

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA
Y GENERACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD
DE TACNA, AÑO 2020**

TESIS

PRESENTADA POR:

JULIO RODAS MENDOZA

Para optar el Grado Académico de:

MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*)

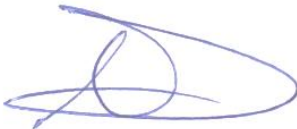
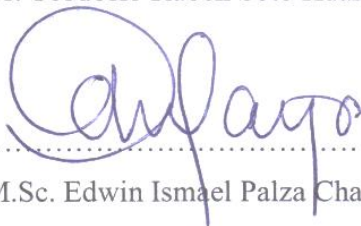

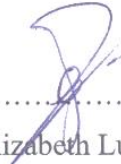
CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TACNA – PERÚ

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**Escuela de Posgrado****MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL****CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE
PANDEMIA Y GENERACIÓN DE EMPRESAS
EN LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2020**

Tesis sustentada y aprobada el 26 de marzo del 2024; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE	:	 Dr. Teodosio Rubén Soto Huanca
SECRETARIO	:	 M.Sc. Edwin Ismael Palza Chambe
MIEMBRO	:	 M.Sc. Elizabeth Luisa Medina Soto
ASESOR	:	 M.Sc. Elizabeth Luisa Medina Soto

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, M.Sc. Elizabeth Luisa Medina Soto, en mi condición de asesora acreditado con Resolución de Escuela de Posgrado N° 10049-2021-ESPG/UNJBG del 21 de abril del 2021, del trabajo de tesis titulada: **"CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA Y GENERACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2020"**, presentado por el Sr. Julio Rodas Mendoza, para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magíster Scientiae*) con mención en Gestión Empresarial.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual TURNITIN, cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 10 %.

Por lo que CERTIFICO LA SIMILARIDAD de la tesis y está de acuerdo al nivel PERMITIDO, para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado a solicitud del interesado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención del Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magíster Scientiae*) con mención en Gestión Empresarial.

Tacna, 15 de Marzo de 2024.

FIRMA ASESORA
Nombres y apellidos

.....
M.Sc. Elizabeth Luisa Medina Soto
DNI N°00416216



FIRMA TESISISTA
Nombres y apellidos

.....
Julio Rodas Mendoza
DNI N°00516422



DEDICATORIA

A Dios, siempre necesitaré tu luz espiritual para perseverar.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I:PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1 Descripción de identificación del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	7
1.2.1 Problema general	7
1.2.2 Problemas específicos.....	7
1.3 Justificación e importancia	8
1.4 Objetivo de la investigación	9
1.4.1 Objetivo general	9
1.4.2 Objetivos específicos	10
1.5 Hipótesis	10
1.5.1 Hipótesis general	10
1.5.2 Hipótesis específicas.....	10
CAPÍTULO II:MARCO TEÓRICO	12
2.1 Antecedentes de la Investigación	12
2.2. Bases teóricas	19
2.2.1 Emprendimiento	19
2.2.2 Cultura de emprendimiento	24
2.2.3 Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia	25
2.2.4 Generación o creación de empresas.....	30
2.3 Definición de términos básicos.....	49
CAPÍTULO III:MARCO METODOLÓGICO.....	52
3.1 Tipo, nivel y diseño de investigación	52

3.1.1	Tipo de investigación.....	52
3.1.2	Nivel de investigación	52
3.1.3	Diseño de investigación.....	52
3.2	Cuadro de operacionalización de variables	53
3.3	Población y muestra.....	54
3.3.1	Unidad de análisis.....	54
3.3.2	Población	54
3.3.3	Muestra	55
3.4	Técnicas e instrumentos para recolección de datos	56
3.5	Estrategias para la recolección de datos	56
3.6	Procesamiento de la información y análisis de datos	57
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		58
DISCUSIONES		110
CONCLUSIONES		119
RECOMENDACIONES.....		121
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		122
ANEXOS		128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Stock, altas y bajas de las empresas, según actividad económica, III Trimestre 2020, Perú.....	6
Tabla 2 Etapas del proceso emprendedor	22
Tabla 3 Competencias generales asociadas con el emprendedor	23
Tabla 4 Perfil del emprendedor	23
Tabla 5 Propuestas	30
Tabla 6 Conceptos de empresa nueva.....	32
Tabla 7 Iniciativas que propician el desarrollo empresarial	35
Tabla 8 Decreto Legislativo N° 1332 Decreto legislativo que facilita la constitución de empresas	36
Tabla 9 Constitución del Estado de 1993	37
Tabla 10 Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña empresa	37
Tabla 11 Normas que han promovido la reactivación económica en Perú.....	38
Tabla 12 Estudio del impacto de la pandemia del COVID -19 en las dimensiones Institucional, Ecosistemas e Individuo del Emprendimiento de Base tecnológica en Perú.....	39
Tabla 13 Creación de empresas en el año 2020 en Perú.....	40
Tabla 14 Creación y cierre de empresas año 2020	42
Tabla 15 El universo de empresa por actividades económicas.....	43
Tabla 16 El PBI y los Sectores productivos	43
Tabla 17 Cantidad de empresas por departamento	45
Tabla 18 Cierre de empresas.....	45
Tabla 19 Incremento de nuevos emprendimientos en IV trimestre	46
Tabla 20 Cierre de empresas a nivel nacional IV trimestre 2020.....	47
Tabla 21 Según tipo de organización.....	48
Tabla 22 Operacionalización de variables	53
Tabla 23 Determinación de la población	55
Tabla 24 Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia.....	58
Tabla 25 Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia.....	59
Tabla 26 Efecto del COVID 19 en la situación actual de la actividad	60

Tabla 27 Efecto del COVID 19 en la situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas	61
Tabla 28 Efecto del COVID 19 en la situación actual del personal	62
Tabla 29 Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia	63
Tabla 30 Desafíos tecnológicos: digitalización	64
Tabla 31 Desafíos financieros- contables	65
Tabla 32 Desafíos tributarios	66
Tabla 33 Capital humano	67
Tabla 34 Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.....	68
Tabla 35 Conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.....	69
Tabla 36 Habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.....	70
Tabla 37 Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia.....	71
Tabla 38 Consideración del riesgo.....	72
Tabla 39 Creatividad e innovación	73
Tabla 40 Proactividad	74
Tabla 41 Búsqueda de información	75
Tabla 42 Resumen de la variable dependiente.....	76
Tabla 43 Generación de empresas	77
Tabla 44 Oportunidad	78
Tabla 45 Formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto.....	79
Tabla 46 Análisis del proyecto del emprendedor	80
Tabla 47 Inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno	81
Tabla 48 Recursos.....	82
Tabla 49 Activos tangibles	83
Tabla 50 Activos intangibles	84
Tabla 51 Mercado	85
Tabla 52 Análisis del producto o servicio que ofertarán	86
Tabla 53 Tipo de mercado objetivo	87
Tabla 54 Determinación de los compradores	88

Tabla 55 Estrategias.....	89
Tabla 56 Estrategia relacionada con el objetivo y entorno.....	90
Tabla 57 Innovación de estrategias.....	91
Tabla 58 Factores del entorno.....	92
Tabla 59 Normas que estimulan la generación de empresas	93
Tabla 60 Cultura empresarial.....	94
Tabla 61 Resumen de la variable dependiente.....	95
Tabla 62 Prueba de normalidad	96
Tabla 63 Prueba de normalidad	97
Tabla 64 La cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas	98
Tabla 65 Información de ajustes de los modelos	99
Tabla 66 Pseudo R cuadrado	99
Tabla 67 La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia y la generación de empresas.....	100
Tabla 68 Información de ajustes de los modelos	101
Tabla 69 Pseudo R cuadrado	101
Tabla 70 Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia y la generación de empresas.	103
Tabla 71 Información de ajustes de los modelos	103
Tabla 72 Pseudo R cuadrado	103
Tabla 73 Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna.	105
Tabla 74 Información de ajustes de los modelos	105
Tabla 75 Pseudo R cuadrado	105
Tabla 76 Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna.....	107
Tabla 77 Información de ajustes de los modelos	107
Tabla 78 Pseudo R cuadrado	107
Tabla 79 La cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Empresas operativas, según principales problemas que enfrentaron debido al impacto del COVID-19, en Lima	4
Figura 2 Empresas operativas, según medidas laborales adoptados debido al impacto del Covid-19, Lima metropolitana: (segundo trimestre 2020).	5
Figura 3 Número de empresas periodo 2013-2020.....	44
Figura 4 Creación y cierre de empresas.....	47
Figura 5 Número de empresas por sector económico.....	49

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo: Determinar de qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

En cuanto a la metodología, el tipo de investigación se considera de tipo básica. El nivel relacional. El diseño de investigación es no experimental y transversal.

Se consideró como muestra de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna. La técnica e instrumento de recolección de datos fueron la encuesta y el cuestionario, respectivamente.

Los resultados determinaron que en la variable independiente cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia, la dimensión que tiene mayor porcentaje en la categoría regular es competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia que es regular (76,7 %). Con respecto a la variable dependiente, la dimensión que tiene mayor porcentaje en la categoría regular es mercado (86,7 %).

El estudio concluyó que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020, según la prueba estadística correlación de Spearman rho, cuyo valor fue 0,787.

Palabras claves: Cultura de emprendimiento, pandemia, generación de empresas.

ABSTRACT

The objective of this study was to: Determine how the culture of entrepreneurship in times of pandemic influenced the generation of companies in the city of Tacna, year 2020.

Regarding the methodology, the type of research is considered basic. The relational level. The research design is non-experimental and cross-sectional.

It was considered as a sample of the entrepreneurs of the different sectors of goods and services of Tacna. The data collection technique and instrument were the survey and the questionnaire, respectively.

The results determined that in the independent variable culture of entrepreneurship in times of pandemic, the dimension that has the highest percentage in the regular category is the skills of the entrepreneur to adapt to change in times of pandemic, which is regular (76,7%). Regarding the dependent variable, the dimension with the highest percentage in the regular category is market (86,7%).

The study concluded that the culture of entrepreneurship in times of pandemic influenced the generation of companies in the city of Tacna, year 2020, according to the Spearman rho correlation statistical test, whose value was 0,787.

Keywords: Culture of entrepreneurship, pandemic, generation of companies.

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, se evidencia la cultura de emprendimiento, lo que ha permitido la generación de empresas en el mundo. Por tal razón, es preponderante medir la cultura de emprendimiento con el propósito de saber las diferentes dimensiones o aspectos que la conforman.

De acuerdo a Esuh Ossai-Igwe & Mohd Sobri (2011), un emprendedor es una persona que se apega a la innovación, es decir, tiene una actitud positiva al cambio para bien, y desde el punto de vista económico la persona procura de manera significativa un cambio y para ello tiene la destreza de cambio, que explota las oportunidades y que combina de manera adecuada los recursos para crear algo nuevo. El emprendedor, entonces, se convierte en un cambio primordial de la dimensión económica y para conseguir sus objetivos aplica las técnicas de autogestión.

El conocimiento sobre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y su influencia en la generación de empresas, permitirá comprender y medir lo que es relevante de tal influencia. Por ello, el desarrollo del presente estudio permitirá dar respuesta a la siguiente pregunta ¿De qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020? Para ello, se ha aplicado el método científico, y uno de los aspectos sustantivos es la etapa de recolección de datos, entonces se elaboró instrumentos, que cumplieron requisitos de validez y confiabilidad.

Por consiguiente, el propósito de la presente investigación busca aportar mediante la medición de la Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas e identificar y analizar la correlación existente entre las variables de estudio, para así, poder recomendar o sugerir que se desarrollen planes de acción que impacten de manera directa en el aumento de la generación de empresas.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La pandemia actual ha ocasionado una crisis global de forma significativa. Para dar una respuesta pertinente, los Gobiernos, investigadores y ciudadanos de todo el mundo están luchando para dar respuesta a la propagación del SARS-CoV-2, el virus que causó la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19). Es evidente, que las consecuencias, no solo es el confinamiento, sino de los temores y preocupaciones que rodean los efectos que probablemente no puede prevenir de la COVID-19 pronostican una recesión que amenaza el funcionamiento y desempeño de las organizaciones, la misma que en su mayoría no están preparados para tal crisis mundial.

En esta línea argumental, se indica que, se ha visto que, en los diferentes países, la mayoría de los entes organizacionales paralizaron sus actividades, es decir, hubo y habrá cierres temporales o definitivos de la actividad y los descensos de la demanda, lo que hace que la incertidumbre aumente; entonces a todo ello puede afectar a los emprendedores o puede generar una oportunidad, de innovar el giro de sus empresas, por lo que ahora los emprendedores tienen desafíos o tienen que enfrentar para crear o mantener su empresa en esta situación nunca antes visto.

Cañarte-Quimis, Marcillo-Marcillo, Leones-Pico & Márquez-Toala (2020), en cuanto al problema, sostienen que el emprendimiento es fundamental para el desarrollo productivo. El emprendimiento ha revestido significativa relevancia, debido a que la mayoría de las personas quieren ser independientes y tener una economía estable. Es evidente que, en los diferentes países del mundo, sobre todo en Latinoamérica se ha incrementado el desempleo, más aún con el problema de la pandemia, por ello cada vez se ve acentuado el emprendimiento, es decir, tener su propio negocio generando sus propios recursos y pasar de ser empleados a ser empleadores. Asume que, únicamente, a través del emprendimiento surge el éxito personal o empresarial en situaciones de crisis.

Probablemente, no se pueda tener un gobierno protector que tenga la predisposición de brindar ayuda a los que quieren emprender cuando haya crisis.

Actualmente, a nivel nacional, con la pandemia, en el año 2020 y el presente año, los que ya tenían un negocio propio ha reiniciado nuevos emprendimientos o negocios debido al contexto actual; lo que probablemente se reflejará en el incremento de los emprendimientos (GEM, 2020).

