emprendimientos e internet donde la gestión se base en el proceso administrativo de sus micronegocios.

Palabras clave: mentalidad emprendedora, gestión de micronegocios, asesoría profesional.

ABSTRACT

Entrepreneurial actions by entrepreneurs and/or owners of microbusinesses located in the city of Huancayo require the support of the state for the management of their commercial microbusinesses, especially from the professional Public Accountant. It has been observed that, in this situation, Covid 19 has affected their microbusinesses too much, decreasing their sales, a decrease in the supply of products they sell and, above all, a substantial decrease in the profits of the microbusiness. Based on this research topic, our general research objective was: Determine the relationship of the entrepreneurial mentality with the management of microbusinesses advised by Public Accountants in the city of Huancayo, 2022. The population included entrepreneurs, workers and professionals Public Accountants. A sample of 255 people was determined considering that their microbusinesses are located in the city of Huancayo or they live as workers or professionals, to whom the questionnaire validated by reliable experts was applied. We use the scientific, inductive, deductive and statistical methods. The results of the field work show that the majority of respondents believe that entrepreneurial actions are necessary in these times of Covid 19 and to improve the management of their microbusinesses, microbusiness and entrepreneurship management technology and the Internet are used where Management is based on the administrative process of your microbusinesses.

Keywords: entrepreneurial mentality, microbusiness management, professional advice.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de suficiencia titulado: “Mentalidad emprendedora y gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022” cuyo objetivo de investigación fue “Establecer la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022”.

El presente trabajo nace por haber observado en la realidad fáctica, que en esta coyuntura Covid-19 en la ciudad de Huancayo, muchos de los micronegocios comerciales que funcionaban antes de la pandemia tenían ventas, rotaban sus inventarios y vendía más sus mercaderías donde los empresarios en calidad de emprendedores de sus micronegocios emprendían la gestión de sus negocios con bastante entusiasmo, esmero y dedicación; bajo el paradigma de obtención de utilidades; pero ante las actuales circunstancias han estado atravesando momentos difíciles habiendo disminuido significativamente sus ventas y ganancias y muchos de ellos quebraron y algunos sobreviven en este entorno turbulento y cambiante.

Se justificó su realización, dado que nos ha permitido conocer cómo se mantiene esa mentalidad emprendedora de los microempresarios y cómo aún siguen gestionando sus micronegocios los cuales, se han convertido en aportes sustanciales y significativos por la novedad de la temática investigada frente a las restricciones del entorno, especialmente la coyuntura Covid-19.

Consideramos que, en estos actuales momentos, se hace imprescindible y muy necesaria la labor del profesional denominado “Contador Público” dotados de su vasta experiencia y conocimientos, que mediante su orientación y su asesoría y experticia apuntala hacia el mejoramiento de la gestión proactiva de los micronegocios comerciales que comprendieron la muestra en la ciudad de Huancayo; considerando sus aportes como valiosos, fundamentales y decisivos para afrontar las problemáticas del entorno y la coyuntura Covid-19 de los emprendimientos.

Esta se sustenta en las competencias fundamentales que le otorga la Ley 13253 “Ley de Profesionalización del Contados Público” que en el artículo tres

establecía las competencias profesionales y posteriormente al haberse emitido la Ley 28951 “Ley de Actualización del Contador Público” donde se ampliaba sus alcances competenciales nos ha servido como precedente y motivación para investigar la temática acerca de las competencias estratégicas y el servicio profesional que ofrece el Contador Público en la ciudad de Huancayo, dirigido a los micronegocios de la ciudad de Huancayo.

CAPITULO I

CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1. DESCRIPCIÓN

El emprendimiento es vital en la gestión de los micronegocios comerciales tomando de referencia que “La iniciativa de investigación mundial, Global Entrepreneurship Monitor, GEM, analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras” (Garzozi, 2014). Por lo que, valorar en estas actuales circunstancias los emprendimientos por parte de los pequeños empresarios son cruciales para potenciar el desarrollo de nuestras economías.

Frente a estos emprendimientos consolidados “Hoy se reconoce que la creación y el desarrollo de emprendimientos influye de manera significativa en el bienestar económico y social, al crear empleos, promover la innovación e incrementar la competitividad. Es un factor clave en la historia reciente de Canadá, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México y Japón; países que han concentrado sus modelos económicos, políticas públicas y diseños institucionales en la promoción y el estímulo del emprendimiento, dado que implica crecimiento, desarrollo, generación de riqueza y mejora en la calidad de vida de los ciudadanos” (Rivera, 2018).

En ese contexto “El Gobierno Peruano ha creado el Fondo de Investigación y desarrollo para la Competitividad -FIDECOM-, liderado por el Ministerio de la Producción, que cuenta con 200 millones de soles (aproximadamente 72 millones de dólares) para promover la investigación y desarrollo de proyectos de innovación productiva de utilización práctica en las empresas” (Garzozi, 2014, pág. 90).

Como antecedentes, antes de la afectación de la coyuntura Covid-19 a nuestra realidad empresarial se consideraba como “El reciente boom en materia económica del país (con crecimiento sostenido año tras año, inclusive en tiempos de crisis mundial), ha permitido el surgimiento de nuevos emprendimientos, en sectores con gran potencial como la gastronomía, el turismo, la industria textil y principalmente el comercio” (Garzozi, 2014, pág. 89).

Por lo mencionado anteriormente “Todos estos antecedentes han motivado a muchos emprendedores a iniciar sus propios negocios y éste es el marco en el que el Emprendimiento pasa a liderar la opción estratégica de desarrollo económico latinoamericano y en tal sentido, existe en Latinoamérica un compromiso entre Universidades y Estado para desarrollar nuevos emprendimientos, generando una cultura alrededor del tema, creando facilidades de financiamiento, concursos, programas de fortalecimiento y promoviendo políticas de participación en eventos internacionales y desregulación de requisitos para facilitar el ambiente de negocios” (Paternina, 2011).

Las proyecciones que tenía el estado peruano en su plan estratégico nacional consideraban a nuestro país Perú como “El programa Start-up Perú que sigue los moldes de Start-up Chile y Start-up Brasil y pretenden transformar al Perú en un centro de creación de emprendimientos innovadores de visión global a través del aporte de capital semilla para startups. El objetivo es transformar el Perú, a mediano y largo plazo, en uno de los destinos de inversión y de nuevos emprendimientos en la región” (Garzozzi, 2014, pág. 91).

La realidad nos muestra los síntomas en la realidad fáctica de emprendimientos y de gestión de los micronegocios, que en esta coyuntura Covid-19 muchos de los micronegocios comerciales que funcionaban en la ciudad de Huancayo y otras ciudades de nuestro país antes de la pandemia tenían ventas, rotaban sus inventarios y vendían más sus mercaderías donde los empresarios en calidad de emprendedores de sus micronegocios emprendían la gestión de sus negocios con bastante entusiasmo, esmero y dedicación; bajo el paradigma de obtención de utilidades; pero ante las actuales circunstancias han estado atravesando momentos difíciles habiendo disminuido significativamente sus ventas y ganancias y muchos de ellos quebraron y algunos sobreviven en este entorno turbulento y cambiante.

Gamarra et al. considera que “Estas debilidades han conducido a una mortalidad temprana de las iniciativas y a un reducido (o nulo) impacto en el desarrollo económico y social del país. ¿Cuántas de las actividades actualmente llamadas

‘Emprendimientos’ cumplen las condiciones para convertirse en dinámicos? Para contestarlo con una afirmación irónica: ‘Esto del emprendimiento se ha convertido en una bachata: todo el mundo se sabe la letra’ es así”.

Por lo que, era una meta interesante “El discurso extendido a nivel mundial sobre la concepción de una Cultura Emprendedora y en especial al interior de la universidad le concedieron a esta la tarea de emprendimiento al incorporar a sus funciones tradicionales de enseñanza, investigación y extensión una función de contribución al desarrollo económico y social del país” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015).

Actualmente, frente a la coyuntura Covid-19 las causas que generan estas debilidades se consideraban que “En nuestro país como en la mayoría de los países existía incapacidad por parte de los Gobiernos por abrir suficientes fuentes de trabajo. Y son las empresas las que generan el mayor número de plazas para nuevos profesionistas” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015).

El pronóstico no tan alentador consideraba a “Un peruano, por naturaleza emprendedor, que ha comenzado a crear empresas no solamente como una opción de supervivencia sino como una forma de forjarse un futuro mejor. Dada esta coyuntura, el Gobierno Peruano recientemente ha lanzado programas destinados a apalancar el ecosistema emprendedor peruano” (Garzozi, 2014, pág. 89).

Así que durante “Los últimos 20 años se ha impulsado la creación de pequeñas empresas a través de diversos esquemas de apoyo de financiamiento, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta los jóvenes que egresan de la Universidades es la carencia de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015).

Consideramos que, en las actuales circunstancias cruciales que vivimos con un entorno cambiante frente a los emprendimientos y la gestión de los micronegocios se requiere un control del pronóstico que permita “El cambio de perspectiva frente a un panorama incierto y poco alentador que significaba para muchos un escenario poco favorable para la inversión, pero para otros

visionarios, esto puede representar la oportunidad que andaban buscando desde hace tiempo para desarrollar una idea de emprendimiento y satisfacer las necesidades de la población que demanda siempre el intercambio de bienes y servicios” (Pérez, J., & Mercado, J. , 2021).

En ese contexto, la labor profesional del denominado “Contador Público” se hace muy importante e indispensable su labor de asesoría a estos micronegocios como resultados de sus emprendimientos por los pequeños empresarios. La Ley 13253 “Ley de profesionalización de los Contadores” promueve un mejor desempeño competencial y un servicio de asesoría profesional de calidad. Se mejora su actuación profesional y competencial de asesoría profesional bajo lo establecido por la Ley 28951 “Ley de Actualización de la Ley 13253”.

En base a lo planteado en lo párrafos anteriores, las investigadoras consideramos muy necesario y prioritario haber investigado la problemática: ¿De qué manera la mentalidad emprendedora se relaciona con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Se encontró la tesis de (Quintero, 2019) titulada “Movimiento E: Una apuesta de innovación social para favorecer el desarrollo alternativo de mentes emprendedoras en colegios oficiales de Cali” presentada a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales en la Maestría en Gerencia para la Innovación Social para obtener el obtener el Grado Académico de Máster en Gerencia para la Innovación Social en la Universidad ICESI. El objetivo de la investigación fue “Contribuir al desarrollo de mentalidad emprendedora, desde el estímulo al desarrollo de pensamiento creativo y de innovación en los estudiantes a través de la identificación y solución conjunta de problemas reales de ciudad, que afectan a la comunidad como un todo, mediado por el contacto y trabajo colaborativo con actores, instituciones y organismos externos a las escuelas.”. Trata de una propuesta de ciudad para aplicar en el ámbito de los colegios

oficiales de Cali, dando prioridad al fortalecimiento de prácticas para el desarrollo de creatividad e innovación como base fundamental de todo proceso emprendedor en la escuela, más allá de la relación emprendimiento/creación de empresa, para ahondar en la relación creatividad/innovación para una educación emprendedora que aporte al desarrollo sostenible y a fortalecer conexiones para la colaboración entorno/escuela. Se concluye principalmente que “La educación del siglo XXI trae consigo una nueva perspectiva sobre educación para el emprendimiento. Una perspectiva en la que los emprendedores no sólo están llamados a ser creadores de empresa sino a ampliar su capacidad de acción, para crear valor en un rango más amplio de espacios, instituciones y situaciones, donde prima la capacidad creativa e innovadora de identificar problemas y generar soluciones que reporten beneficio individual y colectivo. En otras palabras, con horizontes y propósitos comunes para explorar y cocrear alrededor de problemas complejos y por demás colectivos”.

Se encontró la tesis de (Alzate, O., & Bermeo, H. , 2014) titulada “Caracterización de la formación en mentalidad emprendedora en los programas de pregrado de la Universidad Pontificia Bolivariana, Sede Medellín” presentada a la Escuela de Educación y Pedagogía de la Facultad de Educación en la Maestría en Educación para obtener el obtener el Grado Académico de Magister en Educación en la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín. El objetivo de la investigación fue “Caracterizar el proceso de formación en mentalidad emprendedora, en los programas de pregrado de la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín”. La población se consideró al año 2013, se realizaron las entrevistas a 12 docentes del curso de mentalidad emprendedora vinculados al CDE, muestra exhaustiva ya que corresponde a todos los profesores que dictaban el curso para el año. En cuanto a los estudiantes solo se seleccionó de manera aleatoria un grupo focal conformado por treinta y un (31) personas que pertenecen a diferentes programas y semestres. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizado fue la entrevista semi-estructurada. Los resultados principales fueron que “Se encontró que la mayoría de ellos, llegaron a impartir la cátedra de ME en la UPB, por varias razones: la motivación originada desde cada una de las universidades donde trabajaban; otros, desde sus

intereses personales empresariales, algunos en sus profesiones han tenido la posibilidad de liderar proyectos y capacitaciones lo cual ha permitido que se hagan personas idóneas para desarrollar el tema. Aunque solo uno es licenciado, a todos les agrada la docencia y se identifican con la labor docente porque permite que otros tengan una formación integral y emprendedora”. Se concluye principalmente que “El hombre se convierte en una herramienta de creación. El mismo es transformado por ese proceso o cambio, llevándolo a perder su condición humana e imponiéndose sus propias exigencias bajo parámetros solo tecnificados y modernos. El pensamiento moderno es un concepto netamente transformador. Al cual se alinea el concepto del emprendimiento, donde el ser humano debe iniciar procesos innovadores, acompañados del trabajo en equipo, el liderazgo, el pensamiento sistémico, la capacidad de crear múltiples, nuevas e inusuales ideas de negocio en un contexto de ideologías divergentes. Desarrollando competencias propias del emprendedor tales como: comunicativas, de autoestima, éticas, innovadoras, con capacidad de asombro de total creatividad y otras que se pudieron observar en las prácticas docentes realizadas en el curso de mentalidad emprendedora en la UPB”.