Actualmente, por la situación de crisis como la pandemia COVID 2019, las heterogéneas entidades del contexto nacional e internacional están desarrollando acciones de fomento del emprendimiento, o en todo caso apoyo, a través de las entidades financieras y microfinancieras, de otorgamiento de créditos con tasas de interés bajas. Cabe referir que la generación y promoción de nuevas iniciativas emprendedoras y de apoyo a los emprendedores se genera para que este colectivo se convierta en la palanca de cambio para salir de la crisis; entonces, el emprendedor actúa como un instrumento de dinamización de las economías y; mediante las actividades de creación e innovación promueven y flexibilizan el tejido empresarial (Peñaherrera León & Cobos Alvarado, 2012).

Kcomt (2020) indica que, en Perú, el virus empezó a extenderse de forma veloz, entonces, se renovó el estado de emergencia hasta en cinco oportunidades. El Gobierno tomó medida, pero a pesar de las medidas tempranas que se tomaron, no se pudo contener el aumento de casos y muertes, lo que se suscitó una crisis sanitaria y económica, que nunca había sucedido en Perú.

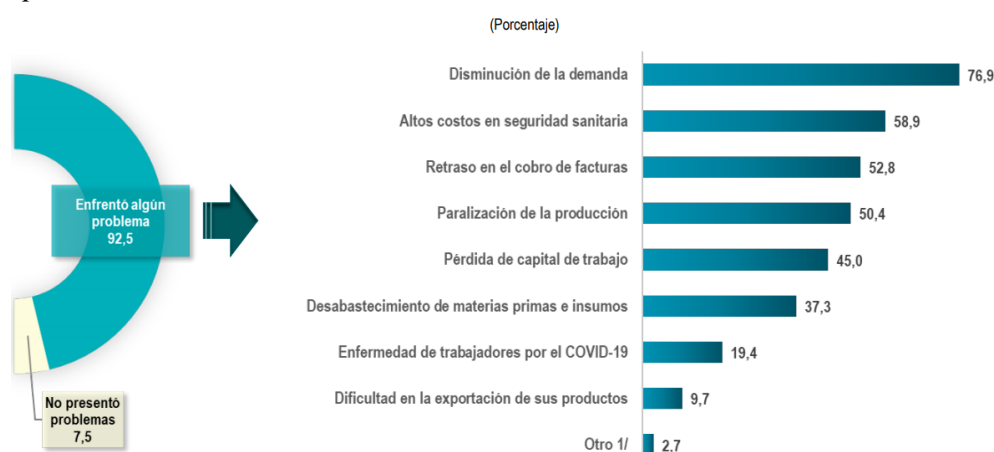
Perú, siendo uno de los tantos países afectado por la propagación de la pandemia sanitaria provocada por el covid-19 alrededor del mundo, lo que ha provocado que diferentes negocios cerrarán de manera temporal y otro definitivamente; así como otros. También generaron nuevos emprendimientos para dar solución a su bienestar económico y de esta forma se reactiva en parte la economía nacional.

Hay que destacar que gran parte de estos nuevos emprendimientos permitió que se fortalezca la innovación, la creatividad e incluso ejerciendo un protocolo de seguridad totalmente diferente; asimismo, las herramientas tecnológicas son con mayor fuerza útil para dinamizar el proceso empresarial de los nuevos emprendimientos, demostrado que en los mercados se elevó el comercio electrónico (ecommerce). Por consiguiente, se enfatiza que los nuevos emprendimientos en el país y del mundo representan uno de los aspectos que más dinamiza la economía, debido a que estimulan las actividades productivas, donde se evidencia la asignación de un valor agregado elevado, desarrollo económico y social. Pero es necesario que se fortalezca también el capital financiero y el capital humano para garantizar el éxito empresarial con confianza.

Por ejemplo, en la figura siguiente se muestran las empresas operativas, según principales problemas que enfrentaron debido al impacto del COVID-19, en Lima metropolitana:

Figura 1

Empresas operativas, según principales problemas que enfrentaron debido al impacto del COVID-19, en Lima

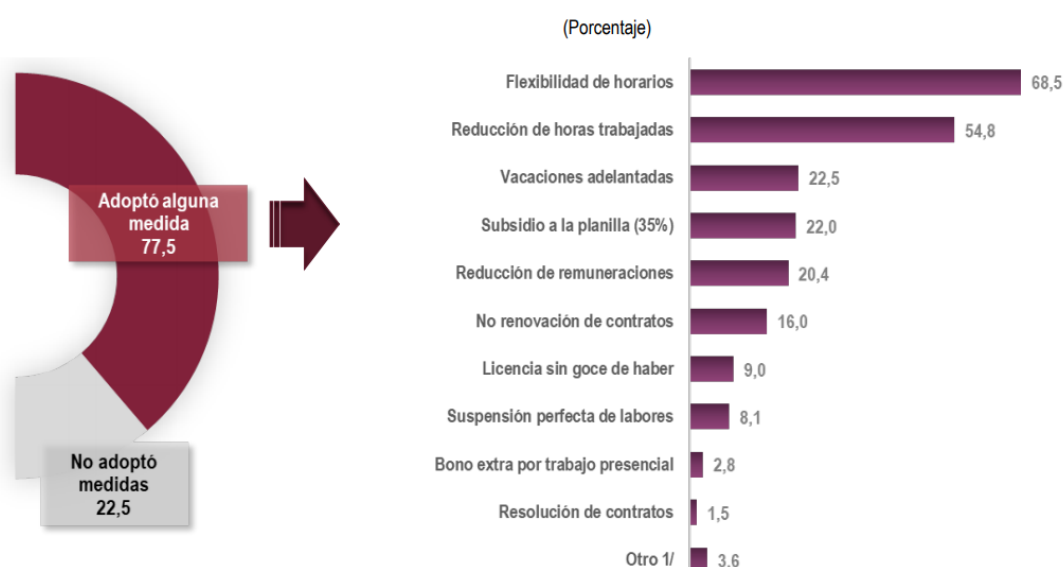


Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2020)

Asimismo, en la siguiente figura se presentan por ejemplo en Lima metropolitana: empresas operativas, según medidas laborales adoptados debido al impacto del Covid-19 (segundo trimestre 2020).

Figura 2

Empresas operativas, según medidas laborales adoptados debido al impacto del Covid-19, Lima metropolitana: (segundo trimestre 2020).



Nota. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2020)

La cantidad de entes económicos activos que se registraron en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos el 30-09-2020, ascendió a 2 millones 701 mil 66 empresas, cifra mayor en 0,1 % en comparación con similar periodo del año 2019. Asimismo, 78 mil 258 empresas se constituyeron y 5 mil 835 empresas se dieron de baja entre julio y septiembre, presentando así una variación neta de 72 mil 423 empresas.

Merece resaltar que constituyó el 2,9 % del total la tasa de natalidad, es decir, la relación de empresas creadas en el III Trimestre de 2020 con el stock empresarial al final del periodo, mientras que el 0,2 % fue la tasa de mortalidad empresarial y se registró de esta manera una tasa de variación neta de 2,7 %.

A continuación, se presenta en la siguiente figura Stock, altas y bajas de las empresas, según actividad económica, III Trimestre 2020, Perú.

Tabla 1

Stock, altas y bajas de las empresas, según actividad económica, III Trimestre 2020, Perú.

Actividad económica	Stock	Altas 1/	Bajas 2/	Tasas de altas (%) 3/	Tasas de bajas (%) 4/
Total	2701 0166	78 258	5 835	2,9	0,2
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	41009	1 587	64	3,9	0,2
Explotación de minas y canteras	25 236	4 824	48	19,1	0,2
Industrias manufactureras	205 378	4 939	366	2,4	0,2
Construcción	83 183	3 104	60	3,7	0,1
Venta y reparación de vehículos	75 730	2 237	138	3,0	0,2
Comercio al por mayor	260 971	12 267	934	4,7	0,4
Comercio al por menor	849 367	23 987	2 032	2,8	0,2
Transporte y almacenamiento	162 758	4 654	509	2,9	0,3
Actividades de alojamiento	27 795	290	77	1,0	0,3
Actividades de servicio de comidas y bebidas	218 963	3 686	453	1,7	0,2
Información y comunicaciones	55 101	1 305	66	2,4	0,1
Servicios prestados a empresas	259 543	6 811	304	2,6	0,1
Salones de belleza	40 815	859	99	2,1	0,2
Otros servicios 5/	395 217	7 708	685	2,0	0,2

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

Quilia (2020) en cuanto al problema refiere que, en la realidad nacional, la mayoría de las MyPEs, pertenecientes a diferentes sectores de la empresa privada, están enfrentando desafíos empresariales, donde hace que ejecuten estrategias y acciones para aportar a la lucha contra el coronavirus; es fundamental referir que en Perú el 95 % de 2 millones 332 mil 218 de sociedades son MYPEs, que es notorio que coadyuva al desarrollo del país; por tal razón debe existir una articulación interinstitucional para que se promueva el emprendimiento con innovación y creatividad, entonces las universidades deben cumplir un rol estratégico en promover tan importante actividad (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Hoy en día, aproximadamente, 81 sectores económicos en el país se han visto afectados por la pandemia. Esta situación negativa ha implicado que surjan otras

preocupaciones o inconvenientes y no saben cómo darle solución, debido posiblemente a que no han tenido una cultura de prevención ante la crisis.

En la ciudad de Tacna, de igual forma, por la pandemia Covid-19 muchas empresas cerraron, quebraron, se suspendieron temporalmente, entre otros aspectos; pero generó una oportunidad de emprender nuevos negocios, lo que evidencia que tal pandemia provocó que se genere una oportunidad, de innovar el giro de sus empresas, por lo que se hace necesario comprender su papel ante una situación de crisis económica, ya que ahora los emprendedores tienen desafíos o tienen que enfrentar para crear o mantener su empresa en esta situación tan crítica y de incertidumbre, es decir, surge de la crisis la oportunidad, emprendimientos que se reinventan por la covid-19.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cómo la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?
- b) ¿De qué forma los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?
- c) ¿De qué manera las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyeron en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?

- d) ¿En qué medida las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?
- e) ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?

1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.3.1 *Justificación de la investigación*

Justificación teórica

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos de la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas, que coadyuvará a comprender la relevancia del estudio y de esta forma coadyuvará a brindar recomendaciones, según el problema planteado. Al respecto, la generación de nuevos negocios se logra con un buen emprendedor, que tenga los atributos necesarios para desarrollar una actuación de creatividad e innovación, donde se conjuguen de manera acertada los diversos recursos, y con responsabilidad social. Debe poseer competencias para desarrollar estrategias que permitan optimizar la gestión de capacitación de clientes.

Justificación práctica

Desde una perspectiva pragmática y en consonancia con los objetivos de investigación, el resultado obtenido posibilita la identificación de respuestas específicas para abordar los desafíos inherentes a la promoción del espíritu emprendedor en un contexto de crisis pandémica y la creación de nuevas empresas. Al respecto, para dar soluciones se debe tener en cuenta los diferentes organismos del Estado y del sector privado que prioricen el fortalecimiento de las competencias de los emprendedores,

y ayudar a conseguir el capital para generar la empresa; si se genera más cada vez más empresas, reducirá el desempleo. Por tal razón, es relevante el desarrollo de este estudio.

Justificación metodológica

Para conseguir los objetivos del estudio, se acude al empleo de técnicas e instrumentos de investigación para medir la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas; también se utilizará el Software estadístico SPSS 24 para procesar la información. Al respecto, la metodología coadyuva a obtener los resultados y orienta a la contrastación de las hipótesis.

1.3.2 Importancia

El estudio es fundamental, debido a que permitirá desarrollar una evaluación cómo de las variables de estudio, como la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas; lo que permitirá la debilidad de la cultura del emprendimiento para dar soluciones al respecto, y de esta forma se beneficiarán los emprendedores, quienes deberán fortalecer sus competencias en creatividad e innovación, así como desarrollar estrategias para conseguir capital y emprender nuevos negocios.

1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

1.4.2 *Objetivos específicos*

- a) Establecer cómo la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- b) Verificar de qué forma los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- c) Analizar de qué manera las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- d) Determinar en qué medida las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- e) Determinar la relación que existe entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

1.5 HIPÓTESIS

1.5.1 *Hipótesis general*

La cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó significativamente en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

1.5.2 *Hipótesis específicas*

- a) La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

- b) Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- c) Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- d) Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.
- e) Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 *Antecedentes de la investigación a nivel internacional*

Suárez (2021) investigó el estudio “Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento e innovación”, en la Universidad Simón Bolívar. Colombia. El estudio fue de tipo básica y descriptivo, con diseño de campo, no experimental, transeccional; la población fue de los colegios públicos adscritos en el directorio de la Alcaldía de Cúcuta. Se utilizó el cuestionario. Los resultados hicieron notar el establecimiento de acciones teórico-prácticas fortaleció en alguna medida la cultura de emprendimiento. Cabe anotar que en el contexto actual los efectos del COVID 19 afectaron de forma negativa a las actividades, como todo se cerró en el año 2019 y gradualmente se comenzó a solucionar este problema, pero las empresas tuvieron que cerrar sus empresas, y quebraron, quedó afecta también su personal, debido fueron despedidos. Algunas, empresas que quebraron, emprendieron otros negocios de acuerdo a las necesidades de la población.

Díaz-Díaz, Fajardo, y Romero (2021) investigaron el estudio “Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el año 2017”. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 17(33). El estudio fue de tipo correlacional. La muestra fue de 2098 emprendedores. Los resultados fueron: El emprendimiento del país es adecuado por la posición del emprendedor, quienes desafían ante diferentes escollos para emprender un negocio en tiempos de crisis, además porque poseen competencias para adaptarse el cambio en tiempos de pandemia, y asumen con responsabilidad su rol los emprendedores con innovación y creatividad, y para ello requieren información de forma oportuna. Se concluyó que los

emprendedores tienen mayores oportunidades o más posibilidad de establecer un buen emprendimiento, si es que se han formado académicamente, para fortalecer de manera adecuada negocios fructíferos.

Espinoza, Lluglla, & Padilla (2021) investigaron el estudio “El emprendimiento rural post Covid-19: consideraciones para una recuperación económica sostenible”. Revista Universidad y Sociedad, 13(S1), 443-451. El estudio fue de tipo exploratoria y analítica, durante la revisión bibliográfica y exposición teórica. El estudio concluyó que, debido a la situación actual, los emprendimientos y la innovación del sector microempresarial Ecuatoriano planifican estrategias para que se fortalezca los negocios y que se innove sus productos, ya que, con problema de la pandemia, se generó una situación compleja en la que se generó el debilitamiento de la producción y operación de productos que conllevó la reducción de fuentes de trabajo que generaban empleo a muchas familias Ecuatorianas, como también a nivel mundial.