Se encontró la tesis de (Matamoros, A., & Pantaleón, R. , 2018) titulada “Intención emprendedora: Una perspectiva desde el Género” presentada a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Carrera Administración de Empresas. En su trabajo previo para obtener el Título de Ingeniero Comercial en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El objetivo de la investigación fue “Demostrar si existe intención emprendedora en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Guayaquil y evidenciar si existen diferencias significativas en cuanto al género de los estudiantes”. La población “En la investigación se utilizó la población conformada por los estudiantes” y la muestra “Resultó de 383 estudiantes de la ciudad de Guayaquil cuyas edades tienen un rango de edad entre 15 y 18 años del bachillerato de la ciudad de Guayaquil los cuales se encuentran en el rango de edad entre 15 y 18 años”. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario (survey). Entre los resultados principales fueron que “respecto a su decisión de ser empresarios inmediatamente al terminar sus estudios en contraste con su

decisión de ser empresarios luego de cinco años de concluir sus estudios de bachillerato. Los resultados evidenciaron que la intención crece de forma notoria cuando los estudiantes evalúan un período de tiempo mayor. Si bien es cierto, 1,50% de las mujeres pretende ser fundador de su propia empresa al terminar los estudios y un 5,70% de los hombres tiene el mismo interés; en contraste, el 38,54% de estudiantes de género masculino tienen la intención de ser empresarios luego de cinco años de graduarse mientras que 45% de estudiantes del género femenino aspiran con ser empresarias en el mismo período de tiempo, destacando que las mujeres crecen en proporción respecto a su decisión de querer emprender respecto a los hombres a medida que se posterga su decisión 50,00%". Se concluye principalmente que "En virtud de los hallazgos se pudo determinar que existe intención emprendedora en los estudiantes de bachillerato de la ciudad de Guayaquil el cual puede ser explicado por las variables que conforman el modelo explicativo: actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora, las cuales tienen influencia positiva y directa sobre la intención emprendedor, pudiendo responder así al tercer objetivo de investigación. En función de ello se afirma que toda persona que tenga una actitud positiva frente al emprendimiento así también que perciba que se encuentra apto o apta para emprender tendrá una intención de realizar un comportamiento emprendedor y procederá a cumplirlo en algún momento de su vida".

Se encontró la tesis de (Viale, 2017) titulada "El espíritu emprendedor y su relación con el fomento de la cultura emprendedora en la ciudad de Mendoza" presentada a la Universidad Siglo 21 para obtener la Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos. El objetivo de la investigación fue "Identificar las principales características del espíritu emprendedor de los fundadores de pequeñas y medianas empresas concentradas en la Ciudad Capital de Mendoza". La población "La población objeto de estudio se encuentra constituida por emprendedores, hombres y mujeres de 25 a 65 años de edad, residentes en la ciudad capital de Mendoza, cuyas pequeñas y medianas empresas creadas por ellos, se ubiquen en los rubros de hotelería, comercio y restaurant" y la muestra determinada fue "De esta población se selecciona una muestra de 50

emprendedores, 35 de ellos hombres y 15 mujeres cuyos emprendimientos se ubican en la ciudad capital, específicamente en las zonas urbanas. El criterio muestral es probabilístico al azar simple” La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario. Los resultados principales fueron que “Del total de respuestas, un 58% reconoce la presencia de entidades destinadas a promover el espíritu emprendedor. El 24% considera la probabilidad de ello y el 12% y 6% restante demuestran desconocer la existencia de dichas organizaciones”. Se concluye principalmente que “desde el aspecto personal, la promoción de la cultura emprendedora lleva consigo el fomento del espíritu emprendedor a los miembros de la sociedad de la que forman parte. Las personas con espíritu emprendedor están dotadas de un espíritu innovador, tienen la voluntad de ensayar nuevas experiencias o hacer las cosas de manera diferente, simplemente por la existencia de posibilidades de cambio”.

Se encontró la tesis de Villada (2020) titulada “Modelos de emprendimiento a partir de datos abiertos en el Valle de Aburrá, Colombia” presentada a la Facultad de Minas para obtener el Grado de Magister en Ingeniería Administrativa en la Universidad Nacional de Colombia. Los problemas de investigación fueron: “¿Cuáles son las estrategias o iniciativas que incentivan la creación y aceleración de startups que utilizan datos abiertos? ¿En qué focos de negocio se pueden encontrar los productos o servicios desarrollados con datos abiertos? ¿Cómo serían los modelos de negocio para productos y servicios con datos abiertos?”. Arriba a las siguientes conclusiones principales “En Colombia y en el Valle de Aburrá hay una infraestructura disponible para publicación de datos abiertos, que, pese a que viene mejorando y publicando más datos, está rezagada con respecto a la región y al mundo. Esto pues el impacto de los datos aún no es lo suficientemente robusto para que los ciudadanos los reutilicen y le encuentren el valor que pueden llegar a tener. Estas iniciativas buscan darle el valor a los datos abiertos, que les permitan su efectivo reúso, y de igual forma que espera que como soluciones, también publiquen otros datos que le sean valiosos a otros actores” y “No se encontró evidencia en este trabajo de políticas públicas concretas para incentivar, usar y crear productos o servicios con datos abiertos en el Valle de Aburrá. Las estrategias de apropiación que se han realizado hasta

ahora son insuficientes, pues a la fecha existen pocos productos y servicios desarrollados con datos abiertos en la región metropolitana, en comparación con otras metrópolis de la región y el mundo”.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Se encontró la tesis de (Gálvez, 2019) titulada “Creación de una consultora para emprendimientos por oportunidad y empresas Mype en edad temprana con soluciones digitales en la ciudad Lima” presentada a la Escuela de Posgrado de la Universidad Tecnológica del Perú para obtener el Grado Académico de Maestro en Administración de Empresas. El objetivo de la investigación fue “Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa consultora llamada Red Colaborativa, que atienda el segmento de mercado de emprendimientos por oportunidad y empresas en edad temprana mediante nivelaciones de emprendimiento y soluciones digitales en la ciudad de Lima”. Se determinó la población y la muestra fué “En base a nuestra información de una población de N: 993,719 empresas que hay en Lima, se necesitarían una muestra mínima de 384 encuestas, no obstante, mediante la encuesta realizada por el Inei obtendremos 1,212 empresas encuestadas en lima metropolitana” La técnica utilizada fue la encuesta. Se concluye principalmente que “Los factores económicos, socioeconómicos y análisis de la competencia generan seguridad para el manejo de precios, esto también de acuerdo con la visión del cliente y sus necesidades, para nuestro plan, el poder entender los entornos y el benchmarking generaron una mejor opción de precios, conllevando a afinar nuestro plan operativo”. “Es importante manejar los requerimientos operativos mínimos en nuestro inicio de plan de negocio, puesto que un costo variable que esté relacionando al servicio, en este caso como el costo de ventas, y dándose el caso de las altas demandas se podría manejar por las subcontratas que nos permitirían cumplir con los objetivos de ventas en el año sin afectar nuestra capacidad”.

Se encontró la tesis de (Alva, L., & Cruz, C. , 2018) titulada “El concurso Startup Perú en la gestión de desarrollo de emprendimientos innovadores: Un análisis

de caso de las percepciones de las Startups beneficiarias de la 1° a la 4° generación” presentada a la Facultad de Gestión y Alta Dirección para obtener el título profesional de Licenciado en Gestión, con mención en Gestión Empresarial en la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo de la investigación fue “Analizar el Concurso StartUp Perú en el desarrollo de los startups beneficiarios desde la 1° a la 4° generación en base a su percepción de la influencia recibida y satisfacción del mismo”. La población objetivo delimitada para la presente investigación son aquellos startups beneficiados por el Concurso StartUp Perú que formen parte de la 1° a la 4° generación y que pertenezcan a la categoría de “Emprendimientos Innovadores”. La técnica utilizada fue la entrevista y el instrumento aplicado fue el guía de entrevista. Los resultados principales fueron que “La mayoría de startups entrevistadas coinciden que el financiamiento recibido es un apoyo necesario para emprender eficientemente su negocio, sin embargo, consideran que ello depende del rubro del emprendimiento al cual se dediquen, ya que algunos negocios necesitan invertir en tecnologías como hardware, desarrolladores web, entre otros, así como también en personal especializado en el núcleo del mismo. Las fuentes de financiamiento para un emprendimiento joven son difíciles de acceder y dependen de los costos que implican sus operaciones, es por ello que el recibir un capital semilla no reembolsable a cambio de 0% equity, resulta beneficioso para un startup que desee potenciar su negocio”. Se concluye principalmente que “El Concurso StartUp Perú está contribuyendo a la generación de emprendimientos innovadores y al ecosistema de innovación en el Perú, ya que a partir de lo analizado, se observa que las startups beneficiarias encuentran al concurso como una oportunidad de crecimiento y desarrollo de sus emprendimientos a temprana edad, esto puede verse sustentado con la existencia de un total de 133 startups de la categoría “Emprendimientos Innovadores” pertenecientes dentro de las 4 primeras generaciones del concurso, y que actualmente el mismo se proyecta a generar más convocatorias en el país”.

Se encontró la tesis de (Cabrejos, 2020) titulada “Plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en

Lambayeque” presentada a la Escuela de Posgrado en el Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios - MBA para obtener el obtener el grado académico de Maestra en Administración de Negocios – MBA en la Universidad César Vallejo. El objetivo de la investigación fue “Diseñar una Propuesta de Plan de Negocio para la Implementación de una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque” así mismo los objetivos específicos se detallan en: “Evaluar el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Lambayeque; Elaborar el Plan de negocios de la consultora de servicios turísticos”; “Determinar la viabilidad para una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos”. La población y muestra determinada “Está basada en el Directorio de Servicios Turísticos de la Región Lambayeque 2019 categorizados y registrados, teniendo como indicadores a: 1: Agencias de Viajes y de Turismo = 87 registrados, con una muestra de (n1 = 40); 2. Hostales = 221 registrados con una muestra de (n2 = 55); 3. Hoteles = 119 registrados con una muestra de (n3 = 56) y 4. Restaurantes = 47 registrados con una muestra de (n4= 15)”. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizada fue la entrevista. Los resultados principales fueron que “Según las encuestas aplicadas al Directorio de prestadores de servicios turísticos que conforman Agencias de Viajes y Turismo, Hostales, Hoteles y Restaurantes, se obtuvo que, si estaría interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante, el 85% de las agencias de viajes y de turismo opinan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es que si es necesaria la ejecución de tácticas de mejora en recibir asesoramiento de una consultoría para mejor la satisfacción de los clientes y lograr brindar una buena calidad.”. Se concluye principalmente que “Para evaluar el desarrollo de emprendimientos turísticos en Lambayeque se requiere estar en constante capacitaciones, interacción con los turistas, Lambayeque es un potencial turístico, hay que contar con planes de desarrollos estratégicos para brindar los estándares básicos de calidad de un buen servicio logrando ver la competitividad en los emprendimientos” y “Al finalizar la investigación se concluye que, para la elaboración de un plan de negocios de consultora en servicios turísticos, es una buena iniciativa que logrará impulsar el desarrollo de las empresas turísticas a través de la ejecución de planes de negocio lo que buscan es ser asesorados

teniendo una estructura básica para sobresalir frente a sus competidores, oportunidades que verdaderamente deseen propiciar actividades innovadoras y Lambayeque apuesta siempre por el incremento de emprendimientos”.

Se encontró la tesis de (Castillo Espinoza, J., & Medina Ysaguirre, I. , 2019) titulada “El emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector La Libertad, Comas, 2019” presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Académico Profesional de Administración para obtener el obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo. El objetivo de la investigación fue “Determinar la relación entre el emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector ‘La Libertad’, Comas 2019. Y los objetivos específicos fueron: a) Determinar la relación entre las actitudes emprendedoras y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector ‘La Libertad’, Comas 2019, b) Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector ‘La Libertad’, Comas 2019 y c) Determinar la relación entre la sociedad peruana y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector ‘La Libertad’, Comas 2019”. La población estuvo conformada por 50 microempresas de artículos de limpieza localizadas en la Cooperativa del sector ‘La Libertad’ del distrito de Comas, siendo la muestra censal. Según. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario. Los resultados principales fueron que “Dichos resultados mantienen coherencia con la investigación realizada por Over, J. (2017), quien realiza la investigación El emprendedorismo y su relación con la informalidad en las microempresas de reciclaje del ‘Sector Santa Rosa’ –San Martín De Porres, 2017. Tuvo como objetivo general determinar la relación del emprendedorismo con la informalidad en las microempresas de reciclaje del sector. Teniendo como resultado que la relación del emprendedorismo con la informalidad es significativa, ya que, el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = 0.897$, por lo que se determina que existe una correlación positiva considerable entre las variables”. Se concluye principalmente que “Con respecto al objetivo general se determinó que si existe relación ya que se obtuvo una correlación positiva considerable con un 86.4%

entre las variables 1 y 2 emprendimiento e informalidad respectivamente. Puesto que los microempresarios muestran escasa información acerca de tener una cultura emprendedora formal y cultura tributaria (algunos no presentan estudios culminados, ya que están todo el día presentes en su negocio puesto que el entorno es muy competitivo), trámites engorrosos (rechazo a SUNAT), miedo a perder sus pocos ingresos (así es que prefieren pagar cupos a los inspectores municipales), el no apoyarse en entidades financieras, lo imposibilita obtener créditos financieros; por lo tanto no podrán tener acceso a crecer y publicitar ni expandir su marca a otros mercados y finalmente no podrá contratar con el Estado (licitaciones públicas)".

Se encontró la tesis de (Cayao, 2021) titulada "Las microfinanzas y emprendimientos empresariales en el distrito de Awuajun, Departamento de San Martín período 2018" presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Profesional de Contabilidad para obtener el título profesional de Contador Publico en la Universidad Peruana Unión. El objetivo de la investigación fue "Determinar la relación que existe entre las microfinanzas y emprendimiento empresarial en el distrito de Awuajun, departamento de San Martin periodo, 2018". La población siendo igual a la muestra fue de "Según el INEI el distrito Awuajun se encuentra con una población de 58 pobladores agricultores con micro y pequeñas empresas". La técnica utilizada fue la evaluación del comportamiento financiero y la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario. Los resultados principales fueron que "En el presente capitulo se mostrarán los resultados de acuerdo a la investigación, comprendiendo aquellos datos descriptivos, los cuales se van mostraran el grado de emprendimiento y además la eficiencia de las microfinanzas. La primera parte corresponde a datos descriptivos, para comprender la percepción de los comerciantes sobre la opinión que respecta a las microfinanzas, además de comprender su análisis emprendedor". Se concluye principalmente que "Existe una relación fuerte y significativa entre las microfinanzas y el emprendimiento empresarial del distrito de Awuajun, departamento de San Martin periodo, 2018, en un 92%, siendo las microfinanzas esenciales para para emprender, por medio

de los créditos que se otorgan a los comerciantes, y de esa forma avanzar en sus negocios, poder invertir más para que puedan tener mejores ganancias”.

Se encontró la tesis de (Rodas, 2018) titulada “Talleres basados en el negocio y emprendimiento para la creación de Pymes en las egresadas del CETPRO Virgen del Carmen – Villa María del Triunfo – Lima” presentada a la Escuela de Posgrado de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad San Pedro para obtener el Grado Académico de Maestro en Educación con mención en Docencia Universitaria y Gestión Educativa. El objetivo de la investigación fue “Determinar los efectos que tiene la aplicación de los talleres sobre idea de negocio y emprendimiento para la creación de PYMES en las egresadas del CETPRO ‘Virgen del Carmen’, Lima”. La población y muestra estaba conformada por un total de 30 egresadas del CETPRO ‘Virgen del Carmen’ Villa María del Triunfo- Lima. La investigación se ubica la Institución Educativa del CETPRO “Virgen del Carmen” en Jr. Ica N° 160 Mz. 24 – José Gálvez Barrenechea- Villa María del Triunfo-Lima. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento aplicado fue el pretest y el postest. Los resultados principales fueron que “Los hallazgos encontrados en el presente estudio, indican que los talleres de idea de negocio y emprendimiento contribuyen significativamente en la mejora de la creación de PYMES en las egresadas del CETPRO ‘Virgen del Carmen’ de Villa María del Triunfo, Lima. Estos resultados son concordantes con el análisis estadístico realizado a cada una de las 5 dimensiones que implica el instrumento de evaluación tomado a través de un pre test y post test”. Se concluye principalmente que “Se logró determinar la influencia de los talleres, basados en el negocio y emprendimiento para la creación de PYMES con las egresadas del CETPRO ‘Virgen del Carmen”, los resultados nos arrojan datos confiables y reales sobre medición, valoración y la toma de decisiones que nos lleven a nuevos cambios en las egresadas para insertarse al mercado laboral, demostrando así su decisión a futuro para nuevos proyectos de emprendimiento”.

1.3. BASES TEÓRICAS

1.3.1. Mentalidad emprendedora

1.3.1.1. El emprendedor

Ser emprendedor considera a un sujeto premunido de emprendimientos cuya ejecución requiere de un emprendedor en ese sentido conocer su inicio requiere acudir a la historia empresarial donde “La palabra emprendedor, deriva de la palabra francesa ‘Entrepreneur’, que significa pionero y a su vez deviene del vocablo latino prenderé, que significa acometer o intentar, por lo que podemos sintetizar entonces que emprendedor es ese pionero que acomete actividades, que decide correr riesgos, lanzarse a nuevos retos en la búsqueda de nuevas oportunidades de beneficio económico individual y colectivo” (Paternina, 2011).

Se considera con mentalidad “Emprendedores” a “Aquellas personas que identifican necesidades de mercado e inician nuevos negocios o empresas para satisfacerlas. Son personas que asumen riesgos y proveen el ímpetu para el cambio, la innovación y el progreso en la vida económica” (Longenecker, 2010).

Así pues, tenemos que “El emprendedor” es “Una persona con capacidad de innovar; es decir, que tiene la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva para su beneficio propio y la solución de problemas de su entorno” (Paternina, 2011).

Por lo que podemos afirmar que “Los emprendedores constituyen uno de los grupos poblacionales más heterogéneos. Que en los últimos ochenta años han sido estudiados con intensidad. El impulso para tales investigaciones ha sido la creencia en que son diferentes del resto de las personas” (Rivera, 2018).

Queda al debate que “Un emprendedor no es entonces un trabajador común, porque cumple un papel de empresario que innova y propician nuevas combinaciones entre el trabajo y el capital, lo cual lo posiciona como un tercer factor no tradicional en la dinámica del sistema, porque es a la vez razón de ser y también un insumo en el proceso” (Paternina, 2011).

Los que componen una organización empresarial o institucional tienen trabajadores que a nuestro modo orgánico de ver “Todos somos potencialmente

emprendedores, esta frase sugiere que cualquier persona, en cualquier parte del planeta, puede ser emprendedora” (Rivera, 2018).

1.3.1.2. Competencias y capacidades del emprendedor

Las competencias y las capacidades del emprendedor parten de precisar la pregunta ¿Cuáles son esas competencias y capacidades que ostenta un emprendedor? “La competencia emprendedora está configurada por tres dimensiones: 1) conocimientos (saber conocer), 2) habilidades (saber hacer) y 3) actitudes y valores (saber ser y saber convivir)” (Rivera, 2018).

También tomando de referencia lo expresado por Paternina (2011, p. 29) se precisa las siguientes competencias y capacidades del emprendedor a considerar:

a. Características:

Las características que reúne un emprendedor son: “a) Capacidad de soñar, b) Convicción, c) Innovación y d) Pasión Persistencia”.

b. Cualidades:

Los emprendedores requieren de cualidades, tales como “Una desarrollada intuición, alta curiosidad y observación permanente del entorno”.

c. Habilidades:

“Se necesita el desarrollo de habilidades en técnicas administrativas, como planear Organizar, controlar y evaluar”.

(Díaz, 2018) refiere que las habilidades del emprendedor son:

Habilidades Técnicas: “Son aquellos conocimientos y habilidades para realizar actividades que incluyen métodos, procesos y procedimientos. Por lo tanto, representan trabajar con determinadas herramientas, modelos y técnicas” (Díaz, 2018).

Habilidades Humanas: “Hacen referencia a la habilidad de interactuar efectivamente con colaboradores, clientes y proveedores, entre otros. Es decir, conectar con la calidad humana y valores sociales. Ser empáticos, motivadores,

guías y coach de personas y de equipos de trabajo para desarrollar al máximo su talento, habilidades, destrezas, conocimientos y así, alcanzar las metas establecidas. Liderazgo, inteligencia emocional, manejo del estrés, manejo de conflictos y comunicación efectiva” (Díaz, 2018).

Habilidades Conceptuales: “Son aquellas relacionadas con la generación de ideas, entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, análisis de procesos, innovación y creatividad, planificación y manejo del entorno” (Díaz, 2018).

1.3.1.3. Capacidades del emprendedor:

Las capacidades del emprendedor son: “Aprender a Investigar el mercado, Diseñar y formular técnicamente su idea, Elaborar un plan de negocio detallado de sus objetivos, metas y estrategias. Establecer un presupuesto y unos controles para evaluar la evolución del proyecto”.

1.3.1.4. Funciones del emprendedor:

A continuación, precisamos las funciones que cumple un emprendedor que son: “Conseguir los recursos financieros necesarios para la empresa Desarrollar objetivos, planes, cronogramas y metas Definir y delegar responsabilidades administrativas Encontrar y mantener el personal idóneo Desarrollar el sistema cultural y motivacional de la empresa Ejercer y promover el liderazgo en su grupo de trabajo Definir incertidumbres Asumir riesgos”.

Por otro lado, (Rivera, 2018) nos precisa la competencia emprendedora: dimensiones y atributos que ostenta un emprendedor, las cuales detallamos a continuación:

1.3.1.5. Conocimientos del emprendedor:

Los conocimientos que debe tener el emprendedor son: “Aprendizaje emprendedor, cognición emprendedora, experiencia e información disponible”.

1.3.1.6. Habilidades del emprendedor:

Las habilidades que debe tener el emprendedor son: “Aprovechamiento de oportunidades, creatividad e innovación, desarrollo de redes y capital social, liderazgo, toma de decisiones, solución de problemas y persuasión”.

1.3.1.7. Actitudes y valores del emprendedor:

Las actitudes y valores que debe cultivar el emprendedor son: “Autoeficacia, comportamiento, construcción de legitimidad, no tener exceso de confianza, evitar inconformidad e individualismo, locus de control interno, motivación, persistencia, tendencia a asumir riesgos, tolerancia al fracaso y a la incertidumbre”.

Las actitudes y valores que debe practicar un emprendedor considera “Una definición clara de los valores hace más fácil compartirlos. Cuando se llega a este punto el emprendedor está en capacidad de cultivar un equipo basado en la confianza; un equipo capaz de superar no solo los dos errores clásicos de los emprendimientos sino, también, las dificultades inherentes a la cristalización de toda iniciativa comercial o productiva. La clave para ejercer un liderazgo sólido es que los valores de los integrantes de la organización sean compartidos y estén alineados en forma y fondo, de forma consciente e intencional” (González, A., & Martínez, N., 2018).

1.3.2. El emprendimiento

Existen muchos autores que han escrito muchos textos y libros sobre el emprendimiento, es así que:

“El emprendimiento entonces ha sido acogido por los países latinoamericanos como estrategia bandera de desarrollo económico y crecimiento personal y por lo tanto ha sido reglamentado como política de estado, para generar toda la estructura de apoyo para la gestión y financiamiento de los emprendimientos nacientes” (Paternina, 2011).

Paternina refiere que “El emprendimiento como actividad humana, es una actitud básica en las personas orientadas hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos para participar en retos y negocios de todos los tamaños” (Paternina, 2011).

Rivera nos precisa que “El término ‘Emprendimiento’ se halla tan en boga que, con frecuencia, es empleado para designar cualquier actividad digna de atención; sea porque resulte simpática, guste mucho o produzca dinero. Este uso excesivo ha distorsionado su significado, así como sus connotaciones semánticas” (Rivera, 2018).

Estos emprendimientos permiten la “Creación de riqueza generada a partir de una idea innovadora y desarrollada por cuenta propia, que beneficia al emprendedor, a la economía y a la sociedad en general” (Paternina, 2011).

1.3.3. Mentalidad emprendedora

Cada emprendedor por su emprendimiento tiene mentalidad emprendedora por la cual, “Esta razón el espíritu y la mentalidad emprendedora requieren de ciertas cualidades, tales como una desarrollada intuición, alta curiosidad y observación permanente del entorno” (Paternina, 2011).

El emprendedor “Necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015). En la mentalidad emprendedora se considera que “El emprendedor es un iniciador de cambio, generador de nuevas oportunidades. Es la persona que detecta una oportunidad y crea una organización para aprovecharla” (Paternina, 2011).

Por lo que, en la mentalidad emprendedora el espíritu emprendedor “Es aquella que siente capaz de llevar a cabo un proyecto que es rechazado por una gran mayoría, es capaz de luchar ante cualquier problema que se le atraviesa y no le teme al fracaso, además, es muy hábil para convencer a otros del éxito de su idea y logra formar un excelente equipo de trabajo” (Flores, 2016).

1.3.4. Articulación y actividades de emprendimiento

Las actividades de emprendimiento en toda organización empresarial o institucional “Comprende una articulación institucional de empresa, banca, universidad y estado, la cual todas las universidades han adoptado. En este momento todas las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen en sus programas inclusión de materias de emprendimiento y estructuras burocrático académicas que promueven la actitud emprendedora” (Paternina, 2011).

El aprovechar una oportunidad en el entorno cambiante por parte del emprendedor para su emprendimiento requiere que “Una actividad sea considerada emprendimiento debe poseer características que la diferencien de cualquier otra actividad económica. Un elemento diferenciador es que la iniciativa no sea impulsada por necesidad o subsistencia, sino por la identificación y el aprovechamiento de una oportunidad real presente en el entorno” (Rivera, 2018, p. 8).