Santamaría, Montañez, & Gutiérrez (2021) investigaron el estudio “Emprendimiento en México: el antes y el después de la covid-19”. Revista Internacional de Organizaciones, (27), 35-57. El estudio fue de tipo documental. No experimental. Los resultados hacen notar que los emprendedores se reinventaron generando nuevos negocios, adaptándose al contexto actual, desafiar los problemas en plena pandemia y pospandemia, debido a que se comprobó en parte que tenían una cultura de emprendimiento. Pero en el contexto actual, de todas maneras, los entes universitarios a nivel país, departamentos, provincias, deben brindar programas de emprendimiento para dinamizar el tejido empresarial y la cadena de empleo, cadena de pago, ante esta terrible crisis.

Cando-Morales, Erazo, Álvarez-Gavilanes, Rivera, (2021). CIENCIAMATRÍA. Revista interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología. Año VI. Vol. VII. Nro. 12. Enero-Junio

2021. El tipo de estudio fue aplicada y descriptiva. El estudio concluyó que la innovación, durante la crisis sanitaria, es preponderante en las microempresas. La pandemia afectó de forma drástica la economía de cada país, por lo que las empresas enfrentaron diversos riesgos operativos y de estrategia, donde realiza y aplica un plan estratégico, que garantice que los entes organizativos innoven para sobrevivir y prosigan siendo competitivos. Por tal motivo, ante esta situación, los dueños y gerentes de las organizaciones deben poseer una cultura de emprendimiento que permita generar bienestar para ellos y para sus futuros trabajadores.

Alvarado-Choez, Barreto-Madrid, y Baque, (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia Covid-19. Pol. Con. (Edición núm. 56) Vol. 6, No 3 Marzo 2021, pp. 2145-2164. Para ello, se utilizó el tipo documental y descriptivo. Según los hallazgos del estudio, en vista de la coyuntura actual, las pequeñas empresas en Ecuador se ven obligadas a diseñar tácticas destinadas a reforzar sus operaciones y mejorar sus productos. Esto se debe a que la situación de la pandemia ha generado un entorno desafiante para el sector de microempresas, lo que impulsa a la adopción de estrategias orientadas a la innovación y el fortalecimiento de sus negocios. El emprendimiento y la innovación son aspectos cruciales para el desarrollo de sociedades, debido a que fomentan la creación de nuevas organizaciones empresariales y oportunidades de trabajo, para el bienestar del país, entonces el emprendimiento permite generar nuevas organizaciones empresariales, lo que es implícito que incluye oportunidad, mercado, recursos, y se requiere estrategias y se debe tener en cuenta los factores del entorno.

Hu-Chan, Kumul-Xool, Xool-Ma. y Sánchez-Limón (2020), elaboraron el estudio “El emprendimiento y sus impactos en la economía por la pandemia Covid-19”. Revista 6 (10): 20-31 (julio-diciembre 2020). El estudio concluyó que hubo efectos negativos de mediano y largo plazo,

es decir, se suscitaron quiebras de las empresas. No hubo crecimiento económico y se suscitó la reducción de la inversión privada, lo que hizo que se produzca el aumento del desempleo, aumento de la pobreza; pero lo preponderante que se generó, en heterogéneos sectores productivos, emprendimientos nuevos. Asimismo, es fundamental indicar que si bien es cierto la pandemia perjudicó la economía; sin embargo, se fortaleció el emprendimiento de nuevos negocios, pero lo más importante que, con más fuerza se generó o se fortaleció la creatividad y la innovación; por ello los gobiernos de cada país deben hacer una buena planificación del apoyo para los emprendedores, ya que con sus negocios coadyuvan a los países en cuanto a su economía, debido a que generan nuevos empleos y aumenta la recaudación por el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Sumba-Bustamante, Almendáriz-González, Baque-Chancay, y Aliatis-Bravo, (2020) elaboraron el estudio “Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico. Revista fipcaec. Enfoques. Vol. 5 Núm. 4 22 Octubre-Diciembre. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador. El autor concluyó que la situación de la pandemia ha generado a que se incursione nuevos emprendimientos relacionados al comercio electrónico, que permite desarrollar las transacciones económicas de manera virtual en tiempo real, en otras palabras, con estos hechos se evidencia una nueva revolución tecnológica, debido a que en tiempo de pandemia, en un primer momento, no había nada presencial, la mayoría de las labores eran virtuales, entonces ahí se presenta la necesidad de promover las estrategias relacionadas con los objetivos y el entorno, así como la innovación de estrategias.

Cañarte-Quimis, Marcillo-Marcillo, Leones-Pico & Márquez-Toala (2020), elaboraron el estudio “El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. Revista Científica FIPCAEC” (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables). Polo de Capacitación,

Investigación y Publicación (POCAIP), 5(4), 72-90. El autor concluyó que, para el desarrollo productivo, es crucial que el desempeño del emprendedor, quien tiene que demostrar habilidades para enfrentar escollos que no permiten la continuidad de la empresa, en este caso, en la situación difícil de la pandemia COVID-19. Cabe resaltar que el emprendimiento en tiempos de pandemia ha permitido que se genere empresas, donde se requirió recursos, como activos tangibles y activos intangibles, pero se debe tener conocimiento de los recursos y el mercado, que implique que se analice el producto servicio que ofertarán, así como el tipo de mercado objetivo.

Hormazábal (2020) elaboró el estudio “Inmigración y emprendimiento: estudio comparativo de los colectivos colombianos y chilenos en España y de los colectivos colombianos y españoles en Chile”, en la Universidad de Almería, España. El autor concluyó que, el tema del emprendimiento a través de la historia es una fuerza de cambio radical como resultado de la pandemia, los emprendedores fueron motivados de manera obligatoria a cambiar sus negocios, asumieron riesgos, pero con responsabilidad, los emprendedores con cualidades y responsabilidad para enfrentar la pandemia de manera eficaz con innovación y creatividad, proactividad, a mayor fortalecimiento del emprendedor habrá mayor generación de entes económicos, y estos aumentan mejorará en gran medida el desarrollo económico del país. En Ecuador, con respecto a los factores del entorno, si cuenta con fundamentos normativos que estimulan la generación de empresas, así como se nota que está aumentando la cultura empresarial.

Rodríguez-Aguilar, Reina-Pinargote, Rodríguez-Moran, y Cañarte-Quimis, (2020), elaboraron el estudio “Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento poscovid-19”. El estudio fue de tipo descriptivo. El autor concluyó que el emprendimiento es muy relevante en la actualidad, y ha permitido que se genere nuevos emprendimientos, debido a que muchas personas naturales o jurídicas que tenían un negocio han

tenido problemas de economía graves, a tal punto que tuvieron que despedir a todos sus trabajadores. Pero lo preponderante de que se generen estos nuevos emprendedores hace que se regenere la economía y están relacionados con la creatividad e innovación, con la implementación de tecnología.

2.1.2 *Antecedentes de la investigación a nivel nacional*

Arenas (2019) investigó el estudio “Relación entre nivel de cultura financiera y grado de emprendimiento en transportistas del entorno terminal terrestre, Arequipa 2018”, para obtener el grado de maestría en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. El estudio concluyó que hay un grado de emprendimiento regular (56,1 %). Entre cultura financiera y emprendimiento se halló $P=0,000$ y $R= 0,538^{**}$, lo que determina que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables. Al respecto, todo emprendimiento requiere inversión; entonces los que quieren emprender un negocio tienen que tener un capital para empezar un negocio o hacer diligencias para obtener un crédito en una financiera o microfinanciera; por ello, se determina que el emprendimiento aumentará si se tiene una sólida cultura financiera, es decir, ahorrar o conseguir recursos dinerarios para emprender un negocio.

Quilia (2020) elaboró el estudio “Desafíos en la gestión empresarial de las MYPES en tiempos de COVID-19”, tesis para obtener el grado de maestría en la Universidad César Vallejo. El estudio concluyó que el Covid-19 ha hecho revelar las deficiencias del empresario peruano, debido a que las personas ya tienen un negocio no han estado preparados para cualquier situación de contingencia; por ello se requiere que ellos cuenten con competencias de gestión administrativa, donde se tiene la primera fase de planificación, entonces es perentorio que promuevan estas competencias de planificación que aprendan a realizar planes de contingencias para que su empresa sobreviva. Por tanto, tal situación de enfrentar este tipo de escollos

es un desafío que solo se solucionará con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores, pero cumpliendo la normatividad a todo nivel.

Fababa, Gutiérrez, e Ique (2021) elaboraron el estudio “El control preventivo en la optimización de la gestión empresarial del sector industrial post Covid-19 en la ciudad de Pucallpa 2020”, tesis para optar el título de contador público en la Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa. El estudio concluye que la optimización de la gestión empresarial está en función de que se desarrolle un buen control preventivo. Al respecto, es crucial que, para que la empresa no fracase en tiempos de contingencia, deben poseer una cultura de prevención o desarrollar un control preventivo sólido, tener información actualizada, contar con planes de prevención o planes de contingencia, organización del trabajo, identificar riesgos, desarrollar permanentemente la evaluación del contexto económico y político. Contar con planes y presupuestos listos para enfrentar alguna contingencia.

Albán, Carbonell, Lazarte, Martino, y Moreno, (2020) elaboraron el estudio “Modelo de negocio jabón antibacterial emprendimiento Covid 19”, debido al contexto del Covid 19”, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El autor concluyó que la propuesta de negocio es atractiva y viable debido a que las personas no cuentan con los insumos necesarios para una correcta rutina de higiene fuera de casa. Este modelo de negocio en el medio ambiente ha causado un impacto positivo. Lo importante que, para concretizar este proyecto, se tuvo que hacer la verificación de su viabilidad, en todos los niveles, como financiero, sobre todo, pero con la utilización del Marketing, por ello es crucial que, para emprender, se tiene que tener competencias profesionales en la gestión administrativa y en marketing, tiene que estar listos para los desafíos y asumir los riesgos con responsabilidad.

2.1.3 *Antecedentes de la investigación a nivel local*

Ramírez y Campos, (2021) elaboraron el estudio “Microempresas en pandemia: una aproximación desde el discurso del emprendedor”. Economía y Negocios, Vol. 02 N° 02 (2020) (22-31) ISSN-L 2708-6062 © Fondo Editorial - Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna – Perú. El estudio concluyó que la pandemia del COVID-19 tuvo una desfavorable influencia en la actividad de las micro y pequeñas empresas, reflejando en que ya no tenía ingresos por tener ventas, pues tenían que tener cerrados sus puestos o tiendas. Al respecto, se indica que en el contexto de la pandemia muchas microempresas no estaban preparadas para afrontar este tipo de problemas, no habían hecho planes de contingencia, por lo menos tener un fondo de contingencia, por lo que la mayoría de las microempresas han cerrado y ahora siguen cerrando, pero otras se han reinventado, es decir, han cambiado su giro de negocio de acuerdo a las demandas más altas que presenta el contexto.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1 *Emprendimiento*

2.2.1.1 **Definición.**

La etimología del término proviene del francés “entrepreneur”, que significa pionero, es decir, persona que da los primeros pasos en alguna actividad humana. Cabe precisar que el término entrepreneur, procedente del francés, engloba tanto al emprendedor como al empresario.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), considera que contribuye al desarrollo económico el emprendimiento, debido a que genera más empleos y dinamiza la economía en gran medida, por ello desde las instituciones relacionadas al tema, como por ejemplo el Ministerio de la Producción, las universidades públicas, el colegio de

administradores deben coadyuvar a promover esta actividad de gran relevancia dando capacitaciones, asesorando, entre otros. Para el GEN, el emprendimiento se presenta cuando determinadas personas que tienen necesidad o espíritu de generar cambios desarrollan sus destrezas o habilidad para generar nuevos entes organizativos; para ello deben contar con apoyo financiero o tener ahorros para contar con un buen capital financiero. Es evidente que el emprendimiento hace que se movilice la economía; por ello los gobiernos de los diferentes países han redireccionado sus políticas hacia el fomento del emprendimiento innovador. Desde hace décadas la labor de emprendimiento es reconocida por la sociedad.

2.2.1.2 Factores que influyen en el emprendimiento.

De acuerdo a Rivera (2016) para comprender teóricamente el emprendimiento, debe atenderse a la Teoría de Creación de Empresas (TCE), donde se consideran tres importantes campos, como: La creación de organizaciones empresariales por independientes empresarios, o cuando las empresas existentes comienzan con nuevos proyectos, incluye el contenido, el desarrollo de los entes económicos y la dirección, así como la gestión de las empresas familiares (Veciana, 1999).

2.2.1.3 El capital humano emprendedor

Es el factor clave y se refiere a las personas que poseen vocaciones y motivaciones específicas para emprender y lograr un camino de significativo crecimiento. En primer lugar, es importante destacar que las condiciones sociales en los hogares de los emprendedores desempeñan un papel significativo en las primeras etapas de formación de sus valores y actitudes. Esto se convierte en un factor crítico que influye en el desarrollo de sus motivaciones para emprender, especialmente debido a la influencia de modelos de rol cercanos en sus vidas.

2.2.1.4 El emprendedor y el emprendimiento

Un emprendedor es una persona que se apega a la innovación, es decir, tiene una actitud positiva al cambio para bien, y desde el punto de vista económico la persona procura de manera significativa un cambio y para ello tiene la destreza de cambio, que explota las oportunidades y que combina de manera adecuada los recursos para crear algo nuevo (Saxena & Sethi, 2006). El emprendedor, entonces, se convierte en un cambio primordial de la dimensión económica y para conseguir sus objetivos aplica las técnicas de autogestión (Eruh Ossai-Igwe & Mohd Sobri, 2011).

Existen dos tipos de emprendedores, los tecnológicos y los de negocios. Los emprendedores de negocios, mediante la permanente innovación, buscan las ganancias, la rentabilidad, el lucro (Zahra & Nambisan, 2012). Los emprendedores tecnológicos, está en función de las personas que conocen las tecnologías de información, y de la administración del talento humano.