1.3.5. Cultura y éxito emprendedor

La cultura emprendedora fue construyéndose es así que:

“La cultura emprendedora fue teniendo un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante ya que les interesa crear mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015).

“Para arrancar un emprendimiento con perspectiva de éxito es necesario que los líderes se conozcan, identifiquen a las personas que puedan potenciar sus fortalezas -y compensar sus debilidades- y se aseguren de que compartan sus valores y significados” (González, A., & Martínez, N., 2018). Ese éxito del emprendimiento se logra a través del “Éxito de la actividad emprendedora depende en buena medida del desarrollo de la ‘competencia emprendedora; esto es, de un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que la educación tradicional por sí sola no es capaz de proveer” (Acosta, 2018).

En toda organización está presente una cultura de éxito del emprendedor donde “La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida,

pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y a emprendían en algo nuevo e innovador” (Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M., 2015).

La mentalidad empresarial “Es un producto de la cultura organizacional, donde la educación, los hábitos, las costumbres y las actitudes, además de las formas de pensar, sentir y actuar, se dan según las creencias, los principios y los valores como variables de la cultura organizacional; son elementos fundamentales en la constitución de la mentalidad como un marco de referencia que permite a las personas percibir e interpretar la realidad y por tanto ver su comportamiento de acuerdo con esa percepción del mundo” (Alfonso Rodríguez, 2005, p. 8).

1.3.6. Gestión de micronegocios

1.3.6.1. Concepto

La gestión de los negocios requiere que el emprendedor, dueño o administrador del negocio busque la asesoría de un profesional denominado “Contador Público” donde la gestión del negocio implique:

- a) La planeación del negocio esto le “Permitirá implementar los planes más adecuados en procesos tales como capacitación, evaluación del desempeño de los actores del postconflicto que hayan sido vinculados en las empresas” (Mojica, 2018).
- b) Organización del negocio que permite “La gestión del talento humano, concepto elaborado a partir de la organización científica del trabajo y las diferentes teorías que la conforman” (Bouzas, J., & Germán, R. , 2019).
- c) Dirección del negocio siendo aspectos de carácter “Fundamental el talento humano de la organización y la manera como es gestionado por la dirección. De tal forma que resulta importante cuestionarse acerca de la manera como la gestión del talento humano contribuye al ejercicio de la responsabilidad social empresarial” (López, L., Rubio, G., & Uribe, M. , 2019).

- d) Control del negocio “Como puede observarse, existen trabajos que permiten verificar de un lado, la importancia del talento humano y sus procesos de capacitación, trabajo en equipo, en el posicionamiento y competitividad de las organizaciones” (Mojica, 2018).

1.3.7. Gestión de procesos de negocio

En la gestión del negocio se siguen procesos “La gestión de procesos de negocio (BPM, de business process management) combina la aplicación de metodologías y herramientas para una adecuada gestión de los procesos de negocio. Los paquetes para la gestión de procesos de negocio, como herramienta tecnológica, permiten el diseño, monitoreo, simulación y documentación de los procesos de negocios y de los actores que intervienen en una organización” (Barrera-Cámara, 2018).

En la gestión del negocio se requiere conocer que “Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa. El mejor sistema contable, la mejor publicidad y los mejores métodos de producción no podrán ayudar en nada si las ventas no ocurren, nada pasa en la empresa hasta que alguien vende” (Alcaraz, 2017).

También se requiere que “El proceso contable debe determinarse antes de llevar a cabo la primera actividad económica de la empresa y, una vez diseñado, se deberá poder registrar de forma detallada cada operación; para esto es necesario planear el sistema contable que se utilizará y capacitarse para aplicarlo o contratar a la persona que lo haga” (Alcaraz, 2017).

Así “Las empresas no pueden quedarse a merced del momento ideal para innovar, de la competencia inesperada, del cambio del consumidor, de nuevas formas de organizarse, de nuevos significados que los consumidores atribuyan a sus servicios o productos” (Vianna, 2016).

Por otro lado, en esas circunstancias, se requiere que en el emprendimiento del negocio para una óptima gestión de ella considere que “El emprendedor deberá

analizar, basado en sus estados financieros proyectados, cuánto dinero requerirá para llevar a cabo sus actividades y cuándo lo necesitará; una vez realizado esto, es necesario comenzar a buscar las diversas opciones de financiamiento y las condiciones de pago (tanto de intereses como de principal) que cada una de ellas ofrezca” (Alcaraz, 2017).

También, “Existen oportunidades emprendedoras para quienes pueden elaborar los productos o servicios suficientes que desean los clientes, con el fin de hacer que la empresa resulte económicamente atractiva. Una oportunidad empresarial promisorio es más que sólo una idea interesante. Significa que un producto o servicio es tan atractivo para los clientes que están dispuestos a gastar el dinero ganado con mucho esfuerzo con tal de adquirirlo” (Longenecker, 2010).

Finalmente, podemos afirmar que en la gestión del negocio surgen las siguientes interrogantes: “¿Se puede administrar una empresa eficazmente si no se encuentra organizada de una forma que posibilite la comunicación y la cooperación? ¿Qué importancia tiene la administración y gestión empresarial? ¿Cuáles son los resultados de una adecuada organización? Estas preguntas se encuentran relacionadas con el papel que tiene la gestión empresarial en el éxito de un negocio en un entorno cambiante y competitivo como el actual” (Dalmau, J., & Camisón, C. , 2009).

1.3.8. Microempresa o Micronegocio

1.3.8.1. Concepto

Considerando la Resolución Directorial N° 0011-2021-MTPE/3/17.1 - Ley MYPE para efectos de nuestro trabajo de investigación sólo se considera a la “Microempresa” o considerado como “Micronegocio” a aquellas empresas debidamente formalizadas en el REMYPE (Registro de Medianas y Pequeñas Empresas).

Que, según refiere Flores que una micro empresa “Es un organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma

oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas” (Flores, 2016).

1.3.8.2. Clasificación de las empresas:

Que, “De acuerdo al artículo 5 del Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, aprobado por Decreto Supremo N° 013- 2013-PRODUCE, en adelante TUO de la Ley MYPE, las micro y pequeñas empresas se ubican en dichas categorías en función de sus niveles de ventas anuales” (DTPE, 2021):

- Microempresa: “Ventas anuales superiores a 150 UIT”.
- Pequeña Empresa: “Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT”.

Trabajadores/Ventas en los Micronegocios:

Se “Rigen por las características concurrentes establecidas en el artículo 3 de la Ley N° 28015, modificado por el Decreto Legislativo N° 1086 y referido a las características de las micro y pequeñas empresas” (DTPE, 2021, p. 1), siendo estas:

- Microempresa: “Uno (1) hasta diez (10) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT”.
- Pequeña Empresa: “Uno (1) hasta cien (100) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 UIT”.

1.3.9. Empresa/Negocio y emprendimiento

A la hora de plantearnos la posibilidad de crear una empresa “Debemos conocer los aspectos básicos y fundamentales del proyecto empresarial, especialmente la idea de negocio. Qué es lo que queremos hacer o producir, así como cuáles son las características del mercado en el que vamos a desarrollar nuestra actividad, a los efectos de determinar de forma estimativa, con anterioridad a la puesta en marcha, la receptividad que tendrá aquella idea cuando se plasme en una realidad” (Aceituno, 2012).

Como dueño de un negocio “Necesitará conocer cómo funcionan los flujos de ingresos y gastos y qué significan los principales indicadores financieros. Sólo

así podrás tomar correctamente decisiones importantes relacionadas con el surtido de mercancía de tus locales, el precio de tus productos, el salario de tus vendedores o la conveniencia de solicitar un crédito, por mencionar algunas” (Suárez, 2009).

Los tipos de negocios que puede formar y constituir un emprendedor son “Comercial, Se dedica a la compraventa de un producto determinado. Industrial, Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro y de Servicios, Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro” (Alcaraz, 2017).

“Las ‘Spin Offs’ que se crean dentro de otra empresa, es decir, que nacen por iniciativa de algún empleado que ve la necesidad u oportunidad de solucionar algún problema en algún área de la empresa existente y a partir de allí, surge el emprendimiento de apoyo tecnológico, comunicacional o investigativo, ayudando a transferir conocimiento e investigación científica que puede aplicarse de manera directa a los procesos productivos, comerciales o de talento humano” (Paternina, 2011).

Los que tienen mentalidad emprendedora, “Por naturaleza, tienen permanentemente un estado de ánimo positivo, no podría ser de otra forma, para arriesgarse en una aventura empresarial, además de un apropiado modelo de negocios, es preciso ser optimista, la pasión y la perseverancia son ingredientes irremplazables, que son empujados por los vientos del optimismo” (Flores, 2016).

Actualmente, ejercer el emprendimiento considera “Una tendencia cada vez más representativa de los tiempos actuales es el número creciente de personas que, como opción laboral, prefieren crear empresas en lugar de trabajar por cuenta ajena, aun cuando reconocen las dificultades que implica emprender. Esto refleja una marcada capacidad de reacción ante las oportunidades y una valoración positiva del emprendimiento como opción profesional deseable” (Rivera, 2018).

Todo emprendedor que al “Iniciar una idea de emprendimiento, negocio o empresa implica un cambio en la mentalidad de los líderes del proceso para lograr ser más competitivos y audaces frente al contexto de incertidumbre que

se vive en la actualidad. En este sentido, la dinámica propiciada por el fenómeno Pandemia, ha introducido variables que han hecho que los gerentes y dueños de procesos de gestión organizacional en general, tengan que ajustarse a la nueva realidad” (Pérez, J., & Mercado, J. , 2021).

Ante esa situación presentada “Para que un negocio cuente con una verdadera oportunidad de prosperar y trascender, los líderes fundadores necesitan ser capaces de modelar, compartir y transmitir valores” (González, A., & Martínez, N., 2018).

Las autoras de la investigación estamos de acuerdo en que “Emprender no es solo poner a funcionar una empresa, se trata de estar alerta frente al entorno, observando las oportunidades que hasta el momento no han sido percibidas por otros en el mercado, para desarrollar una idea de la cual no se tiene certeza que funcione” (Paternina, 2011).

Ya que, “Para muchas personas un emprendimiento equivale a la fundación de una empresa. Sin embargo, el emprendimiento puede manifestarse de múltiples maneras y no todas implican necesariamente crear una empresa” (Rivera, 2018).

Hoy en día “La tendencia de esta era en cuanto a la creación de nuevas empresas está orientada hacia las empresas de base tecnológica, es decir, empresas que operan con procesos, productos o servicios donde la tecnología se considera nueva o innovadora” (Paternina, 2011).

Podemos aseverar entonces que “Toda persona que quiere crear una empresa ha de estudiar un conjunto de factores, algunos de carácter externo, como es la competencia, y otros de carácter interno, como son las habilidades profesionales y la capacidad financiera” (Aceituno, 2012).

1.3.10. Plan y modelo de negocios para emprender

Para emprender un negocio se parte de “Una idea de negocio dicha al aire no vale ni un peso. Es necesario convertirla en realidad e instrumentarla, y el plan de negocios es una excelente herramienta para saber si resulta viable” (Suárez, 2009).

En este emprendimiento de negocio se requiere realizar un plan de negocios, siendo “Un documento en el que se bosqueja la idea básica que fundamenta una empresa y se describen consideraciones relacionadas con su puesta en marcha. Un plan de negocios es un plan de juego del emprendedor; cristaliza los sueños y esperanzas que lo motivan a zambullirse en la puesta en marcha. El plan de negocios debe exponer la idea básica de la nueva iniciativa de negocios e incluir descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí” (Longenecker, 2010).

Se considera que para el emprendimiento de un negocio se requiere contar con un plan de negocios ya que “Es la herramienta vital, en la que se ponen en práctica las múltiples ideas de negocios que hemos planificado; nos sirve de brújula para alcanzar nuestros objetivos. También, podría ser considerado una guía orientadora que contiene los pasos a seguir para iniciar nuestro negocio y llevarlo hacia el éxito; en otras palabras, una fotografía de lo que queremos lograr. Pero, además, y muy importante, puede servirle a nuestro emprendimiento para obtener financiamiento de las instituciones bancarias o financieras” (Valverde Gonzales, 2009).

Los negocios requieren de “Un plan de empresas, que es un mapa de lo que se percibe que será el camino a seguir desde un punto de partida hasta la meta fijada. La mayoría de los programas de emprendimiento siguen un modelo para desarrollar un plan de empresas. Con la preparación de un plan de empresas no solo se aprende a fijar objetivos y la manera de alcanzarlos, sino también como desarrollar un proceso capaz de generar riqueza y distribuirla” (Castillo, 2019)

También el negocio a emprender requiere de un plan de introducción al mercado que “Es la estructuración de acciones concretas a realizar en los primeros meses de desarrollo de la empresa para garantizar el éxito al entrar en el mercado; el plan debe tomar en consideración la manera en que se dará a conocer la empresa (sus productos o servicios) a los clientes potenciales y cómo se posicionará en el mercado” (Alcaraz, 2017).

Donde “Resulta muy importante que toda persona que es parte de una empresa (ya sea propia o no) o que piense emprender una, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus

características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen” (Flores, 2016).

Por lo que, la planificación del negocio implica “Prever o que se va a hacer, esta función establece los objetivos tanto en el ámbito personal como laboral, el tener presente los objetivos nos permite ser más realistas a la hora de definir metas, se debe definir qué camino tomar para alcanzar las metas tomando en cuenta que existen más de uno” (Flores, 2016).

Un modelo de negocio según refiere Alcaraz “Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros” (Alcaraz, 2017).

Frente al entorno cambiante y la realidad empresarial, el empresario en la gestión de su negocio “Abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros” (Alcaraz, 2017).

1.3.10.1. Mentalidad empresarial y mejora continua

El entorno hacia el cambio organizacional orientado hacia la mejora continua en el contexto de la sociedad “Exige la aplicación de conceptos básicos relacionados con la mentalidad empresarial como innovación, creatividad, iniciativa, dinamismo, entusiasmo, muy comunes en las regiones con alto grado de motivación de logro y altos niveles de crecimiento económico” (Rodríguez, 2005).

Donde la mentalidad empresarial “Es la expresión automática y cotidiana del comportamiento organizacional, de las actitudes personales expresadas en las cualidades personales, grupales u organizacionales producto de los

componentes de la cultura organizacional como símbolos, lenguaje y mitos que configuran el ambiente empresarial” (Rodríguez, 2005).

Esta mentalidad requiere de “La formación y desarrollo de nuevas empresas es un proceso complejo. Muchas investigaciones han buscado entender este proceso e incorporar los factores asociados mediante la investigación en profundidad a nivel de empresa y empresario/a” (Castillo, 2019).

Donde la mentalidad empresarial “Refleje el marco de análisis de la gestión expresada en las diversas herramientas, métodos y técnicas de gestión como son estrategias, políticas, normas, productos y servicios, los cuales se fundamentan en los valores, principios y creencias que aporta la cultura organizacional al contexto empresarial” (Rodríguez, 2005).

Así tenemos que, “Para garantizar la supervivencia y crecimiento de la empresa, es importante que las personas que manejan el negocio tengan la preparación y experiencia adecuadas. La supervivencia y crecimiento de una empresa depende de la competencia y habilidad de la administración” (Garzozi, 2014).

1.3.10.2. Emprendimiento informalidad y formalidad

En el contexto de nuestra realidad empresarial “Realizar el análisis del entorno empresarial, debes tener en cuenta el nivel de competitividad existente en el mercado.

¿Qué quiere decir competitividad?, es la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores y/o más baratos que los de la competencia a nivel local, nacional e internacional. La competitividad beneficia a la población en su conjunto, pues mejora su nivel de vida” (Valverde Gonzales, 2009).

Se conoce que en nuestra realidad existen o “Hay personas que han puesto en marcha ideas de negocio realmente innovadoras y exitosas o ideas que, sin tener un marcado carácter innovador han sabido dar respuesta a las necesidades concretas y también han resultado un éxito” (Gonzales, 2016).

Pero en muchos casos estos emprendimientos surgen desde el lado informando que “En la mayoría de los emprendimientos surgen en la informalidad, es decir, que inician sus actividades de manera rudimentaria y sin ninguna regulación, por muchas razones, principalmente por los excesivos trámites y costos que implica ingresar la empresa al sistema legal y porque en muchos casos la relación costo beneficio de formalizarse les parece negativa” (Paternina, 2011).

Así que “Emprender un negocio, un nuevo proyecto, resulta tentador, aunque son necesarias actitudes personales, herramientas y conocimientos del mercado. No todos lo hacen con las mismas habilidades y a la hora de proyectar una empresa propia o un microemprendimiento, las cuestiones personales cuentan” (Gonzales, 2016).

Aquellos emprendimientos informales, están llamados a ser formales donde “El estado busca consolidar un sector económico dinámico que posea altos niveles de productividad e innovación, por esta razón la política del emprendimiento tiene como uno de sus propósitos facilitar la formalidad de las empresas nacientes, mediante la disminución de costos y trámites a los emprendedores” (Paternina, 2011).

1.3.11. Impacto en la gestión el negocio

En la gestión de los negocios esta “Permite identificar con claridad los procesos misionales de cada entidad y analizar el nivel de impacto con relación a la gestión del negocio” (Mintic, 2015).

Según refiere el Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Las fases para medir el impacto en la gestión del negocio constan de los siguientes requerimientos:

- “Identificar las funciones y procesos importantes para la supervivencia de la entidad al momento de la interrupción, esto es tener en cuenta cuales de los procesos son claves para que entren en operación rápidamente asignándoles la mayor prioridad posible, frente a los de menor prioridad; debe quedar claro que para los procesos identificados como no tan prioritarios se deben preparar también planes de recuperación”.

- “Revisar las consecuencias tanto operacionales como financieras, que una interrupción tendrá en los procesos considerados de alta prioridad”.
- “Estimar los tiempos de recuperación, en razón a las posibles alteraciones de los procesos considerados de alta prioridad para el funcionamiento de las infraestructuras de TI”.

1.3.12. Innovación y éxito en la gestión de negocios

En el mundo de los negocios “La innovación es uno de los elementos que se tienen en cuenta a la hora de tener éxito comercial. El concepto de innovación empresarial puede hacer referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa” (Flores, 2016).

Desde la óptica de la innovación refiere el autor Flores que “Los productos o servicios comercializados no suponen un cambio en sí, ya que la novedad puede consistir en un nuevo enfoque a productos ya existentes, se puede suponer una renovación de productos, generalmente actualizándose a las demandas del mercado. En muchos casos, el éxito de una empresa depende del grado de innovación, debido a que esta característica puede ser el rasgo distintivo diferenciarse de la competencia” (Flores, 2016).

En este rol de la innovación surge “La necesidad de realizar una valoración sobre el rol de los activos intangibles dentro de las organizaciones hace que sea necesario establecer estrategias entre la creación de valor con base en el conocimiento y los mecanismos de adquisición de este en las empresas” (Tello, E. A., Alberto, J. M., & Velasco, P. , 2016).

Donde “La realidad nos muestra que una persona crea una empresa por vocación o por necesidad. En ambos casos, el éxito y el fracaso no depende tanto del motivo de la puesta en marcha del negocio sino más bien de la forma de crearlo y de gestionarlo” (Gonzales, 2016).

1.3.13. Empresas, tecnología y revolución 4.0

En el contexto de los negocios empresariales se hace necesaria que estos negocios o empresas se adapten o estén acordes a la modernidad y los cambios tecnológicos donde la tecnología es el “Conjunto ordenado de conocimientos cuyo origen proviene tanto de conocimientos científicos, como de la observación, experiencia y tradición oral o escrita de una cultura, etc. y que pueden ser utilizados en forma sistemática para el diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de productos o la prestación de servicios, incluyendo a veces la aplicación adecuada de las técnicas asociadas a la gestión global aprobada oficialmente” (Paternina, 2011).

Estos cambios tecnológicos están acorde a la revolución de los cambios tecnológicos donde la revolución llamada “Cuarta Revolución Industrial o Revolución 4.0 transforma a pasos agigantados los mercados laborales globales; a tal grado que dificulta la identificación de tendencias acerca de las características de los empleos que serán más cotizados y mejor remunerados en el futuro” (Acosta, 2018).

En estos cambios tecnológicos la adaptación estructural y tecnológica requieren “Empresas que generen su propia tecnología y que generalmente ofrecen productos y servicios para consumo intermedio, el valor agregado que se le da a un producto por el contenido tecnológico que contiene es muy elevado y muy apreciado en la sociedad actual del conocimiento” (Paternina, 2011).

Frente a estos cambios tecnológicos en un ambiente de revolución 4.0’ requiere de un “Modelo de aprendizaje basado en proyectos no solo permitirá a los niños y jóvenes insertarse y formas de pensar favorables para el siglo XXI; también les dotará de herramientas adecuadamente en los mercados laborales del fortalecimiento de la vocación emprendedora” (Acosta, 2018, p. 14).

1.3.14. Asesoría profesional

1.3.14.1. Asesoría del Contador Público

La Ley 13253 de profesionalización del Contador Público en el artículo 3 refiere que el Contador Público dentro de sus funciones de asesoría se encarga de “Planificar, organizar, supervisar y dirigir la contabilidad general y de costos de

las actividades económico-comerciales desarrolladas por personas naturales y/o jurídicas del ámbito privado, público o mixto; y formular, autorizar y/o certificar los estados financieros correspondientes, incluidos los que se incorporen a las declaraciones juradas y otros para fines tributarios” (El Peruano, 2007).

Los negocios requieren asesoría del Contador Público en el sentido de “Determinación de la Obligación Tributaria fue la primera como requerida ‘siempre’, así como: la formulación de sistemas de costos; asesoría societaria (conformación de sociedades, etc.) y asesoría financiera, aún por encima de la formulación de la Contabilidad General y los EEFF (Flores, A., & Hidalgo, M. , 2013).

(Sánchez, 2017) En su calidad de “Profesionales lo que se buscan en este sector son personas no solo formadas, muy capacitadas y dinámicas, sino sobre todo altamente comprometidas con los grupos de población con los que van a trabajar” (Ortíz, 2017).

Dentro del trabajo de asesoría que ejercen estos profesionales requieren “Lograr que la orientación alcance a toda la población y constituya un derecho (generalización) y, se realice bajo estándares de calidad, por lo que, la cualificación y mejor profesionalización de los profesionales que intervienen es una preocupación constante” (Sánchez, 2017, p. 28). Es así que “La creación del servicio profesional de carrera (SPC) implica transitar de administraciones patrimonialistas y clientelares donde el eje de la supervivencia no es el mérito, sino la lealtad hacia burocracias modernas y profesionales” (Resendiz, 2016, p. 214).

1.3.14.2. Uso de tecnologías en la asesoría profesional

El uso de tecnologías en la asesoría profesional hoy en día es muy importante en la prestación de sus servicios profesionales donde “El emprendimiento como actividad y su campo de estudio, se encuentran dentro de la esfera de la disciplina administrativa, porque aun cuando sus límites son en ocasiones transversalizados por otras áreas del saber, como la tecnología informática por ejemplo, en virtud de que nos encontramos en la era del conocimiento y la innovación digital y tecnológica, su relación con la actividad administrativa es innegable y compleja” (Paternina, 2011).

Los profesionales Contadores Públicos al utilizar las tecnologías en los tiempos actuales, consideran que sus “Sus potencialidades y limitaciones las TIC están presentes en muchas de las actividades que llevan a cabo los orientadores profesionales, independientemente del contexto en que ejerzan su ocupación laboral” (Sánchez, 2017). Además, en el ejercicio de su profesión en asesoría deben contar con la “La presencia de herramientas y tecnología administrativa que permiten al servidor mejorar su desempeño y por otra, las instituciones tenderán a profesionalizarse, esto implica considerar a todo el personal, instrumentando programas de profesionalización que incluyan los niveles superiores” (Cruz, 2009).

Los Contadores Públicos utilizando tecnologías modernas concatenan “Los distintos retos de servicios que presta el profesional confluyen en un mismo blanco de interés, el cambio en las prácticas que realiza cotidianamente el profesional que permite ser un norte guía que responda a sus requerimientos laborales en los servicios que ofrece, el cual está fundamentada en la teoría, la operatividad y en la aplicación práctica. (Sánchez, 2017)

En el proceso de prestación de los servicios de asesoría profesional utilizan tecnologías donde “Es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido” (Castellvi, 2013). Un profesional como asesor de negocios requiere una íntima “Relación con la tecnología y con los medios electrónicos que implica cada vez más una nueva cultura y un nuevo modo de trabajar que aumenta las posibilidades de conocer y vincularse con el mundo contemporáneo” (Paternina, 2011).

1.3.15. Asesoría y desempeño

Los contadores públicos en la prestación de sus servicios de asesoría y desempeño en los negocios están sujetos a “La evaluación de su desempeño como Servidores Públicos Profesionales de Carrera que calificará los aspectos

cuantitativos y cualitativos del cumplimiento de sus funciones y, en su caso, de sus metas y de su capacitación” (INEGI, 2020).

En su desempeño profesional “Las condiciones en que ha laborado y labora todavía la mayoría de defensores y defensoras no les ofrecen una perspectiva profesional que asegure al mismo tiempo la calidad e independencia del invaluable servicio que prestan a la sociedad” (Suárez, A., & Fix, H. , 2018). Consideramos que sus servicios de asesoría son muy necesarios para la óptima gestión de sus negocios acorde a la normatividad y sus metas trazadas.

Por ello el desempeño de asesoría profesional en los pequeños negocios que se formalizan y funcionan en la ciudad de Huancayo requiere de altas competencias y de capacidades en el ejercicio de su desempeño profesional como tal debiendo cumplir estrictamente la normatividad de legal vigente y sus funciones como tal de asesorar los diversos negocios.

CAPITULO II

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

2.1. PROBLEMÁTICA

En el presente trabajo de suficiencia profesional, se plantea algunas problemáticas encontradas en la experiencia profesional vivida, las cuales son:

2.1.1. Problema General

¿De qué manera la mentalidad emprendedora se relaciona con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?

2.1.2. Problemas Específicos

- a) ¿De qué manera la identificación de oportunidades se relaciona con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?
- b) ¿De qué manera la competencia emprendedora se relaciona con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?
- c) ¿De qué manera la cultura emprendedora se relaciona con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. Objetivo General

Establecer la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.

2.2.2. Objetivo Específico

- a) Establecer la relación de la identificación de oportunidades se relaciona con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.
- b) Establecer la relación de la competencia emprendedora se relaciona con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.
- c) Establecer la relación de la cultura emprendedora se relaciona con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.