2.2.1.5 El proceso emprendedor

De acuerdo a Parra (2017), el proceso de creación de una nueva organización empresarial es parte del proceso emprendedor, que considera diferentes fases, si no que avanzan de manera progresiva, las cuales, se presentan en la siguiente tabla, y son:

Tabla 2*Etapas del proceso emprendedor*

Nro.	Etapa	Contenido
1	La identificación y evaluación de la oportunidad:	Una buena ocasión de negocio no aparece generalmente de forma espontánea, por lo que hallar la misma es más bien el resultado de la vigilancia de posibilidades o el establecimiento de mecanismos que identifiquen oportunidades potenciales.
2	La planificación de negocios:	Es un paso crucial para poder aprovechar adecuadamente la oportunidad a definir. Esta etapa requiere mucho tiempo del proceso emprendedor, ya que un empresario, por lo general, no tiene preparado un plan de negocios y no tiene los recursos disponibles para prepararlo completamente. Sin embargo, esta tarea es importante para la determinación de los recursos requeridos, la obtención de esos recursos y gestionar con éxito la empresa resultante.
3	La determinación de los recursos necesarios:	Se deben determinar los recursos necesarios para hacer frente a la oportunidad, así como determinar si este proceso se inicia con una evaluación de los recursos actuales del empresario. Todos los recursos que son fundamentales deben diferenciarse de los que son simplemente útiles, pero además se debe tener cuidado de no subestimar la cantidad de variedad de recursos necesarios. Los riesgos relacionados con recursos insuficientes o inadecuados también deben ser evaluados.
4	La gestión de la empresa resultante:	Después de captar los recursos económicos, el empresario debe utilizarlos para poner en práctica el plan de negocios. Los problemas operativos de la empresa en crecimiento también deben ser examinados, lo cual implica la aplicación de un estilo de gestión y estructura, así como la determinación de las variables claves para el éxito. Un sistema de control debe ser establecido para poder identificar y resolver en el menor tiempo posible las áreas problemáticas.

Nota. elaboración propia

2.2.1.6 Competencias generales asociadas con el emprendedor.

A continuación, en la siguiente tabla se presenta las competencias generales asociadas con el emprendedor:

Tabla 3*Competencias generales asociadas con el emprendedor*

Autor	Año	Características
Fuentes García y Sánchez Cañizares	(2010)	Factores psicológicos, formación, experiencia, demográficos.
García R., Martínez C. y Fernández G.	(2010)	Experiencia previa, formación, riesgo, inexistencia de miedo al fracaso, necesidad de logro, control interno, autonomía, independencia, conocimiento, educación, imagen social.
Barba-Sánchez y Atienza Sahuquillo	(2012)	Compromiso.
Tsirikas et al	(2012)	Confianza, constancia, previsión, honestidad, toma de riesgos, liderazgo, deseo de poder, creatividad, capacidad de comunicarse, tolerancia a la ambigüedad, independiente, oportunidad, autoconfianza.
Ferreira et al	(2012)	Tolerancia a la ambigüedad, necesidad de logro, autoconfianza, control.
Edgerton y Roberts	(2014)	Innovación, motivación al logro.

Nota. Rivera (2016)

2.2.1.7 Perfil del emprendedor

A continuación, en la siguiente tabla se presenta el perfil del emprendedor:

Tabla 4*Perfil del emprendedor*

Valores	Honestidad, madurez, confianza, integridad, ética.
Emociones	Sensibilidad, satisfacción, optimismo.
Habilidades	Comunicación interpersonal, buenas relaciones, liderazgo, comprometido, empatía y confianza en los empleados.
Potencial	Buscador de oportunidades, competitivo, Autoconfianza.
Cualidades	Asunción de riesgos, innovador y la capacidad de concentrarse en objetivos Claros.
Rasgos de personalidad positivos	Tolerante frente a la incertidumbre, paciente, creativo, persistente.

Nota. Rivera (2016)

2.2.2 *Cultura de emprendimiento*

2.2.2.1 **Definición**

De acuerdo a Espinoza y Peña (2012), la cultura de emprendimiento es la agrupación de valores, creencias, hábitos, costumbres que comparte un grupo de personas para generar empresas, para ello están los emprendedores que aprovecha oportunidades, y que es líder y gestiona los riesgos, todo ello hace que haya valor social que beneficia al emprendedor, a la economía y a la sociedad, entonces, se puede indicar que las personas emprendedoras poseen características que las distinguen del resto.

Las personas que tienen una cultura emprendimiento, se da cuando de manera voluntaria demuestran iniciativa a través de los planes o proyecto de negocios, basado en una correcta identificación de oportunidades en el mercado, y formalizarse, para contribuir con el desarrollo económico a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias; entonces es evidente que los emprendedores deben tener competencias de creatividad e innovación.

La cultura del emprendimiento es una competencia, o sea, los conocimientos, actitudes y habilidades que permiten, por un lado, con una actitud positiva adaptarse a los cambios y; por otro, ser uno mismo agente de cambios en el entorno personal o social. Al respecto, es fundamental que, en Perú, desarrollen estrategias para elevar la cultura de emprendimiento y, de esta manera, generar más empresas. Para ello, debe existir una articulación dinámica entre las universidades públicas y privadas, el Ministerio de la Producción y otros entes inherentes a la generación de empresas que permita el desarrollo económico del país, y lo más importante que genere empleado.

En la sociedad actual, la cultura de emprendimiento es una esencial competencia, que contribuye a que las personas que emprenden un negocio les permita crecer de manera individual y, si un grupo emprende de manera colectiva.

2.2.3 *Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia*

2.2.3.1 **Definición**

La pandemia actual -COVID19 obligó a que los gobernantes de las diferentes naciones tomen decisiones económicas severas para reducir los efectos de la referida pandemia. Ante ello surge con más énfasis los emprendedores, quienes deben acomodarse al contexto para contribuir en alguna medida con la recuperación económica; sin embargo, diversos factores imposibilitaron resurgir como empresa, como por ejemplo el acceso al financiamiento. Es relevante señalar que el individuo a cargo del emprendimiento es alguien con conocimientos en esta área, capaz de identificar oportunidades que no son evidentes a simple vista. El emprendedor es una persona que posee competencias para desarrollar la creación de proyectos y después hacerlos realidad, y lo adiciona con la innovación y la creatividad, pero se hace necesario un factor importante para movilizar los procesos de negocio que es la tecnología, entonces el emprendedor debe poseer competencias tecnológicas, ya que en este contexto de virtualidad se exige la utilización de las TICs y si no las tiene contratar para su empresa una persona especialista (Formichella, 2004).

El aporte de Drucker (1986) basado en una teoría económica y social le da el significado de empresario innovador a los emprendedores, hace notar la relevancia de los constantes y permanentes cambios de los fenómenos son normales y es signo de una situación saludable que permiten la mejora; entonces, en ese contexto debe identificarse las oportunidades, para actuar y generar ideas y hacerlas realidad, y combinando la creatividad

y la innovación, se conseguirá el éxito organizacional del negocio generado por el emprendedor, quien debe tener competencias gerenciales y técnicas.

Los emprendedores, en su mayoría generalmente, se caracterizan por una fuerte intuición, que le permite que identifiquen las oportunidades de negocios rentables y, de manera anticipada, se apoyan de ideas de otros actores del mercado (Barón, 2004; Nicolás, Rubio, & Fernández, 2019). Así, siguiendo a Schumpeter (1911), da a entender que es muy importante que en tiempo de crisis posibilita hallar bastantes oportunidades, lo que se está dando en el contexto actual. Entonces es evidente que lo sostenido por Schumpeter (1911) ha sobresalido de manera acentuada, y por más que los gobiernos se están esforzando por atender tal situación y hacer que se recupere el país, pero probablemente por no comprender de manera adecuada el alcance de la crisis, no podrán dinamizar los primordiales recursos (Haeffele et al., 2020). Cabe indicar que es crucial que se tenga en una agenda pública tal aspecto, así como eliminar las barreras al emprendimiento (Haeffele et al., 2020).

Por lo tanto, la cultura de emprendimiento es la agrupación de hábitos, valores, creencias, costumbres que comparte un grupo de personas hacia la creación de empresas en tiempos de crisis, ocasionado por la pandemia COVID-19, donde los emprendedores han tenido que cambiar su giro de negocio y tienen que enfrentar diferentes desafíos, como: financieros, tributarios, entre otros, para poder sobrevivir empresarialmente.

2.2.3.2

Caracterización.

a) Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia

Considera si la organización sigue operando de manera normal, o por teletrabajo, o ha cerrado temporalmente por decisión administrativa, o ha cerrado definitivamente.

En cuanto a la situación actual de la demanda, se verifica si la organización se ha visto afectada la demanda de sus productos/servicios durante la situación de confinamiento y otras medidas. Puede ser que ya no haya habido demanda de sus productos o servicios. La situación del personal, si es que tiene personal en caso de tener trabajadores contratados, si continúan con normalidad, si hubo despidos, entre otros.

b) Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia

En cuanto a los desafíos tecnológicos, se considera la digitalización en las organizaciones, que es un aspecto clave que permite una comunicación eficiente que hace que se dinamice la operatividad de la organización empresarial; asimismo que estas tengan acceso a un mercado competitivo y abierto. Por ello, los empresarios deben contar con suficientes recursos financieros para adquirir equipos innovadores, sobre todo de computación.

Con respecto a los desafíos financieros, se indica que, la rápida propagación de la COVID-19, ha tenido un impacto negativo en los mercados financieros a nivel mundial, lo que ha ocasionado grandes riesgos, entonces todos los inversionistas han tenido fracasos, es decir, sufrieron importantes pérdidas en muy poco tiempo. Precisamente, el brote ha tenido claros impactos económicos significativos. La pandemia, como ya es sabido, ocasionó el aumento del desempleo y gran número de quiebras comerciales, de manera significativa (Zhang, Hu, & Ji, 2020 citado en Nicolás y Rubio, 2020).

Asimismo, según Benites (2016), hay desafíos financieros contables que debe hacer frente los gerentes, directores o responsables de las organizaciones empresariales, como:

- Empresa en marcha y liquidez

Actualmente, se necesita una evaluación de la empresa con la finalidad que, si puede proseguir o no funcionando, entonces la gerencia requiere información sobre su liquidez, rentabilidad, su capital de trabajo, entre otros, para tomar decisiones acertadas y poder sobrevivir, entonces se tiene que conocer si cuenta con suficiente liquidez, y contar con planes preventivos o de contingencias para enfrentar tal problema.

- Evaluación del deterioro de activos de largo plazo

En el contexto de paralización e incertidumbre, la mayoría de las organizaciones empresariales deben hacer la evaluación del potencial del deterioro de sus activos fijos e intangibles que se hayan destinado para su operatividad.

- Contratos de arrendamiento

Ante las interrupciones temporales y la disminución de la actividad comercial de las organizaciones empresariales, podrían sufrir alteraciones a sus términos contractuales iniciales, previo acuerdo entre el arrendador y arrendatario, los contratos de arrendamiento, con el propósito de dar beneficios a los arrendatarios. Los diferentes tratamientos pueden tomar en cuenta la modificación de los contratos que estará en función de si se afecta el alcance de los activos o se hace, según el plazo remanente del contrato de arrendamiento, la modificación de futuros pagos futuros (Benites, 2016).

- Modificaciones de contrato de deuda

Tal aspecto se suscita cuando por motivo, en este caso del covid-19, los entes empresariales han sido afectados con la elevación de costos y también se redujo sus ingresos, en otras palabras, su liquidez; entonces las entidades microfinancieras y financieras hacen la modificación de los contratos de préstamos y conseguir dispensas si no se cumple con los convenios de deuda. De todas maneras, debe existir una evaluación de los contratos y si corresponden se modifica de manera sustancial, entre otros.

c) Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia

Los emprendedores deben poseer conocimientos, habilidades, y actitudes sobre cómo generar una empresa, la gestión de la empresa, el liderazgo para orientar la empresa, afrontar conocer los riesgos, y uno de los aspectos importantes es sobre la aplicación de las normas tributarias.

d) Cualidades del emprendedor en tiempos de pandemia

Considera los atributos que deben tener los emprendedores en tiempos de pandemia, como: consideraciones del riesgo, creatividad e innovación, proactividad, búsqueda de información.

Entonces se explica a continuación lo siguiente:

- **Consideración del riesgo:**

Capacidad de comprender los posibles escenarios y deseados para conseguir los objetivos, que permite la evaluación y definición de acciones para las situaciones que se puedan presentar (Galindo y Echavarría, 2011).

- **Creatividad e innovación:**

Capacidad de la generación e implementación de nuevas ideas para dar la solución de un problema, para que en el mercado sean aceptadas (Galindo y Echavarría, 2011).

- **Proactividad:**

Capacidad de toma de decisiones para hacer cambios y progresar de manera positiva, para conseguir objetivos.

- **Búsqueda de información:**

Capacidad de hallar datos y fuentes y datos para la recopilación de información que se requiere en una determinada situación o escollo.

2.2.3.3 Propuestas de Política Pública – Perú para emprendedores.

Las 5 principales prioridades de política pública declaradas por los emprendedores peruanos son las siguientes:

Tabla 5

Propuestas

Nro.	Propuestas
1	Disminución de impuestos que aplican a las empresas (Pymes)
2	Creación de Centros de Desarrollo Empresarial para capacitar, asesorar a nuevas empresas
3	Simplificación de trámites y costos para los procesos y calidad, registro y exportación 4º Incentivos tributarios para inversión en I+D empresarial
4	Creación de nuevos instrumentos públicos financiamiento para las PYMEs

Nota. Propuestas de políticas públicas

2.2.4 *Generación o creación de empresas*

2.2.4.1 **Teoría**

Las más recientes teorías de la empresa se apoyan sobre la idea de la persona emprendedora innovadora, quien es una persona que crea una organización como forma de cambiar la economía. No obstante, dejará de ser emprendedor y se convertirá en propietario de la nueva organización o venderá la nueva empresa a inversores externos, cuando el emprendedor tenga éxito en la consolidación de la empresa (Spulber, 2014). Por tanto, se convierten en actores esenciales de la economía los emprendedores, les

devuelve el protagonismo como creadores de mercados y de cómo las empresas hacen contribución a la economía, siendo el nivel de acceso al mercado un esencial fundamental para comprender las ventajas comparativas de las nuevas empresas y las ya consolidadas (Schnabl et al, 2010).