2.3. JUSTIFICACIÓN

2.3.1. Justificación Teórica

El trabajo de suficiencia realizado nos ha permitido aportar con evidencias teóricas acerca de la mentalidad emprendedora de los microempresarios considerando el rol que desempeñan como tal al identificar las oportunidades de micronegocios basados en las competencias emprendedoras que ostentan, esto ha permitido consolidar una cultura emprendedora en todos los microempresarios de la ciudad de Huancayo. Este aporte teórico nos permitirá conocer el estado del arte de la variable en estudio “Mentalidad Emprendedora” que ha promovido un análisis y contraste teórico frente a la realidad de los microempresarios con la gestión de sus micronegocios. También, nos ha permitido hacer extensivo la teoría sobre la mentalidad empresarial a nivel del país. Además, ha resaltado el perfil teórico que cumple el profesional Contador Público como asesor en la gestión de sus micronegocios.

2.3.2. Justificación Práctica

La justificación práctica nos ha permitido determinar y conocer la realidad en que se encuentra la mentalidad emprendedora por parte de los microempresarios de la ciudad de Huancayo que gestionan sus micronegocios. El contraste de la teoría en la práctica nos ha permitido afrontar y mejorar el estado de la cuestión en relación a la gestión de sus micronegocios, la tecnología que utilizan y la gestión de asesoría que cumplen los profesionales Contadores Públicos que

asesoran dichos negocios. También, ha aportado conocimientos prácticos en relación a la identificación de oportunidades de negocios, precisando las competencias que ostentan dichos empresarios con la finalidad de orientar esa cultura emprendedora en toda la ciudadanía y los estudiantes universitarios de la ciudad de Huancayo.

2.3.3. Justificación Metodológica

Al ejecutar el trabajo de suficiencia en el trabajo de campo nos ha permitido seguir un procedimiento metodológico de investigación científica para abordar los estudios de la variable de mentalidad emprendedora y la variable gestión de micronegocios. Este procedimiento metodológico nos ha servido de guía fuente para realizar investigaciones frente a la temática establecida, las cuales sirven como base para investigaciones similares en otras localidades del país inclusive permite comparar realidades diferentes contrastando las dimensiones e indicadores de las variables en estudio. Por otro lado, el aporte metodológico ha sido sustantivo e importante en razón que nos ha permitido saber mediante el método científico y los métodos complementarios utilizados conocer el papel que desempeñan los profesionales Contadores Público en materia de asesoría profesional para el emprendimiento y la gestión de sus micronegocios.

2.4. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

2.4.1. Población

(Vara, 2015) refiere que la población “Es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común. Se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo”. En ese sentido la población de nuestra tesis estuvo representada por los empresarios dueños o propietarios de sus negocios, sus trabajadores y los profesionales Contadores Públicos que asesoran negocios comerciales (Servicio Independiente de Cuarta Categoría).

A continuación, precisamos la población total de nuestro trabajo de suficiencia:

- a) Empresarios/Dueños de Micronegocios:723 (Fuente: Perú, Estructura Empresarial, 2018).

b) Trabajadores Promedio: 10 por Micronegocio (Fuente: (DTPE, 2021, p. 1).

c) Profesionales/Contadores Públicos: 638 (Fuente: CCP Hvca., marzo 2021).

2.4.2. Muestra

Vara refiere que la muestra “Es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional. La muestra siempre es una parte de la población. Si tiene varias poblaciones, entonces tendrá varias muestras” (Vara, 2015).

El resultado luego de aplicar la fórmula a la población referida ha determinado la siguiente muestra y términos de inclusión que se detallan continuación:

1. Empresarios/Dueños de Micronegocios: 85 (Microempresarios comerciales).
2. Trabajadores Promedio: 86 (Siendo al menos un trabajador por cada Micronegocio).
3. Profesionales/Contadores Públicos: 84 (Contadores Públicos Hábiles agremiados al CCPhyo. que prestan sus servicios de asesoría a micronegocios o microempresas).

2.4.3. Muestreo

Se aplicó el muestreo simple hasta cubrir la muestra determinada.

2.5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 01

Considera que los emprendedores identifican las necesidades del negocio.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	54	21,2	21,2	21,2
	Casi siempre	97	38,0	38,0	59,2
	Indeciso	29	11,4	11,4	70,6
	A veces	71	29,0	29,0	99,6
	Nunca	1	0,4	0,4	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 1 nos refleja que el 21.18% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los emprendedores identifican las necesidades del negocio, el 38.04% CASI SIEMPRE siendo de mayor porcentaje, EL 11.37% está INDECISO, el 29.02% respondieron A VECES y solo el 0.29% opinan que NUNCA los emprendedores identifican las necesidades del negocio.

Tabla 02

Considera que los emprendedores identifican productos del negocio rentables.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	56	22,0	22,0	22,0
	Casi siempre	113	44,3	44,3	63,3
	Indeciso	26	10,2	10,2	76,5
	A veces	60	23,5	23,5	99,6
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 2 nos refleja que el 22.0% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los emprendedores identifican productos del negocio rentables, el 44.3% CASI SIEMPRE siendo de mayor porcentaje, EL 10.2% está INDECISO, el 23.5% respondieron A VECES consideran que los emprendedores identifican productos del negocio rentables.

Tabla 03

Considera que emprender los micronegocios comerciales es muy riesgoso.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	44	17,3	17,3	17,3
	Casi siempre	77	30,2	30,2	47,5
	Indeciso	41	16,1	16,1	63,5
	A veces	86	33,7	33,7	97,3
	Nunca	7	2,7	2,7	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 3 nos refleja que el 17.3% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que emprender los micronegocios comerciales es muy riesgoso, el 30.2% CASI SIEMPRE, el 16.1% está INDECISO, el 33.7% respondieron A VECES siendo de mayor porcentaje y solo el 2.7% opinan que NUNCA consideran que emprender los micronegocios comerciales es muy riesgoso.

Tabla 04:

Considera que al emprender micronegocios estos logran sus metas trazadas.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	57	22,4	22,4	22,4
	Casi siempre	103	40,2	40,2	62,7
	Indeciso	31	12,2	12,2	74,9
	A veces	63	24,7	24,7	99,6
	Nunca	1	0,4	0,4	100,00
	Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 4 nos refleja que el 22.4% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que al emprender micronegocios estos logran sus metas trazadas, el 40.2% CASI SIEMPRE siendo de mayor porcentaje, el 12.2% está INDECISO, el 24.7% respondieron A VECES y solo el 0.4% opinan que NUNCA consideran que al emprender micronegocios estos logran sus metas trazadas.

Tabla 05

Considerar que al emprender un micronegocio se logran experiencias exitosas.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	49	19,2	19,2	19,2
	Casi siempre	137	53,7	53,7	72,9
	Indeciso	27	10,6	10,6	83,5
	A veces	41	16,1	16,1	99,6

Nunca	1	0,4	0,4	100,00
Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 5 nos refleja que el 19.22% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que al emprender un micronegocio se logran experiencias exitosas, el 53.73% CASI SIEMPRE siendo de mayor porcentaje, el 10.59% está INDECISO, el 16.08% respondieron A VECES y solo el 0.39% opinan que NUNCA consideran que al emprender un micronegocio se logran experiencias exitosas.

Tabla 06

Considera que el emprendedor de un micronegocio debe realizar cambios

	fi	PORCENTAJE		
		f%	% válido	Acumulado
	Siempre	71	27,8	27,8
	Casi siempre	131	51,4	79,2
válido	Indeciso	24	9,4	88,6
	A veces	24	9,4	98,0
	Nunca	5	2,0	100,00
	Total	255	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 6 nos refleja que el 27.84% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio debe realizar cambios, el 51.37% CASI SIEMPRE siendo de mayor porcentaje, el 9.41% está INDECISO, el 9.41% respondieron A VECES y solo el 1.96% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio debe realizar cambios.

Tabla 07

Considera que el emprendedor de un micronegocio debe realizar innovaciones.

	fi	PORCENTAJE		
		f%	% válido	Acumulado

válido	Siempre	101	39,6	39,6	39,6
	Casi siempre	101	39,6	39,6	79,2
	Indeciso	30	11,8	11,8	91,0
	A veces	20	7,8	7,8	98,8
	Nunca	3	1,2	1,2	100,00
	Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 7 nos refleja que el 39.61% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio debe realizar innovaciones, el 39.61% CASI SIEMPRE siendo estos dos de mayor porcentaje, el 11.76% está INDECISO, el 7.84% respondieron A VECES y solo el 1.18% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio debe realizar innovaciones.

Tabla 08

Considera que el emprendedor de un micronegocio debe ser un agente de cambio.

	fi	PORCENTAJE			
		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	97	38,0	38,0	38,0
	Casi siempre	106	41,6	41,6	79,6
	Indeciso	27	10,6	10,6	90,2
	A veces	20	7,8	7,8	98,0
	Nunca	5	2,0	2,0	100,00
	Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 8 nos refleja que el 38.04% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio debe ser un agente de cambio, el 41.57% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 10.59% está INDECISO, el 7.84% respondieron A VECES y solo el 1.96% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio debe ser un agente de cambio.

Tabla 09

Considera que el emprendedor de un micronegocio tiene espíritu emprendedor.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	101	39,6	39,6	39,6
	Casi siempre	107	42,0	42,0	81,6
	Indeciso	22	8,6	8,6	90,2
	A veces	22	8,6	8,6	98,0
	Nunca	3	1,2	1,2	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 9 nos refleja que el 39.61% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio tiene espíritu emprendedor, el 41.96% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 8.63% está INDECISO, el 8.63% respondieron A VECES y solo el 1.18% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio tiene espíritu emprendedor.

Tabla 10

Considera que el emprendedor de un micronegocio asume riesgos diversos.

		PORCENTAJE			
		fi	f%	% válido	Acumulado
válido	Siempre	86	33,7	33,7	33,7
	Casi siempre	108	42,4	42,4	76,1
	Indeciso	25	9,8	9,8	85,9
	A veces	35	13,7	13,7	99,6
	Nunca	1	0,4	0,4	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 10 nos refleja que el 33.73% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio asume riesgos diversos, el 42.35% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 9.80% está INDECISO, el 13.73% respondieron A VECES y solo el 0.39% opinan

que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio asume riesgos diversos.

Tabla 11

Considera que el emprendedor de un micronegocio ostenta habilidades y destrezas.

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	106	41,6	41,6	41,6
	Casi siempre	106	41,6	41,6	83,1
	Indeciso	17	6,7	6,7	89,8
	A veces	25	9,8	9,8	99,6
	Nunca	1	0,4	0,4	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 11 nos refleja que el 41.57% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor de un micronegocio ostenta habilidades y destrezas, el 41.57% CASI SIEMPRE siendo estos dos de mayor porcentaje, el 9.80% está INDECISO, el 13.73% respondieron A VECES y solo el 0.39% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor de un micronegocio asume riesgos diversos.

Tabla 12

Considera que los Contadores Públicos deben asesorar al emprendedor

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	135	52,9	52,9	41,6
	Casi siempre	85	33,3	33,3	86,3
	Indeciso	21	8,2	8,2	94,5
	A veces	11	4,3	4,3	98,8
	Nunca	3	1,2	1,2	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 12 nos refleja que el 52.94% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los Contadores Públicos deben asesorar al emprendedor siendo el de mayor porcentaje, el 33.33% CASI SIEMPRE, el 8.24% está INDECISO, el 4.31% respondieron A VECES y solo el 1.18% opinan que NUNCA consideran que los Contadores Públicos deben asesorar al emprendedor.

Tabla 13

Considera que toda persona que realiza un emprendimiento debe tener valores.

		PORCENTAJE			
	Fi	f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	164	64,3	64,3	64,3
	Casi siempre	60	23,5	23,5	87,8
	Indeciso	14	5,5	5,5	93,3
	A veces	12	4,7	4,7	98,0
	Nunca	5	2,0	2,0	100,00
	Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 13 nos refleja que el 64.31% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que toda persona que realiza un emprendimiento debe tener valores, siendo el de mayor porcentaje, el 25.53% CASI SIEMPRE, el 5.49% está INDECISO, el 4.71% respondieron A VECES y solo el 1.96% opinan que NUNCA consideran que toda persona que realiza un emprendimiento debe tener valores.

Tabla 14

Considera que los emprendedores de micronegocios tienen alta curiosidad

		PORCENTAJE			
	Fi	f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	101	39,6	39,6	39,6
	Casi siempre	98	38,4	38,4	78,0
	Indeciso	31	12,2	12,2	90,2
	A veces	24	9,4	9,4	99,6

Nunca	1	0,4	0,4	100,00
Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 14 nos refleja que el 39.61% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los emprendedores de micronegocios tienen alta curiosidad, siendo el de mayor porcentaje, el 38.43% CASI SIEMPRE, el 12.16% está INDECISO, el 9.41% respondieron A VECES y solo el 0.39% opinan que NUNCA consideran que los emprendedores de micronegocios tienen alta curiosidad.

Tabla 15

Considera que al emprender micronegocios se observa el entorno empresarial

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	97	38,0	38,0	39,6
	Casi siempre	105	41,2	41,2	79,2
	Indeciso	31	12,2	12,2	91,4
	A veces	20	7,8	7,8	99,2
	Nunca	2	0,8	0,8	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 15 nos refleja que el 38.04% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que al emprender micronegocios se observa el entorno empresarial, el 41.18% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 12.16% está INDECISO, el 7.84% respondieron A VECES y solo el 0.78% opinan que NUNCA consideran que al emprender micronegocios se observa el entorno empresarial.

Tabla 16

Considera que los emprendedores de micronegocios no temen el fracaso.