Últimamente, la creación o generación de empresas y, esencialmente, la identificación de oportunidades, son consideradas como actos creativos e innovadores; por tanto, es necesario que se reconozca la relevancia del emprendedor y se debe analizar como factor del crecimiento económico y desarrollo sostenible (Schumpeter, 2003).

2.2.4.2 Definición

El crecimiento económico inquieta a: gobiernos, Administraciones Públicas y la sociedad en general, quienes se han interesado por la creación o generación de empresas como vía de solución a tres principales problemas:

- ✓ Generación de empleo
- ✓ Innovación empresarial, y
- ✓ Desarrollo económico

Se considera los responsables del desarrollo económico de una región o país, son las empresas y sus emprendedores, por tanto, existe diversas variables que afectan la creación y el desarrollo de nuevos entes organizacionales, estos factores son de dimensión cultural, legal, entre otros (North, 1993). Al respecto, actualmente en Perú, lo que dificulta en ocasiones el no generar negocios es falta de liquidez o poseer un capital, porque no tienen acceso a préstamos; y por parte, el Estado debe desarrollar un seguimiento del cumplimiento de las políticas y normas que fomentan el emprendimiento.

A continuación, se presenta, en la siguiente tabla, conceptos de la empresa nueva:

Tabla 6*Conceptos de empresa nueva*

Autor	Año	Concepto de empresa nueva
Graña, F. y Gennero de Urearte, A., 2004	2004	Organización que surge a partir de la percepción de oportunidades empresariales que se aplican por parte de emprendedores según la actividad, estructura, condiciones de mercado y tecnología.
Veciana J.M., 2005	2005	Organización con posibilidad y capacidad de producir bienes o prestar servicios para satisfacer necesidades humanas, controladas por el empresario a través de cuatro elementos: oportunidad, factores de producción, mercado y estrategias.
Böheim, R., et al, 2009	2009	Organizaciones que identifican y aplican ideas innovadoras para promover nuevos puestos de trabajo y mayor competitividad en la industria

Nota. Rivera (2016)

De acuerdo a Rivera (2016), es fundamental analizar teóricamente lo que necesita un emprendedor para crear su empresa. De los investigadores antes citados se pueden observar varios elementos que coinciden.

Desde la perspectiva teórica, en el proceso de creación de la empresa, los más relevantes son: oportunidad, recursos, mercado, estrategias y factores del entorno. Se considera al emprendedor como creador de la nueva empresa. Este debe poseer características, habilidades, conocimientos y motivación que fusionados pueden asegurar el éxito de la nueva empresa (Veciana, 2005).

a) La oportunidad

El inicio cuando una persona quiere generar una empresa nueva es la Idea empresarial, y esta persona debe poseer habilidades de emprendimiento con el propósito de hacer la identificación de oportunidad para satisfacer un sector del mercado que no está atendido por la competencia; por tanto, el producto o servicio a ofertar tendrá consecuencias

prontas, después se desarrolla y se hace la explotación de la oportunidad, y hará una combinación de recursos de manera eficiente, desarrollando estrategias que permita la optimización de la empresa, donde se dinamicen la conjugación de sus participaciones, de los actores, como usuarios, consumidores vendedores, entre otros.

La construcción de oportunidades tiene tres dimensiones: los atributos del emprendedor o de la persona, como la persona que se hace el análisis de la experiencia formación, experiencia o motivaciones para que concrete su idea de negocio en un proyecto. Por lo que se analizará, de acuerdo al nivel de innovación y conocimiento, como se hará la ejecución del proyecto del emprendedor. Y finalmente, la inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno, ya que de esto está en función de conseguir información o recursos que permitan la identificación y la validación de la oportunidad de emprendimiento.

b) Recursos

Para la ejecución de las valiosas estrategias, son necesarios de manera categórica los recursos, ya que de ello dependerá también el generar organizaciones empresariales. Existen recursos tangibles e intangibles como las patentes, las marcas, entre otros, pero los emprendedores que generan negocios deben combinar adecuadamente sus recursos para conseguir el éxito organizacional (Guerras y Navas, 2007).

c) Mercado

Es la agrupación de demandas y ofertas, relacionadas a un bien o servicio. O sea, la demanda y la oferta deben ser consideradas por empresas nuevas empresas. Los emprendedores tienen que hacer el análisis del producto o servicio que ofertarán, y tendrán que determinar a qué clase de mercado quieren llegar, como, por ejemplo: regional, nacional, entre otros, y quiénes serán los que les compren sus productos o servicios (Priem y Carr, 2011).

d) Estrategias

Dentro del proceso de la creación de empresas, está el diseñar estrategia que deben relacionar con el entorno para que la organización empresarial consiga más clientes que le permita elevar sus ventas y de esta forma generar más rentabilidad, Entonces los emprendedores deben poseer competencias gerenciales y tecnológicas.

Cabe indicar que, para conseguir una ventaja competitiva es indispensable el diseño adecuado de estrategias para hacer frente a la competencia, para ello se requiere relacionarse con el entorno para que se capte más clientes (Besanko, Dranove, Shanley y Schaefer, 2010).

d) Los factores del entorno

Proceso y etapas de la creación de empresas

La generación o creación de empresas surge el empresario/creador cuando una persona hace la creación del valor, riqueza y empleo, entonces requiere recursos que se encuentran en el mercado para la generación del valor al cliente, donde se incorpora la filosofía del marketing para conseguir su satisfacción y fidelización, (Acs, Audretsch, Braunerhjelm, & Carlsson, 2012,) en su plan de negocio, fusionando la pasión y la gestión en el proceso empresarial.

Iniciativas que propician el desarrollo empresarial

La generación de empresas o la existencia de los emprendedores también se puede viabilizar por medio de incubadoras de empresas, cuyos responsables pueden ser las universidades y las empresas, pero es crucial la definición de actividades a desarrollar en los procesos de gestión de proyectos. (Parra Villanueva, & Fleitas, 2010). A continuación, en la siguiente tabla, se presenta las iniciativas que propician el desarrollo empresarial.

Tabla 7*Iniciativas que propician el desarrollo empresarial*

Emprendedor	Empresario
<p>Palabra de origen francés <i>entreprenuer</i> (pionero, arriesgado, innovador, líder, creativo). Principales precursores con enfoque académico: Schumpeter, Howard Stevenson, Kirzner.</p> <p>Schumpeter: El emprendedor genera inestabilidad en el mercado debido a sus combinaciones e innovaciones. Inicia cambios y genera nuevas oportunidades. Su especialidad explotar inventos nuevos o técnicos no convalidados.</p> <p>Schumpeter: El emprendedor genera inestabilidad en el mercado debido a sus combinaciones e innovaciones. Inicia cambios y genera nuevas oportunidades. Su especialidad explotar inventos nuevos o técnicos no convalidados.</p> <p>Schumpeter: El emprendedor genera inestabilidad en el mercado debido a sus combinaciones e innovaciones. Inicia cambios y genera nuevas oportunidades. Su especialidad explotar inventos nuevos o técnicos no convalidados.</p>	<p>Etapa posterior del proceso emprendedor. Arte de hacer, gestionar y desarrollar una empresa representativas: Shapero, Timmons y Gibbs.</p> <p>Shapero: analiza desde dos enfoques: Evento empresarial y Empresario. Con 5 características: toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa, toma de riesgos. Su modelo en 2 percepciones: Deseabilidad (valores y experiencia) y Factibilidad NO INCLUYE innovación, creatividad y aprendizaje.</p> <p>Timmons Lo define como un evento creativo, líder, visionario, creativo, dinámico, complejo. Las dimensiones de su modelo se basan en recursos, oportunidad y equipo empresarial. Es integral y holístico (acción permanente). Se afecta por fuerzas externas: ambigüedad, incertidumbre y lo combate con: comunicación, creatividad y liderazgo. NO INCLUYE investigación, formación, desarrollo y aprendizaje.</p> <p>Gibbs: Establece relación: evento empresarial-cultura-educación. Su modelo tiene 4 componentes: motivación/determinación; idea/mercado; recursos y habilidades. NO INCLUYE investigación, formación, desarrollo y aprendizaje.</p>

Nota. Villanueva, & Fleitas, 2010

2.2.4.3 Marco normativo para promover la generación de empresas

a) **Decreto Legislativo N° 1332** Decreto legislativo que facilita la constitución de empresas a través de los centros de desarrollo empresarial, decreto legislativo que optimiza los procesos de asesoría y asistencia técnica en el inicio de un negocio.

Tabla 8

Decreto Legislativo N° 1332 Decreto legislativo que facilita la constitución de empresas

Artículos	Contenido
Artículo 1.- Objeto	El presente Decreto Legislativo tiene como objeto optimizar los procesos de asesoría y asistencia técnica en la constitución de una empresa a través de los Centros de Desarrollo Empresarial - CDE calificados y autorizados por el Ministerio de la Producción, a fin de promover la formalización empresarial.
Artículo 2.- Centros de Desarrollo Empresarial	Se faculta al Ministerio de la Producción a calificar y autorizar Centros de Desarrollo Empresarial – CDE a toda institución pública o privada, así como a los notarios. Dichos Centros operan como plataformas físicas y/o digitales que facilitan la constitución de personas jurídicas, conforme a la regulación prevista en la Ley N° 26887, Ley General de Sociedades, y demás disposiciones aplicables, para la formalización y desarrollo empresarial.
Artículo 3	Facilitación del servicio de asesoría y asistencia técnica en la constitución de una empresa a través de los CDE. La constitución de personas jurídicas dedicadas a la actividad empresarial a través de un Centros de Desarrollo Empresarial – CDE se realiza utilizando herramientas tecnológicas o medios electrónicos, que interconecten a Superintendencia Nacional de Registros Públicos - SUNARP, Registro Nacional de Identificación y Estado Civil - RENIEC, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT y a las notarías.

Nota. Elaboración propia

b) La Constitución del Estado de 1993, considera lo siguiente:

Tabla 9*Constitución del Estado de 1993*

Artículos	Contenido
Artículo 58	La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado.
Artículo 59	El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de empresa. El Estado promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.
Artículo 60	El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Nota. Elaboración propia

a) Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña empresa

Tabla 10*Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña empresa*

Artículos	Contenido
Artículo 4	Política estatal El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, y establece un marco legal e incentiva la inversión privada
Artículo 5	Lineamientos estratégicos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados. ✓ Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las MYPE. ✓ Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las MYPE. ✓ Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.
Artículo 25	Modernización Tecnológica El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología – CONCYTEC promueve, articula y operativiza la investigación e innovación tecnológica entre las Universidades y Centros de Investigación con las MYPE Art. 27° Oferta de Servicios Tecnológicos El Estado promueve la oferta de servicios tecnológicos orientada a la demanda de las MYPE, facilitando el acceso a Centros de Innovación Tecnológica o de Desarrollo Empresarial, a Centros de Información u otros mecanismos o instrumentos.

Nota. Elaboración propia

Asimismo, la pandemia Covid 2019 es un problema que ha afectado y continúa afectando a la población, y sobre todo a las organizaciones empresariales, en cuanto a su liquidez; y por ello, ante esta contingencia se evidenció que los empresarios no estaban preparados para enfrentar el problema. Se paralizó la mayoría de las actividades empresariales, y las empresas sufrieron la falta de liquidez, así como tuvieron que despedir a sus trabajadores, por esta razón es fundamental preguntar en qué medida las MyPEs en Perú están preparadas para hacer frente a nuevos retos emergentes en la gestión empresarial. Pero, se destacan, también, las nuevas normas por parte del Estado que se emitieron en el año 2020, según la siguiente tabla:

Tabla 11

Normas que han promovido la reactivación económica en Perú

Nro.	Normas relacionadas a la reactivación económica	Objetivo	Para :
1	Bono independiente DU N° 33-2020	Subsidio de S/. 380.00 en favor de 780 mil hogares	Trabajadores independientes
2	Micro empresas DU N° 38-2020	Subvención de S/ 760.00 mensuales por 3 meses para pagar a sus colaboradores	Emprendedores
3	Planilla 35% DU N° 38-2020 DU N° 35-2020	Subsidio a las nóminas de las empresas que posean colaboradores con sueldos mensuales hasta S/ 1500.00	Empresas
4	FAE MYPE RM N°124-2020-EF/15	Fondo administrado por COFIDE que avala a las MyPE acceso a nuevos créditos para capital de trabajo.	MyPEs
5	Reactiva Perú DL N° 1457	Créditos por más de S/ 30,000 millones, para empresas que posean calificación normal.	Empresas

Nota. la Tabla presenta Normas que han promovido la reactivación económica en Perú extraído del Diario Gestión (2020)

El Estado decidió reducir esta problemática con medidas de reactivación económica en favor de las MyPEs para contribuir a que se garantice su liquidez a corto plazo; pero no todas las organizaciones empresariales se beneficiaron, lo que les dificultó resurgir nuevos protocolos de seguridad. Por tanto, en este contexto actual aún no hay

recuperación de la actividad económica, las MyPEs tendrá que adaptarse a esta nueva realidad y, obligatoriamente, tendrán que reinventarse; y el Gobierno, deberá emitir nuevas políticas económicas para enfrentar la pandemia; lo que implica que tomen buenas decisiones tanto los emprendedores y el Estado.

2.2.4.4 Impacto de la pandemia del COVID – 19 en Perú.

a) Estudio del impacto de la pandemia del COVID -19 en las dimensiones Institucional, Ecosistemas e Individuo del Emprendimiento de Base tecnológica en Perú.

Tabla 12

Estudio del impacto de la pandemia del COVID -19 en las dimensiones Institucional, Ecosistemas e Individuo del Emprendimiento de Base tecnológica en Perú.