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	73	28,6	28,6	28,6
	Casi siempre	96	37,6	37,6	66,3
	Indeciso	28	11,0	11,0	77,3
	A veces	54	21,2	21,2	98,4
	Nunca	4	1,6	1,6	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 16 nos refleja que el 28.63% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los emprendedores de micronegocios no temen el fracaso, el 37.65% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 10.98% está INDECISO, el 21.18% respondieron A VECES y solo el 1.57% opinan que NUNCA consideran que los emprendedores de micronegocios no temen el fracaso.

Tabla 17

Considera que el emprendedor debe tener mentalidad empresarial

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	113	44,3	44,3	44,3
	Casi siempre	116	45,5	45,5	89,8
	Indeciso	13	5,1	5,1	94,9
	A veces	11	4,3	4,3	99,2
	Nunca	2	0,8	0,8	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 17 nos refleja que el 44.31% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que el emprendedor debe tener mentalidad empresarial, el 45.49% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 5.10% está INDECISO, el 4.31% respondieron A VECES y solo el 0.78% opinan que NUNCA consideran que el emprendedor debe tener mentalidad empresarial.

Tabla 18

Considera que un profesional Contador Público promueve los emprendimientos

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	80	31,4	31,4	31,4
	Casi siempre	111	43,5	43,5	74,9
	Indeciso	29	11,4	11,4	86,3
	A veces	35	13,7	13,7	99,2
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 18 nos refleja que el 31.37% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que un profesional Contador Público promueve los emprendimientos, el 43.53% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 11.37% está INDECISO, el 13.73% respondieron A VECES consideran que el emprendedor debe tener mentalidad empresarial.

Tabla 19

Considera que diseñar un micronegocio deber ser antes para gestionarlo.

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	65	25,5	25,5	25,5
	Casi siempre	142	55,7	55,7	81,2
	Indeciso	29	11,4	11,4	92,5
	A veces	18	7,1	7,1	99,6
	Nunca	1	0,4	0,4	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 19 nos refleja que el 25.49% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que diseñar un micronegocio deber ser antes para gestionarlo, el 55.69% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 11.37% está INDECISO, el 7.06% respondieron A VECES y solo el 0.39% opinan que

NUNCA consideran que diseñar un micronegocio deber ser antes para gestionarlo.

Tabla 20

Considera que un micronegocio debe contar con un plan que los guíe

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	87	34,1	34,1	34,1
	Casi siempre	134	52,5	52,5	86,7
	Indeciso	17	6,7	6,7	93,3
	A veces	15	5,9	5,9	99,2
	Nunca	2	0,8	0,8	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 20 nos refleja que el 34.12% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que un micronegocio debe contar con un plan que los guíe, el 52.55% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 6.67% está INDECISO, el 5.88% respondieron A VECES y solo el 0.78% opinan que NUNCA consideran que un micronegocio debe contar con un plan que los guíe.

Tabla 21

Considera que un micronegocio debe organizar sus actividades que realiza

		PORCENTAJE			
Fi		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	100	39,2	39,2	39,2
	Casi siempre	122	47,8	47,8	87,1
	Indeciso	22	8,6	8,6	95,7
	A veces	9	3,5	3,5	99,2
	Nunca	2	0,8	0,8	100,00
	Total	255	100,00	100,00	100,00

Interpretación:

La tabla 21 nos refleja que el 39.22% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que un micronegocio debe organizar sus actividades que realiza, el 47.84% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 8.63% está INDECISO, el 3.53% respondieron A VECES y solo el 0.78% opinan que NUNCA consideran que un micronegocio debe organizar sus actividades que realiza.

Tabla 22

Considera que los micronegocios deben contar con un líder para dirigirlo.

	Fi	PORCENTAJE			
		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	96	37,6	37,6	37,6
	Casi siempre	118	46,3	46,3	83,9
	Indeciso	25	9,8	9,8	93,7
	A veces	13	5,1	5,1	98,8
	Nunca	3	1,2	1,2	100,00
	Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 22 nos refleja que el 37.65% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los micronegocios deben contar con un líder para dirigirlo, el 46.27% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 9.80% está INDECISO, el 5.10% respondieron A VECES y solo el 1.18% opinan que NUNCA consideran que los micronegocios deben contar con un líder para dirigirlo.

Tabla 23

Considera que los micronegocios deben ser controlados sólo por el propietario.

	Fi	PORCENTAJE			
		f%	% válido	Acumulado	
válido	Siempre	79	31,0	31,0	31,0
	Casi siempre	102	40,0	40,0	71,0
	Indeciso	37	14,5	14,5	85,5
	A veces	32	12,5	12,5	98,0

Nunca	5	2,0	2,0	100,00
Total	255	100,00	100,00	

Interpretación:

La tabla 23 nos refleja que el 30.98% de las personas encuestadas respondieron que SIEMPRE consideran que los micronegocios deben ser controlados sólo por el propietario, el 40.00% CASI SIEMPRE siendo el de mayor porcentaje, el 14.51% está INDECISO, el 12.55% respondieron A VECES y solo el 1.96% opinan que NUNCA consideran que los micronegocios deben ser controlados sólo por el propietario.

CAPITULO III

APORTES

3.1. APORTE PERSONAL

El presente trabajo de suficiencia plantea un problema principal y problemas específicos, los cuales se detalló en líneas anteriores; y en el transcurso de la experiencia que se tuvo, planteo las siguientes alternativas de respuestas a nuestros problemas planteados, que detallo a continuación:

a) Hipótesis General.

Es positiva y significativa la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Ho

No es positiva y significativa la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Hi

b) Hipótesis Específica

- Es positiva y significativa la relación de la identificación de oportunidades con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.
- Es positiva y significativa la relación de la competencia emprendedora con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.
- Es positiva y significativa la relación de la cultura emprendedora con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.

3.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como antecedentes, antes de la afectación de la coyuntura Covid-19 a nuestra realidad empresarial se consideraba como “El reciente boom en materia económica del país (con crecimiento sostenido año tras año, inclusive en tiempos de crisis mundial), ha permitido el surgimiento de nuevos emprendimientos, en sectores con gran potencial como la gastronomía, el turismo, la industria textil y principalmente el comercio” (Garzozi, 2014).

En razón a ello nuestro problema general planteado fue: ¿De qué manera la mentalidad emprendedora se relaciona con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022? y los problemas específicos planteados fueron:

- a) ¿De qué manera la identificación de oportunidades se relaciona con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?
- b) ¿De qué manera la competencia emprendedora se relaciona con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?
- y c) ¿De qué manera la cultura emprendedora se relaciona con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022?

El objetivo general de investigación fue: Establecer la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Los objetivos específicos planteados fueron:

- a) Establecer la relación de la identificación de oportunidades se relaciona con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.
- b) Establecer la relación de la competencia emprendedora se relaciona con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022
- y c) Establecer la relación de la cultura emprendedora se relaciona con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022.

Por lo que, en la presente discusión, concordamos con los resultados encontrados de (Quintero, 2019) que refiere respecto a los emprendimientos que “ Una perspectiva en la que los emprendedores no sólo están llamados a ser creadores de empresa sino a ampliar su capacidad de acción, para crear valor en un rango más amplio de espacios, instituciones y situaciones, donde prima la capacidad creativa e innovadora de identificar problemas y generar soluciones que reporten beneficio individual y colectivo”. Asimismo, concordamos con (Matamoros, A., & Pantaleón, R. , 2018) que concluyen que “Se afirma que toda persona que tenga una actitud positiva frente al emprendimiento así también que perciba que se encuentra apto o apta para emprender tendrá una intención de realizar un comportamiento emprendedor y procederá a cumplirlo en algún momento de su vida”.

Respecto a la gestión de los micronegocios concordamos con (Gálvez, 2019) que refiere que en la gestión de los micronegocios ““Es importante manejar los requerimientos operativos mínimos en nuestro inicio de plan de negocio, puesto que un costo variable que esté relacionando al servicio, en este caso como el costo de ventas, y dándose el caso de las altas demandas se podría manejar por las subcontratas que nos permitirían cumplir con los objetivos de ventas en el año sin afectar nuestra capacidad”. Asimismo, concordamos con Mitma (2018) que concluye que: “El espíritu emprendedor se relaciona significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancayo en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un $T_c = 24,00 > T_t = 1,66$ ”.

A nivel teórico concordamos con (Rivera, 2018) que refiere que los conocimientos que debe ostentar todo emprendedor son: “Aprendizaje emprendedor, cognición emprendedora, experiencia e información disponible”. También refiere que las habilidades que ostenta son: “Aprovechamiento de oportunidades, creatividad e innovación, desarrollo de redes y capital social, liderazgo, toma de decisiones, solución de problemas y persuasión”. Además, concordamos con (Barrera-Cámara, 2018) que refiere que: En la gestión del negocio se siguen procesos “La gestión de procesos de negocio (BPM, de

business process management) combina la aplicación de metodologías y herramientas para una adecuada gestión de los procesos de negocio. Los paquetes para la gestión de procesos de negocio, como herramienta tecnológica, permiten el diseño, monitoreo, simulación y documentación de los procesos de negocios y de los actores que intervienen en una organización”.

En la hipótesis específica 1 planteada fue “Es positiva y significativa la relación de la identificación de oportunidades con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. (Hi)”. Cuyos resultados de contrastación de hipótesis mediante Rho de Spearman resulta que: La correlación de la dimensión “Identificación de Oportunidades” con la dimensión “Gestión de Procesos del Micronegocio” es de 0.101. No siendo significativa en 0.109.

En la hipótesis específica 2 planteada fue “Es positiva y significativa la relación de la competencia emprendedora con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. (Hi)”. Cuyos resultados de contrastación de hipótesis mediante Rho de Spearman resulta que: La correlación de la dimensión “Competencia Emprendedora” con la dimensión “Tecnología de Gestión del Micronegocio” es de 0.425. Siendo significativa en 0.001.

En la hipótesis específica 3 planteada fue “Es positiva y significativa la relación de la cultura emprendedora con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. (Hi)”. Cuyos resultados de contrastación de hipótesis mediante Rho de Spearman resulta que: La correlación de la dimensión “Cultura Emprendedora” con la “Gestión de Asesoría del Micronegocio” es de 0.400. No siendo significativa en 0.001.

En la hipótesis general planteada fue “Es positiva y significativa la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. (Hi)”. Por lo que, en base a la investigación realizada cuyos resultados de contrastación de hipótesis mediante Rho de Spearman se concluye que: La correlación de la dimensión

“MENTALIDAD EMPRENDEDORA” con la dimensión “GESTIÓN DE MICRONEGOCIOS” es de 0.399. Siendo significativa en 0.001.

CONCLUSIONES

1. La correlación de la dimensión “Identificación de Oportunidades” con la dimensión “Gestión de Procesos del Micronegocio” es de 0.101. No siendo significativa en 0.109. Por lo que se concluye que, no es positiva y significativa la relación de la identificación de oportunidades con la gestión de procesos de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Por lo que, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.
2. La correlación de la dimensión “Competencia Emprendedora” con la dimensión “Tecnología de Gestión del Micronegocio” es de 0.425. Siendo significativa en 0.001. Por lo que se concluye que, es positiva y significativa la relación de la competencia emprendedora con la tecnología de gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Por lo que, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.
3. La correlación de la dimensión “Cultura Emprendedora” con la “Gestión de Asesoría del Micronegocio” es de 0.400. No siendo significativa en 0.001. Por lo que se concluye que, es positiva y significativa la relación de la cultura emprendedora con la gestión de asesoría de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Por lo que, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.
4. La correlación de la dimensión “Mentalidad Emprendedora” con la dimensión “Gestión de Micronegocios” es de 0.399. Siendo significativa en 0.001. Por lo que se concluye que, es positiva y significativa la relación de la mentalidad emprendedora con la gestión de micronegocios asesorados por Contadores Públicos en la ciudad de Huancayo, 2022. Por lo que, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

RECOMENDACIONES

1. En las acciones de emprendimientos se deben identificar las necesidades del negocio e identificar que productos son rentables en el emprendimiento de los micronegocios comerciales. Para ello, se debe evaluar su entorno competitivo y considerar la experiencia de los emprendimientos exitosos de otros empresarios de la localidad, de la región y del país. Se debe tener en cuenta un plan de negocios donde se aplique el proceso administrativo, trabajándose en equipo. Se considera que los emprendimientos no solo deben quedar en ideas o entusiasmo del momento, sino que, deben ser estratégicos y sostenibles en el tiempo sobre todo que permita afrontar las restricciones del entorno competitivo y comparativo.
2. Cada empresario y/o dueño del negocio a emprender tiene su curva de aprendizaje que valora su competencia emprendedora y las habilidades, que, como agente de cambio, es necesario que en el negocio que emprende; las articule sistémicamente. Para casos de emprendimientos de los negocios, estos deben ir de la mano con la tecnología de gestión del micronegocio. Para ello, los empresarios o emprendedores deben estar debidamente capacitados en el uso de herramientas tecnológicas de gestión de los micronegocios. Hechos que mejoran los resultados de gestión, así como miden sus ventas en tiempo real. Por otro lado, para la publicidad del micronegocio deben contar con una página web de difusión del giro del negocio. Que a su vez deben estar plenamente asesorados por Contadores Públicos.
3. La promoción de la cultura emprendedora en todo acto de emprendimiento es necesario para contribuir al desarrollo local, regional y nacional. Esta requiere de altos valores morales y éticos donde un fracaso si existiese se tome como una experiencia que promueva la mentalidad empresarial y consideramos que las instituciones del estado sean los tutores de estos actos de emprendimientos que promuevan una cultura emprendedora sobre todo en la ciudad de Huancayo.