Ranking internacional	Ranking américa latina	País	
23	1	Colombia	41,09
25	2	Chile	37,66
32	3	Costa Rica	31,97
40	4	Perú	25,03
42	5	Argentina	22,41
44	6	Panamá	21,84
48	7	Bolivia	20,32
50	8	Uruguay	19,28
52	9	República Dominicana	18,87
54	10	Guatemala	17,77
55	11	El Salvador	17,61
56	12	México	17,21
57	13	Venezuela	15,65
61	14	Ecuador	9,69
63	15	Brasil	2,53

Nota. Tabla Capital humano emprendedor. Ranking 2019 América Latina. Condiciones sistémicas para el emprendimiento en américa latina 2019 Emprendimientos y digitalización: una agenda común de posibilidades y desafíos.

Perú ocupa a nivel internacional en cuanto al ranking de capital humano emprendedor de base tecnológica en el 40avo lugar y en América Latina en cuarto lugar.

b) Creación de empresas en el año 2020 en Perú

Tabla 13

Creación de empresas en el año 2020 en Perú

En Perú	Qué pasó	Cantidad
Al final el año pasado, la cantidad de organizaciones empresariales	aumentó	2,77 millones
Durante la pandemia	cerraron poco más de	45 000 empresas
A pesar de la severidad de la crisis económica, al cierre del 2020 el stock de empresas existentes	ascendió	2 777 424, es decir, crecimiento de apenas 1,6% respecto al 2019

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021), tabla diseñado por el investigador

Cabe resaltar que, durante el año, confluyeron en la reducción del dinamismo de años anteriores la caída del PBI de 11,1 % y las medidas de confinamiento parcial y total. En el año 2019, el número de entes económicos ascendió en 14,3 % en 2019, tal aspecto fue superior en los últimos siete años y, entre el 2014 y 2018, fue de 6,1 % promedio anual la tasa de crecimiento.

El concepto que describe se define por el "flujo neto de empresas creadas en un período", el cual resulta de la diferencia entre el número de nuevas empresas que se establecieron o reincorporan al mercado y aquellas

que dejan de operar de manera permanente o eligen una suspensión temporal. Además, este cálculo incluye las organizaciones que experimentan un cambio en su estructura legal, especialmente de persona natural sin negocio a persona natural con negocio, o viceversa. En el año 2020, fue negativo este último flujo, debido a que la cantidad de personas naturales con negocio fue alta, y estas personas naturales pasaron a persona natural sin negocio, y; sin embargo, el referido saldo fue positivo en el año 2019.

La creación de una empresa es una decisión proveniente de una oportunidad percibida de negocio o también dando respuesta a la falta de empleo o de un bajo ingreso laboral. Entonces, ante este contexto actual de crisis por la pandemia, pareciera que lo que ha prevalecido es que en el año 2020 es la falta de empleo.

Se debe tener en cuenta que en Perú las organizaciones empresariales son primordialmente de dos tipos, personas naturales con negocio (74,2 %) y sociedades anónimas (12,1 %). El resto se representa como una sociedad comercial de responsabilidad limitada, empresa individual de responsabilidad limitada, entre otras.

En otras palabras, se crearon un total de 235,447 empresas en el año 2020 y se cerraron 45 467 empresas; mientras que cambiaron de persona natural con negocio a sin negocio 147,175. En comparación al año 2019 se crearon 58,059 empresas menos y se cerraron 82.085 menos.

Estos resultados se pueden atribuir a la marcada disminución en la producción, las restricciones de confinamiento y las iniciativas de apoyo financiero, como Reactiva Perú y FAE-Mype. Esto se verifica en la tabla siguiente:

Tabla 14

Creación y cierre de empresas año 2020

Año	¿Qué pasó?
En el año 2020 durante el segundo trimestre	en que el PBI caía 30,0% y el confinamiento era total, la menor creación y cierre de empresas se presentó: 12.531 y 1.979 respectivamente, flujos muy por debajo de los promedios trimestrales de creación (69.699) y de cierre (32.592) registrados entre 2018 y 2019.
Pero a partir del tercer y cuarto trimestre	a la par con la reanudación de actividades, la creación de empresas fue de 78.258 y 83.170 respectivamente. Entretanto, el cierre llegó a 5.835 y 7.469, respectivamente.

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021)

c) Por actividades económicas

El universo de empresas en el Perú se concentra básicamente en dos actividades:

Tabla 15*El universo de empresa por actividades económicas*

Sectores año 2020	Cambios	En términos absolutos respecto al año 2019
Servicios	redujo su participación del 43,4 % a 42,7 %;	el aumento fue de 573 empresas.
Comercio	la incrementó de 43,5% a 44,1 % del total de empresas	en el 2020 el número de empresas en el sector comercio aumentó en 35,765
Manufactura	manufactura (7,6 %),	844 en manufactura
Construcción	(3,1 %),	
Agropecuario y pesca	(1,5 %)	211 en agropecuario y pesca.
Minería e hidrocarburos	(0,9 %).	rubro de minería e hidrocarburos creció en 9,264. Disminuyeron 1,742 empresas en construcción,

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021)

d) El PBI y los Sectores productivos

Tabla 16*El PBI y los Sectores productivos*

Sector y subsectores	Datos
El sector comercio	Además de concentrar el mayor número de empresas: se compone de 272,170 empresas en el comercio al por mayor, 874,068 en comercio al por menor y 78,039 en venta y reparación de vehículos. Representa El 10,8% del PBI nacional
servicios prestados a empresas	con 265,733 empresas
servicio de comidas y bebidas,	223,860

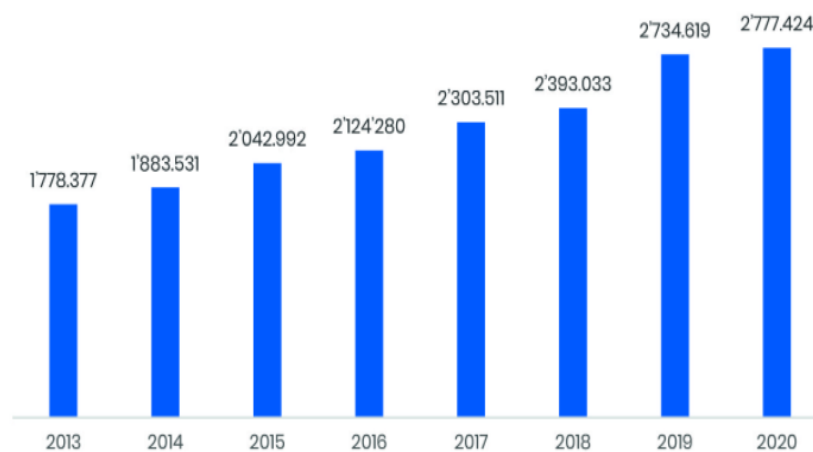
Transporte y Con un total de 167,817.
almacenamiento,

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021)

A continuación, en la presente imagen se presenta el número de empresas del periodo: 2013-2020

Figura 3

Número de empresas periodo 2013-2020



Nota. Tomado de INEI (2021) elaborado por IEDEP

e) Análisis por departamentos

La información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) no incluye estadísticas para el segundo trimestre de 2020, lo que imposibilita la determinación del número de empresas por departamento durante ese período. Únicamente se cuenta con datos del cuarto trimestre. Esto se debe a la falta de registros estadísticos del INEI para el segundo trimestre del año 2020, en lo que respecta a la cantidad de empresas por departamento.

Tabla 17*Cantidad de empresas por departamento*

Departamento	Cantidad
Lima	32 520
Arequipa	4 948
La Libertad	4 915
Junín	3 617
Cusco	3 539
Total	833.170 empresas creadas

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021)

Es esencial destacar que en todos los departamentos se observará un incremento en la creación de nuevos emprendimientos en comparación con el cuarto trimestre de 2019. Esto se refleja en el caso de Loreto y Puno, donde se experimentaron aumentos significativos del 103,2 % y 66. ,2 %, respectivamente.

f) Cierre de empresas IV trimestre 2020

En Perú, en relación con las 7,469 empresas que cerraron a nivel nacional durante el cuarto trimestre de 2020, se observa que en cada departamento se registró un número menor en comparación con el mismo período de 2019. La siguiente tabla muestra los departamentos con el mayor número de cierres:

Tabla 18*Cierre de empresas*

Departamento	Cantidad
Lima	(3.357)
La Libertad	(452)
Arequipa	(433)
Lambayeque	(334)

Nota. tomado del INEI, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima (2021)

Es relevante destacar que, en todos los departamentos, se evidencia un incremento en la creación de nuevos emprendimientos con respecto al cuarto trimestre de 2019. Esto se refleja en el caso de Loreto y Puno, que experimentaron un crecimiento del 103,2 % y 66,2 %, respectivamente. La siguiente tabla presenta estos datos:

✓ **Incremento de nuevos emprendimientos en IV trimestre**

Tabla 19

Incremento de nuevos emprendimientos en IV trimestre

Departamento	Crecimiento
Loreto	103,2 %
Puno	66,2 %

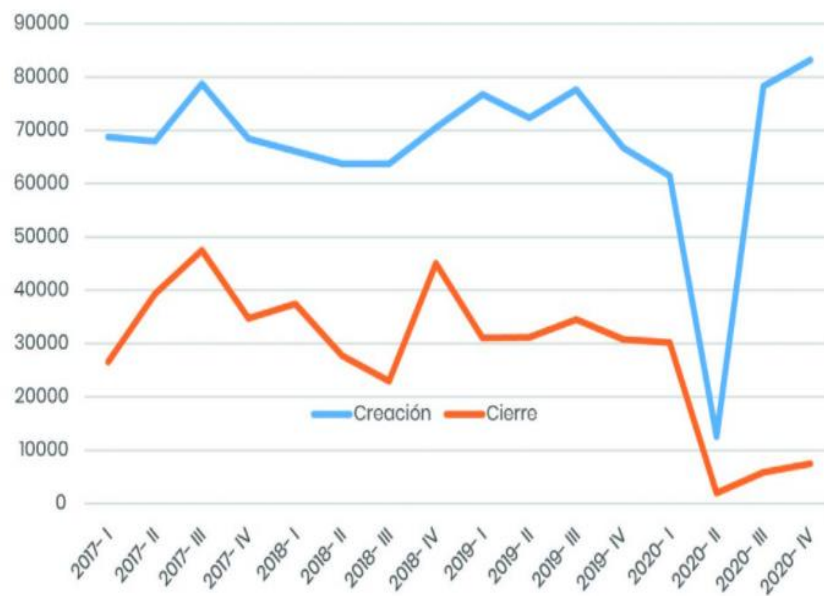
Nota. tomado del INEI, elaborado por IEDEP, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima.

En cuanto a las 7,469 empresas que cerraron a nivel nacional durante el cuarto trimestre de 2020, también se notó que en cada departamento hubo una disminución en comparación con el mismo período en 2019. Los departamentos con un mayor número de cierres fueron Lima (3,357), La Libertad (452), Arequipa (433) y Lambayeque (334). Estos departamentos se ubican en la zona costera, donde los sectores de comercio y servicios desempeñan un papel importante en sus respectivos PBI (Producto Bruto Interno) según (La Cámara, 2021).

Tabla 20*Cierre de empresas a nivel nacional IV trimestre 2020*

Departamento	Respecto al mismo periodo del 2019
Lima	(3-357)
La Libertad	(452)
Arequipa	(433)
Lambayeque	(334)

Nota. tomado del INEI, elaborado por IEDEP, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/en-el-2020-se-crearon-mas-de-235-000-empresas-en-el-peru/>

Figura 4*Creación y cierre de empresas*

Nota. tomado del INEI, elaborado por IEDEP, citado por la Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/en-el-2020-se-crearon-mas-de-235-000-empresas-en-el-peru/>

Según tipo de organización

- Durante el IV trimestre del 2020

Tabla 21

Según tipo de organización

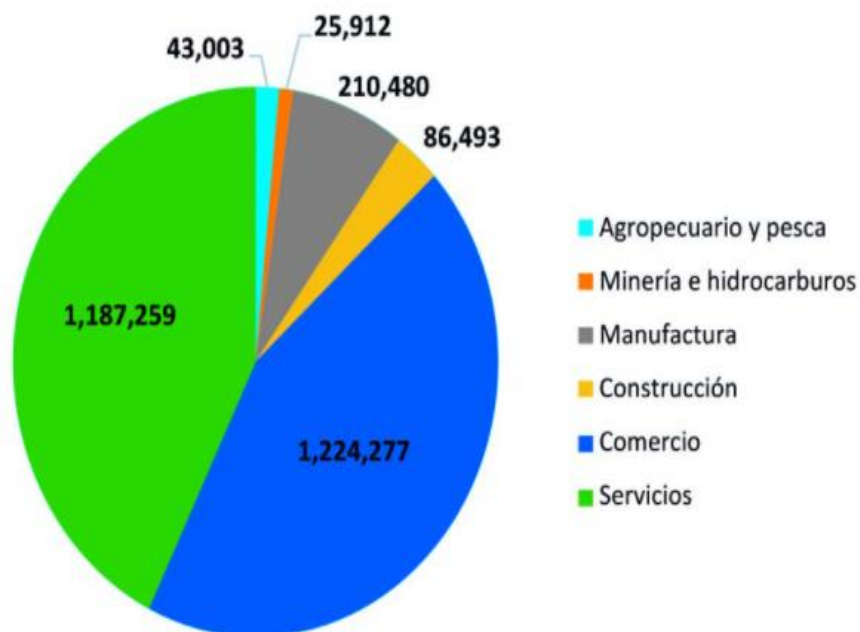
Se crearon	Cantidad de empresas
Personas naturales con negocio	51,983
Sociedades anónimas	13,808
EIRL	10,478

Nota. Tomado de La Cámara (2021).

Durante el IV trimestre del 2020 se crearon 51,983 personas naturales con negocio, 13,808 sociedades anónimas y 10,478 EIRL, concentrando el 91,7 % del total. Donde se muestra a lo largo del año, es un patrón similar a lo largo del año. Las 7,469 que fueron cerradas, el 97,2 % eran personas naturales con negocio, mientras que en el III trimestre dicho porcentaje llegó a 98,4 % (La Cámara, 2021).

Los mayores emprendimientos es la respuesta en cada uno de los departamentos del país a los mayores emprendimientos para enfrentar la falta de empleo con mayores emprendimientos.

Por tanto, es crucial apuntalar la reactivación económica. El PBI logró una expansión del 0,5 % el PBI de diciembre, pero en el primer mes del presente año vuelve a caer 1 %. Se necesita mayor inversión privada y pública, y restablecer la confianza del consumidor, con el fin de que la demanda interna se dinamice y se consiga, estimulará la demanda interna en los sectores de comercio y servicios, que representan el 86,8 % de empresas que desarrollen sus actividades en Perú.

Figura 5*Número de empresas por sector económico*

Nota. tomado de INEI, elaborado por: IEDEP, citado en la Cámara, Revista Digital de la Cámara de Comercio de Lima del 22-03-2021.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Actividad emprendedora

Acciones que ejecutan los individuos emprendedores al iniciar o conservar su empresa.

Aptitud

Rasgos y características de un individuo.

Administrador:

Es la persona que dirige la organización empresarial y debe poseer atributos que permitan orientar o dirigir la organización, para que tenga éxito, con la conjugación de los recursos humanos, financieros, entre otros, el administrador

representa legalmente a la empresa; pero también el administrador es el responsable de las consecuencias negativas que tenga la empresa o las que genere.

Creación de empresas

Secuencia lógica a partir de una idea/oportunidad que identifica una persona para la ejecución de un proyecto.

Covid 19

La enfermedad por coronavirus (COVID 19) es una enfermedad infecciosa causada por un coronavirus que fue descubierto en este contexto actual.

Emprendimiento

Actividad que permite el crecimiento económico y bienestar social de un país.

Entrepreneur

Término francés que describe a una persona que asume riesgos en condiciones de incertidumbre.

Empresario

Es la persona que es propietario, pero que también dirigen sus empresas

Emprendedor

Un emprendedor debe encontrar, evaluar y desarrollar una oportunidad mediante la creación de algo nuevo.

Gestión de Proyectos

Es la aplicación de conocimientos, capacidades y técnicas para la ejecución de proyectos de manera eficiente y eficaz.

Innovación

Habilidad, inteligencia y conocimientos como fuente de creatividad.

Políticas públicas

Acciones del gobierno para cubrir necesidades específicas de la sociedad, justificadas en diagnóstico y análisis de factibilidad. Al respecto, si bien es cierto en el contexto nacional existen políticas públicas que fomentan el emprendimiento, pero no hay resultados notorios significativos, por ello se debe hacer un seguimiento y monitoreo de las políticas públicas.

Rasgos de personalidad del emprendedor

Los rasgos de la persona emprendedora se reflejan en su forma de actuar ante los obstáculos, o alguna situación de cambio, por ello debe ser visionarios, con iniciativa, con inteligencia emocional, innovador, creativo, para que introducir innovaciones y descubrimientos tecnológicos, comerciales, entre otros (Spulber, 2014).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 *Tipo de investigación*

De acuerdo a Sánchez (2019), el tipo de investigación se considera básica, debido a que se profundizan las variables de estudio. La investigación fundamental se ocupa de la generalización de una teoría en una rama del conocimiento; su propósito suele ser generar datos que confirmen o refuten la tesis inicial del estudio.

3.1.2 *Nivel de investigación*

El nivel de investigación se considera de nivel explicativo, debido a que verifica el nivel de influencia de las variables, es decir, cómo la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.1.3 *Diseño de investigación*

La presente investigación es de diseño no experimental y transversal. Es no experimental, porque los hechos ya se suscitaron. Es transversal, debido a que se analiza el objeto de estudio en su integridad y en un momento determinado, es como una fotografía del momento que analiza la totalidad del objeto, sus relaciones y funcionamiento que tienen en el instante en que se obtiene la muestra (Sánchez, 2019).

3.2 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente: Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia

Variable dependiente: Generación de empresas

A continuación, se presenta la tabla de operacionalización de variables:

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia	Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia	Efecto del COVID 19 en la situación actual de la actividad	Ordinal
		Efecto del COVID 19 en las Situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas	
		Efecto del COVID 19 en la situación actual del personal	
	Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia	Desafíos tecnológicos: Digitalización	
		Desafíos financieros-contables	
		Desafíos tributarios	
		Capital humano	
	Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	Conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	
		Habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	
	Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia	Consideración del riesgo	
		Creatividad e innovación	
		Proactividad	
Búsqueda de información			
Generación de empresas	Oportunidad	Formación, experiencia o motivaciones del	Ordinal

		emprendedor para plasmar su idea en un proyecto	
		Análisis del proyecto del emprendedor	
		Inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno.	
	Recursos	Activos tangibles	
		Activos intangibles	
	Mercado	Análisis del producto o servicio que ofertarán	
		Tipo de mercado objetivo	
		Determinación de los compradores	
	Estrategias	Estrategia relacionada con el objetivo y entorno	
		Innovación de estrategias	
	Factores del entorno	Normas que estimulan la generación de empresas	
		Cultura empresarial	

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 *Unidad de análisis*

Emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna.

3.3.2 *Población*

En el presente estudio estuvo constituido por los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna; por lo que se considera una población infinita, que tiene un tratamiento especial para la determinación de la muestra.

3.3.3 *Muestra*

Tamaño de muestra

Para el presente estudio se determinó la muestra a través de la siguiente fórmula: mencionar el nivel de confianza utilizado (95 %)

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} * p * q}{e^2} = 384 \text{ usuarios}$$

$$Z^2 = 1,96$$

$$p=0,5$$

$$q=0,5$$

$$e=0,05$$

Con el propósito de generalizar los resultados a la población de usuarios, se hizo la selección de una muestra en concordancia con el criterio de la varianza máxima para un muestreo probabilístico y para una población infinita, la cual determinó que la muestra es de 384 usuarios con la finalidad de ser encuestados. Asimismo, de los 384 solo se consideró la muestra de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 22

Determinación de la población

Empresas	Cantidad
Emprendedores del comercio	15
Emprendedores de manufactura	15
Emprendedores Construcción	15
Emprendedores Actividades profesionales	15
Emprendedores Transporte	15
Emprendedores Información y comunicación	15
Total	90

Nota. Elaboración propia

➤ **Criterio de inclusión**

- Se han considerado empresas solo que tenían predisposición de participar como encuestado para el presente estudio.
- Se consideró empresas considerando la clasificación de empresas, no un solo sector, sino varios.

➤ **Criterio de exclusión**

- No se ha considerado empresas que no tenían predisposición de participar como encuestado para el presente estudio.
- No se consideró empresas considerando la clasificación de empresas, de un solo sector.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 *Técnicas de recolección de datos*

Para el presente estudio se aplicó la técnica de encuesta para la evaluación de la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas. Los instrumentos serán enviados por correo electrónico.

3.4.2 *Instrumentos de recolección de datos*

Para el presente estudio se aplicó los instrumentos: cuestionarios para evaluar la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas, Tacna.

3.5 ESTRATEGIAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

- Se utilizó fuentes primarias y secundarias, para enriquecer el diagnóstico de las variables de estudio.
- Una vez aplicado el instrumento, se procesó la información en el software estadístico SPSS 24.
- Se analizó la información y se determinó los resultados.

- Se realizó la interpretación de acuerdo a las variables, dimensiones e indicadores.
- Se hizo la prueba de la normalidad para determinar la prueba estadística para la contrastación de la hipótesis.
- Se utilizó las pruebas como coeficiente de correlación de Spearman.

3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

3.6.1 *Procesamiento de información*

Para el tratamiento de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24,0, en español. Para ello, los datos de manera anticipada fueron llevados a una hoja Excel. Y se tabularon los datos de acuerdo a las respuestas de los cuestionarios.

3.6.2 *Métodos estadísticos de análisis de datos*

Para el análisis de los datos, se empleó un enfoque basado en el método científico, teniendo en cuenta los resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación. Luego, se llevaron a cabo procesos de crítica, codificación y tabulación de los datos. Se aplican técnicas de distribución de frecuencias y se presentan los resultados en forma de porcentajes, desglosados según variables, dimensiones e indicadores relevantes. En cuanto a la interpretación, se desarrolló de manera cuantitativa. Finalmente, siendo se halló la distribución muestral de las variables. Y para la contratación de la hipótesis se aplicó las pruebas estadísticas: coeficiente de correlación de Spearman y la χ^2 .

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 RESULTADOS A NIVEL DESCRIPTIVO

4.1.1. Resultados a nivel descriptivo de la variable independiente: cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia

Tabla 23

Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	22	24,4	24,4
Regular	57	63,4	87,8
Alto	11	12,2	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 24,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia se encuentra en un nivel bajo; el 63,4 %, regular y el 12,2 %, alto.

Por consiguiente, el 63,4 % de los encuestados consideran que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia es regular; lo que hace notar que, por la pandemia, muchos emprendedores se reinventaron para generar nuevos negocios de acuerdo a la demanda del contexto de la crisis, donde demostraron desafíos para emprender, competencias para adaptarse al cambio, responsabilidad para enfrentar la pandemia.

DIMENSIÓN: SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tabla 24

Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	23	25,6	25,6
Regular	57	63,3	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 25,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia se encuentra en un nivel bajo; el 63,3 %, regular y el 11,1%, alto.

Por consiguiente, el 63,3 % de los encuestados consideran que la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia es regular. Se notó el efecto de COVID 19, en cuanto a la reducción de la demanda, productos o servicios, durante el confinamiento.

INDICADOR: EFECTO DEL COVID 19 EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD

Tabla 25

Efecto del Covid 19 en la situación actual de la actividad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	25	27,8	27,8
Regular	51	56,6	84,4
Alto	14	15,6	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 27,8 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el efecto del Covid 19 en la situación actual de la actividad se encuentra en un nivel bajo; el 56,6 %, regular y el 15,6 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que el 27,8 % de los encuestados consideran que el efecto del Covid 19 en la situación actual de la actividad consideran es regular (56,6 %); lo que da a entender que la organización empresarial quedó debilitada por la pandemia, lo que motivo a generar uno nuevo.

INDICADOR: EFECTO DEL COVID 19 EN LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA DEMANDA DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS, DURANTE EL CONFINAMIENTO Y OTRAS MEDIDAS

Tabla 26

Efecto del COVID 19 en la situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	27	30,0	30,0
Regular	49	54,4	84,4
Alto	14	15,6	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 30 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el efecto del Covid 19 en la situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas se encuentra en un nivel bajo; el 54,4 %, regular y el 15,6 %, alto. Situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante las medidas implementadas por el Gobierno, se redujo.

En otras palabras, el 30 % de los encuestados consideran que el efecto del Covid 19 en la situación actual de la demanda se encuentra en un nivel bajo. El 54,4, regular; lo que dio a entender que disminuyó la demanda de sus productos o servicios, durante las medidas implementadas por el Gobierno.

INDICADOR: EFECTO DEL COVID 19 EN LA SITUACIÓN ACTUAL DEL PERSONAL

Tabla 27

Efecto del Covid 19 en la situación actual del personal

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	14	15,6	15,6
Regular	62	68,8	84,4
Alto	14	15,6	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 15,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el efecto del Covid 19 en la situación actual del personal se encuentra en un nivel bajo; el 68,8 %, regular y el 15,6 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, según los encuestados, se puede concluir que el 68,8 % indica que el efecto del Covid 19 en la situación actual del personal es regular. En el contexto de la pandemia se tuvo que reducir personal. En el contexto de la pandemia, se tuvo que suspender contratos e incluso algunas empresas se cerraron.

DIMENSIÓN: DESAFÍOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tabla 28

Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	24	26,7	26,7
Regular	55	61,1	87,8
Alto	11	12,2	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 26,7 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia se encuentran en un nivel bajo; el 61,1 %, regular y el 12,2 %, alto.

En otras palabras, el 61,1 % de los encuestados indican que los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia son regulares, en cuanto a desafíos tecnológicos: digitalización y desafíos financieros-contables.

INDICADOR: DESAFÍOS TECNOLÓGICOS: DIGITALIZACIÓN

Tabla 29

Desafíos tecnológicos: digitalización

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	23	25,6	25,6
Regular	52	57,7	83,3
Alto	15	16,7	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 25,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los desafíos tecnológicos: digitalización se encuentra en un nivel bajo; el 57,7 %, regular y el 16,7 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que, el 25,6 % de los encuestados indican que los desafíos tecnológicos: digitalización se encuentra en un nivel bajo y el 57,7 %, regular.

INDICADOR: DESAFÍOS FINANCIEROS- CONTABLES

Tabla 30

Desafíos financieros- contables

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	22	24,4	24,4
Regular	56	62,2	86,7
Alto	12	13,3	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 24,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los desafíos financieros- contables se encuentran en un nivel bajo; el 62,2 %, regular y el 13,3 %, alto.

En otras palabras, el 62,2 % de los encuestados consideran que desafíos financieros- contables fue regular. Usted asume con responsabilidad los desafíos financieros para emprender un negocio en tiempo de pandemia.

INDICADOR: DESAFÍOS TRIBUTARIOS

Tabla 31

Desafíos tributarios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	14	15,6	15,6
Regular	66	73,3	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 15,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los desafíos tributarios se encuentran en un nivel bajo; el 73,3 %, regular y el 11,1 %, alto.

En resumen, se puede colegir que la mayoría de los encuestados refiere que los desafíos tributarios se encuentran en un nivel regular (73,3 %); en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones sustanciales para emprender un negocio en tiempos de pandemia.

INDICADOR: CAPITAL HUMANO**Tabla 32***Capital humano*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	15	16,7	16,7
Regular	64	71,1	87,8
Alto	11	12,2	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 16,7 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el capital humano se encuentra en un nivel bajo; el 71,1 %, regular y el 12,2 %, alto.

En otras palabras, se colige que la mayoría de los encuestados consideran que el capital humano se encuentra en un nivel regular (71,1 %), con respecto a la responsabilidad que asume al reclutar personal competente para enfrentar el desafío de emprender un negocio en tiempos de pandemia.

DIMENSIÓN: COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR PARA ADAPTARSE AL CAMBIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tabla 33

Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	11	12,2	12,2
Regular	69	76,7	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 12,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que las competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia se encuentran en un nivel bajo; el 76,7 %, regular y el 11,1 %, alto.