4. Para promover una mentalidad emprendedora en los empresarios de los micronegocios comerciales de la ciudad de Huancayo se requiere del apoyo de las instituciones tutelares del estado. De esta manera la gestión de los micronegocios será estratégico en la medida de participación de los diferentes actores de la localidad de Huancayo. Siendo importante, vital y necesario la participación proactiva del profesional “Contador Público”.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceituno, P. (2012). *Creación y gestión de empresas*. (Séptima Ed). Udimá.
- Acosta, A. (2018). *Cómo se forma un emprendedor: El aprendizaje basado en la gestión de proyectos*. . Revista Debates IESA, 23(3), 13–15.
- Alcaraz, R. (2017). *El emprendedor de éxito*. In *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*. (Cuarta Ed, Vol. 5, Issue 9). .
- Alva, L., & Cruz, C. . (2018). *El concurso Startup Perú en la gestión de desarrollo de emprendimientos innovadores: Un análisis de caso de las percepciones de las Startups beneficiarias de la 1° a la 4° generación* .
- Alzate, O., & Bermeo, H. . (2014). *Caracterización de la formación en mentalidad emprendedora en los programas de pregrado de la Universidad Pontificia Bolivariana*,. Sede Medellín: [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Bolivariana].
- Barrera-Cámara, R. A.-V.-P.-S. (2018). *Gestión de procesos de negocio*.
- Bouzas, J., & Germán, R. . (2019). *Gestión del talento humano (Primera Ed)*. . IURE Editores.
- Cabrejos, Y. (2020). *Plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque* .
- Castellvi, D. (2013). *Asesoramiento y gestión administrativa de productos y servicios financieros*.
- Castillo Espinoza, J., & Medina Ysaguirre, I. . (2019). *El emprendimiento y la informalidad en las microempresas de artículos de limpieza del sector*. La Libertad, Comas.
- Castillo, A. (2019). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. *Política y Sociedad*, 56(1), 1–21. Obtenido de <https://doi.org/10.5209/poso.60030>
- Cayao, R. d. (2021). *Las microfinanzas y emprendimientos empresariales en el distrito de Awuajun*, . Departamento de San Martín período 2018.
- Cruz, O. (2009). *El servicio profesional de carrera y los cambios en la gestión pública de México*.
- Dalmau, J., & Camisón, C. . (2009). *Introducción a los negocios y su gestión*. In PEARSON Prentice Hall. Pearso Educación.
- Díaz, J. (2018). *Guía de aprendizaje para emprendedores (pp. 1–54)*. *Negocios y Emprendimiento*.
- DTPE, R. D.-2. (2021). *Resolución Directorial N° 0011-2021-MTPE/3/17.1* -.
- El Peruano. (2007). *Ley de actualización de la ley N° 13253, de profesionalización del Contador Público y de creación de los Colegios de Contadores Públicos*. . Diario Oficial El Peruano.
- Flores, A., & Hidalgo, M. . (2013). *Principales Competencias Profesionales requeridas al Contador Público Colegiado por las Micro y Pequeñas Empresas del Perú*.
- Flores, M. (2016). *Espíritu emprendedor (pp. 1–57)*. FAUTAPO Oficina Regional.

- Gálvez, W. (2019). *Creación de una consultora para emprendimientos por oportunidad y empresas Mype en edad temprana con soluciones digitales en la ciudad Lima*. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica del Perú].
- Garzozzi, R. M. (2014). *Planes de negocios para emprendedores*.
- González, A., & Martínez, N. (2018). *Liderazgo basado en valores: Para jóvenes emprendedores*. . Revista Debates IESA, 23(3), 16–17.
- Gonzales, L. (2016). *La persona emprendedora y la idea de negocio*. In *Acción Contra el Hambre*.
- Hernández Rodríguez, C., & Arano Chávez, R. M. (2015). *El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial*. *Ciencia Administrativa*, 2015–1. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA2015>
- INEGI. (2020). *Estatuto del servicio profesional de carrera del instituto nacional de estadística y geografía (pp. 8–25)*. *Diario Oficial de la Federación*. Diario Oficial de la Federación.
- Longenecker, J. M. (2010). *Administración de pequeñas empresas (14a. ed.)*. . Cengage Learning Editores, S.A.
- López, L., Rubio, G., & Uribe, M. . (2019). *Responsabilidad social interna: Una perspectiva del talento humano (Primera Ed)*. *Grupo de Investigación Desarrollo Económico y Empresarial de la Universidad del Tolima (GIDEUT)*.
- Matamoros, A., & Pantaleón, R. . (2018). *Intención emprendedora: Una perspectiva desde el Género*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. .
- Mintic. (2015). *Guía para realizar el análisis de impacto de negocios (Issue 11, pp. 1– 27)*. *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. .
- Mojica, F. (2018). *Los retos del talento humano en el posconflicto*. . Fundación Universitaria “San Mateo.”.
- Ortíz, M. (2017). *el servicio público con corazón*. Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL).
- Paternina, L. (2011). *Mentalidad emprendedora (pp. 1–40)*. . Corporación Universitaria Remington.
- Pérez, J., & Mercado, J. . (2021). *Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación en cursos de capacitación virtual para el desarrollo de ideas de negocio*. . Revista Qualitas, 21(Enero-Junio), 57–78.
- Quintero, C. (2019). *Movimiento E: Una apuesta de innovación social para favorecer el desarrollo alternativo de mentes emprendedoras en colegios oficiales de Cali*. [Tesis de maestría, Universidad ICESI].
- Rivera, C. (2018). *El emprendimiento y sus malentendidos*. . Revista Debates IESA, 23(3), 7–11.
- Rodas, J. (2018). *Talleres basados en el negocio y emprendimiento para la creación de Pymes en las egresadas del CETPRO Virgen del Carmen*. Villa María del Triunfo.
- Rodríguez, A. (2005). *La mentalidad empresarial como expresión de la cultura organizacional*. In *Entramado (Vol. 1, Issue 1)*.

- Sánchez, M. e. (2017). *Orientación para el desarrollo profesional*. . Universidad de Educacion a Distancia.
- Suárez, A., & Fix, H. . (2018). *El servicio profesional de carrera en la defensoría pública en México. Política y Gobierno, XXV(2), 301–338*.
- Suárez, L. (2009). *Entrepreneur guías de negocio. Plan de negocios. Paso a paso ¿Cómo armar y manejar con éxito tu empresa?* (Primera Ed). D.R. Impresiones Aéreas S.A.
- Tello, E. A., Alberto, J. M., & Velasco, P. . (2016). *Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica*.
- Valverde Gonzales, Z. M. (2009). *Guía de ideas y plan de negocios. In Gobierno de Perú (pp. 1–148). Ministerio de Educación*. .
- Vara, A. (2015). *7 Pasos para elaborar la tesis*. . Editorial Macro.
- Viale, R. (2017). *El espíritu emprendedor y su relación con el fomento de la cultura emprendedora en la ciudad de Mendoza* . [Tesis de pregrado, Universidad Siglo 21]. .
- Vianna, M. V. (2016). *Design Thinking: Innovación en los Negocios (Primera Ed)*. MJV Press.
- Villada, D. (2020). *Modelos de emprendimiento a partir de datos abiertos en el Valle de Aburrá*. . Colombia .

OTAZÚ BAUTISTA KEYLA MAYVELI

by UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

Submission date: 22-Dec-2023 02:45AM (UTC+0300)

Submission ID: 2263846820

File name: T.S.P_OTAZ_BAUTISTA_KEYLA_MAYVELI.docx (259.47K)

Word count: 15940

Character count: 91808

ANEXOS

Anexo 1.- Evidencia de similitud digital

El presente instrumento será proporcionado por la Universidad Peruana de Ciencias e Informática.

OTAZÚ BAUTISTA KEYLA MAYVELI

ORIGINALITY REPORT

25%	24%	3%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	apirepositorio.unh.edu.pe Internet Source	19%
2	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	1%
3	Submitted to Universidad Continental Student Paper	<1%
4	repository.icesi.edu.co Internet Source	<1%
5	repositorio.uncp.edu.pe Internet Source	<1%
6	www.coursehero.com Internet Source	<1%
7	renati.sunedu.gob.pe Internet Source	<1%
8	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Student Paper	<1%
9	repositorio.upeu.edu.pe Internet Source	<1%

10	issuu.com Internet Source	<1 %
11	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Student Paper	<1 %
12	kipdf.com Internet Source	<1 %
13	repositorio.upn.edu.pe Internet Source	<1 %
14	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
15	Submitted to Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL Student Paper	<1 %
16	www.investigarmqr.com Internet Source	<1 %
17	gaceta.diputados.gob.mx Internet Source	<1 %
18	cieg.unam.mx Internet Source	<1 %
19	curagro.weebly.com Internet Source	<1 %
20	Submitted to Universidad San Marcos Student Paper	<1 %

21	Submitted to Universidad Catolica de Santo Domingo Student Paper	<1 %
22	repositorio.pucp.edu.pe Internet Source	<1 %
23	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Student Paper	<1 %
24	repositorio.21.edu.ar Internet Source	<1 %
25	vinv.ucr.ac.cr Internet Source	<1 %
26	blog.pucp.edu.pe Internet Source	<1 %
27	repositorio.uprit.edu.pe Internet Source	<1 %
28	1library.co Internet Source	<1 %
29	Submitted to College of the Albemarle Student Paper	<1 %
30	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Student Paper	<1 %
31	repositorio.uap.edu.pe Internet Source	<1 %

32	repositorio.uchile.cl Internet Source	<1 %
33	María-Dolores Alonso-Cortés. " Response to New challenges facing Spanish universities (Quo vadis universidad?) ", Culture and Education, 2021 Publication	<1 %
34	demoamlat.com Internet Source	<1 %
35	www.debatesiesa.com Internet Source	<1 %
36	www.ssoar.info Internet Source	<1 %
37	alphapedia.net Internet Source	<1 %
38	dspace.uclv.edu.cu Internet Source	<1 %
39	network.bepress.com Internet Source	<1 %
40	repositorio.unh.edu.pe Internet Source	<1 %
41	www.attac.org Internet Source	<1 %
42	contabilidadyeconomiausmp.edu.pe Internet Source	<1 %

43	es.slideshare.net Internet Source	<1 %
44	es.statista.com Internet Source	<1 %
45	ideas.repec.org Internet Source	<1 %
46	scholar.uprm.edu Internet Source	<1 %
47	www.tiempoempresario.com.ar Internet Source	<1 %
48	www.udd.cl Internet Source	<1 %
49	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 32 (2016)", Brill, 2018 Publication	<1 %
50	Submitted to Universidad Católica de Santa María Student Paper	<1 %
51	gobiernoabierto.quito.gob.ec Internet Source	<1 %
52	observatorio.campus-virtual.org Internet Source	<1 %
53	repositorio.uac.edu.co Internet Source	<1 %

43	es.slideshare.net Internet Source	<1 %
44	es.statista.com Internet Source	<1 %
45	ideas.repec.org Internet Source	<1 %
46	scholar.uprm.edu Internet Source	<1 %
47	www.tiempoempresario.com.ar Internet Source	<1 %
48	www.udd.cl Internet Source	<1 %
49	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 32 (2016)", Brill, 2018 Publication	<1 %
50	Submitted to Universidad Católica de Santa María Student Paper	<1 %
51	gobiernoabierto.quito.gob.ec Internet Source	<1 %
52	observatorio.campus-virtual.org Internet Source	<1 %
53	repositorio.uac.edu.co Internet Source	<1 %

66	repositorio.upla.edu.pe Internet Source	<1 %
67	repositorio.upse.edu.ec Internet Source	<1 %
68	spire.sciencespo.fr Internet Source	<1 %
69	www.institutomora.edu.mx Internet Source	<1 %
70	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
71	www.uned.ac.cr Internet Source	<1 %
72	hdl.handle.net Internet Source	<1 %
73	www.clubensayos.com Internet Source	<1 %
74	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 36 (2020) (VOLUME II)", Brill, 2022 Publication	<1 %
75	transportesynegocios.wordpress.com Internet Source	<1 %
76	Submitted to European University Student Paper	<1 %

Anexo 2.- Autorización de publicación en repositorio

Los autores del presente trabajo autorizamos a la Universidad Peruana de Ciencias e Informática a publicar el presente trabajo en el repositorio de la Universidad.



UNIVERSIDAD
PERUANA DE
CIENCIAS E
INFORMÁTICA
En la Universidad del futuro, hoy

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: OTAZU GANTISTA KEYLA HAYVELI
DNI: 74056835 Correo electrónico: HAYVELI.0308@GMAIL.COM
Domicilio: Circ. Alegria Pichari - Cusco
Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 925373479

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO Ó TESIS

Facultad/Escuela: CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS / CONTABILIDAD, AUDITORIA Y FINANZAS

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

" MENTALIDAD EMPRENDEDORA Y GESTION DE
MICRONEGOCIOS ASESORADOS POR CONTADORES
PUBLICOS EN LA CIUDAD DE HUANCAYO 2022 "

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (X) Mg. () Dr. () PhD. ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):

(X) Sí, autorizo el depósito y publicación total.

() No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los 20 días del mes de DICIEMBRE de 2023.

Firma