En resumen, se puede colegir que la mayoría de los encuestados asumen que las competencias del emprendedor, es regular (76,7 %), en cuanto al conocimiento para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.

INDICADOR: CONOCIMIENTOS PARA ADAPTARSE AL CAMBIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tabla 34

Conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	18	20,0	20,0
Regular	56	62,2	82,2
Alto	16	17,8	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 20 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia se encuentran en un nivel bajo; el 62,2 %, regular y el 17,8 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que es regular (62,2 %), lo que da a entender que no tiene suficientes conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.

INDICADOR: HABILIDADES PARA ADAPTARSE AL CAMBIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Tabla 35

Habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	12	13,3	13,3
Regular	68	75,6	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 13,3 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia se encuentran en un nivel bajo; el 75,6 %, regular y el 11,1 %, alto.

En otras palabras, la mayoría de los encuestados consideran que habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia se encuentra en un nivel regular (75,6 %); lo que da a entender que no tiene suficientes habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.

DIMENSIÓN: CUALIDADES Y RESPONSABILIDADES DEL EMPRENDEDOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA

Tabla 36

Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	29	32,3	32,3
Regular	39	43,3	75,6
Alto	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 32,3 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia se encuentran en un nivel bajo; el 43,3 %, regular y el 24,4 %, alto.

En resumen, se puede colegir que los encuestados indican que las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia se encuentra en un nivel bajo (32,3 %) y regular (43,3 %). Consideración al riesgo, creatividad e innovación

INDICADOR: CONSIDERACIÓN DEL RIESGO

Tabla 37

Consideración del riesgo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	25	27,8	27,8
Regular	44	48,9	76,7
Alto	21	23,3	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 27,8 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la consideración del riesgo se encuentra en un nivel bajo; el 48,9 %, regular y el 23,3 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que los encuestados asumen que la consideración del riesgo se encuentra en un nivel bajo (27,8 %) y regular (48,9 %).

INDICADOR: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Tabla 38

Creatividad e innovación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	28	31,1	31,1
Regular	38	42,2	73,3
Alto	24	26,7	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 31,1 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la creatividad e innovación se encuentra en un nivel bajo; el 42,2 %, regular y el 26,7 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que la creatividad e innovación se encuentra en un nivel bajo (31,1 %) y regular (42,2 %).

INDICADOR: PROACTIVIDAD**Tabla 39***Proactividad*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	24	26,7	26,7
Regular	46	51,1	77,8
Alto	20	22,2	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 26,7 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la proactividad se encuentra en un nivel bajo; el 51,1 %, regular y el 22,2%, alto.

En otras palabras, los encuestados consideran que la proactividad se encuentra en un nivel bajo (26,7 %) y regular (51,1 %).

INDICADOR: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

Tabla 40

Búsqueda de información

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	29	32,3	32,3
Regular	39	43,3	75,6
Alto	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 32,3 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la búsqueda de información se encuentra en un nivel bajo; el 43,3 %, regular y el 24,4 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se concluye que el 32,3 % de los encuestados refiere que la búsqueda de información es bajo y regular, en un 43,3 %.

4.1.1.1 Resumen por dimensiones de la variable independiente

A continuación, se presenta la siguiente tabla sobre el resumen de la variable dependiente:

Tabla 41

Resumen de la variable dependiente

Dimensión	Bajo	Regular	Alto	Total
Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia	25,6 %	63,3 %	11,1	100 %
Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia	26,7 %	61,1 %	12,2 %	100 %
Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	12,2 %	76,7 %	11,1 %	100 %
Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia	32,3 %	43,3%	24,4 %	100 %

Nota. tomado de la aplicación de instrumento de la variable independiente.

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 63,3 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia se encuentra en un nivel regular, el 61,1 % refieren que Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia, se ubica en un nivel regular, el 76,7% refieren que las Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia, se encuentra en un nivel regular y el 43,3% refieren que las Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia, se encuentran en un nivel regular.

4.1.2 Resultados a nivel descriptivo de la variable dependiente:

Generación de empresas

Tabla 42

Generación de empresas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	20	22,2	22,2
Regular	60	66,7	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 22,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la generación de empresas se encuentra en un nivel bajo; el 66,7 %, regular y el 11,1 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que los encuestados consideran que la generación de empresas es bajo (22,2 %) y regular (66,7 %); lo que da a entender que los emprendedores deben aprovechar las oportunidades, tener conocimiento el mercado, y los recursos.

DIMENSIÓN: OPORTUNIDAD

Tabla 43

Oportunidad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	26	28,9	28,9
Regular	44	48,9	77,8
Alto	20	22,2	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 28,9 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la oportunidad se encuentra en un nivel bajo; el 48,9 %, regular y el 22,2 %, se encuentra en un nivel alto.

En otras palabras, los encuestados refieren que es bajo (28,9 %) y regular (48,9 %) con respecto a si los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, tienen oportunidad, lo que da a entender que los emprendedores para aprovechar deben tener una buena formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto.

INDICADOR: FORMACIÓN, EXPERIENCIA O MOTIVACIONES DEL EMPRENDEDOR PARA PLASMAR SU IDEA EN UN PROYECTO

Tabla 44

Formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	33	36,7	36,7
Regular	35	38,9	75,6
Alto	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 36,7 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto se encuentra en un nivel bajo; el 38,9 %, regular y el 24,4 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que la formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto es bajo (36,7 %) y regular (38,9 %).

INDICADOR: ANÁLISIS DEL PROYECTO DEL EMPRENDEDOR

Tabla 45

Análisis del proyecto del emprendedor

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	28	31,1	31,1
Regular	38	42,2	73,3
Alto	24	26,7	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 31,1 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el análisis del proyecto del emprendedor se encuentra en un nivel bajo; el 42,2 %, regular y el 26,7 %, alto.

Por consiguiente, se determina que el análisis del proyecto del emprendedor es bajo (31,1 %) y regular (42,2 %).

INDICADOR: INSERCIÓN SOCIAL O RELACIONES DEL EMPRENDEDOR CON EL ENTORNO.

Tabla 46

Inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	23	25,6	25,6
Regular	48	53,3	78,9
Alto	19	21,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 25,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno se encuentra en un nivel bajo; el 53,3 %, regular y el 21,1 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que es regular (25,6 %) y regular (53,3 %).

DIMENSIÓN: RECURSOS

Tabla 47

Recursos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	22	24,4	24,4
Regular	50	55,6	80,0
Alto	18	20,0	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 24,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los recursos se encuentran en un nivel bajo; el 55,6 %, regular y el 20 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que los recursos es bajo (24,4 %) y regular (55,6 %), lo que da a entender que para emprender un negocio deben contar con recursos, como activos tangibles e intangibles.

INDICADOR: ACTIVOS TANGIBLES**Tabla 48***Activos tangibles*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	20	22,2	22,2
Regular	51	56,7	78,9
Alto	19	21,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 22,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los activos tangibles se encuentran en un nivel bajo; el 56,7 %, regular y el 21,1 %, alto.

En resumen, se puede colegir que los activos tangibles es bajo (22,2 %) y regular (56,7 %).

INDICADOR: ACTIVOS INTANGIBLES**Tabla 49***Activos intangibles*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	20	22,2	22,2
Regular	53	58,9	81,1
Alto	17	18,9	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 22,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los activos intangibles se encuentran en un nivel bajo; el 58,9 %, regular y el 18,9 %, alto.

Por consiguiente, los activos intangibles se encuentran en un nivel bajo (22,2 %) y regular (58,9 %).

DIMENSIÓN: MERCADO**Tabla 50***Mercado*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	11	12,2	12,2
Regular	74	82,2	94,4
Alto	5	5,6	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 12,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el mercado se encuentra en un nivel bajo; el 82,2 %, regular y el 5,6 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que la mayoría de los encuestados consideran que el mercado es regular (82,2 %); lo que da a entender que los emprendedores deben analizar el producto o servicio que ofertarán.

INDICADOR: ANÁLISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE OFERTARÁN**Tabla 51***Análisis del producto o servicio que ofertarán*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	10	11,1	11,1
Regular	74	82,2	93,3
Alto	6	6,7	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 11,1 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el análisis del producto o servicio que ofertarán se encuentra en un nivel bajo; el 82,2 %, regular y el 6,7 %, alto.

En resumen, se puede colegir que el análisis del producto o servicio que ofertarán es regular (82,2 %).

INDICADOR: TIPO DE MERCADO OBJETIVO**Tabla 52***Tipo de mercado objetivo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	17	18,9	18,9
Regular	64	71,1	90,0
Alto	9	10,0	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 18,9 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que el tipo de mercado objetivo se encuentra en un nivel bajo; el 71,1 %, regular y el 10 %, alto.

En otras palabras, se determina que el tipo de mercado objetivo es regular (71,1 %).

INDICADOR: DETERMINACIÓN DE LOS COMPRADORES

Tabla 53

Determinación de los compradores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	14	15,6	15,6
Regular	70	77,7	93,3
Alto	6	6,7	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 15,6 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la determinación de los compradores se encuentra en un nivel bajo; el 77,7 %, regular y el 6,7 %, alto.

En consecuencia, se determina que la mayoría de los encuestados regular (77,7 %).

DIMENSIÓN: ESTRATEGIAS

Tabla 54

Estrategias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	8,9	8,9
Regular	78	86,7	95,6
Alto	4	4,4	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 8,9 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que las estrategias se encuentran en un nivel bajo; el 86,7 %, regular y el 4,4 %, alto.

Por consiguiente, se determina que las estrategias es regular (86,7 %), lo que da a entender que los emprendedores deben optimizar estrategias relacionadas con el objetivo y entorno.

INDICADOR: ESTRATEGIA RELACIONADA CON EL OBJETIVO Y ENTORNO**Tabla 55***Estrategia relacionada con el objetivo y entorno*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	12	13,3	13,3
Regular	68	75,6	88,9
Alto	10	11,1	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 24,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que las estrategias relacionadas con el objetivo y entorno se encuentra en un nivel bajo; el 63,4 %, regular y el 12,2%, alto.

En resumen, se puede colegir que la mayoría de los encuestados consideran que las estrategias es regular (63,4 %).

INDICADOR: INNOVACIÓN DE ESTRATEGIAS

Tabla 56

Innovación de estrategias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	13	14,4	14,4
Regular	72	80,0	94,4
Alto	5	5,6	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 14,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la innovación de estrategias se encuentra en un nivel bajo; el 80 %, regular y el 5,6 %, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, podemos concluir que la innovación de estrategias es regular (80 %).

DIMENSIÓN: FACTORES DEL ENTORNO

Tabla 57

Factores del entorno

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	2	2,2	2,2
Regular	88	97,8	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 2,2 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que los factores del entorno se encuentran en un nivel bajo y el 97,8 %, regular.

Por consiguiente, la mayoría de los encuestados consideran que los factores del entorno se encuentra en un nivel regular (97,8 %); Por ello, es fundamental que se emitan nuevas normas que estimulan la generación de empresas.

INDICADOR: NORMAS QUE ESTIMULAN LA GENERACIÓN DE EMPRESAS

Tabla 58

Normas que estimulan la generación de empresas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	10	11,1	11,1
Regular	73	81,1	92,2
Alto	7	7,8	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 11,1 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que las normas que estimulan la generación de empresas se encuentran en un nivel bajo; el 81,1 %, regular y el 7,8 %, alto.

Por lo tanto, se indica que las normas que estimulan la generación de empresas es regular (81,1 %).

INDICADOR: CULTURA EMPRESARIAL**Tabla 59***Cultura empresarial*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	8	8,9	8,9
Regular	75	83,3	92,2
Alto	7	7,8	100,0
Total	90	100,0	

Nota. Aplicación de cuestionarios

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 24,4 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la cultura de empresarial se encuentra en un nivel bajo; el 63,4 %, regular y el 12,2%, alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede concluir que la cultura empresarial es regular en un 63,4 %.

4.1.2.1 RESUMEN POR DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

A continuación, en la siguiente tabla se presenta el resumen por dimensiones de la variable dependiente:

Tabla 60

Resumen de la variable dependiente

Dimensiones	Bajo	Regular	Alto	Total
Oportunidad	28,9 %	48,9 %	22,2 %	100%
Recursos	24,4 %	55,6 %	20,0 %	100%
Mercado	12,2 %	82,2 %	5,6 %	100%
Estrategias	8,9 %	86,7%	4,4%	100%
Factores del entorno	2,2 %	97,8 %	0,0 %	100 %

Nota. tomado de la aplicación de instrumento de la variable dependiente.

Interpretación:

Como se aprecia en la tabla, el 48,9 % de los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna, refieren que la dimensión oportunidad se encuentra en un nivel regular; el 55,6 % refieren que la dimensión recursos, se ubica en un nivel regular, el 82,2 % refieren que la dimensión mercado, se encuentra en un nivel regular, el 86,7% refieren que la dimensión estrategias se encuentra en un nivel regular y el 97,8 % refieren que la dimensión factores del entorno, se encuentran en un nivel regular.

4.1.3 Prueba de Normalidad

De la variable Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia

Para efectuar la prueba de normalidad, el planteamiento de la hipótesis es:

Ho: Los datos provienen de una distribución normal

Hi: Los datos no provienen de una distribución normal

SIG o p-valor $> 0,05$: Se acepta Ho

SIG o p-valor $< 0,05$: Se rechaza Ho

Tabla 61

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
total_vi	0,228	90	0,000	0,865	90	0,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia

Interpretación:

El número de encuestas son 90, nos corresponde observar la columna de prueba de Kolmogorov-Smirnov, el p-valor es de 0,001, lo cual es menor que 0,05 por lo que se rechaza Ho. Así interpretamos que los datos de la variable cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia no provienen de una distribución normal.

De la variable Generación de empresas

Para efectuar la prueba de normalidad, el planteamiento de la hipótesis es:

Ho: Los datos provienen de una distribución normal

Hi: Los datos no provienen de una distribución normal

SIG o p-valor $> 0,05$: Se acepta Ho

SIG o p-valor $< 0,05$: Se rechaza Ho

Tabla 62

Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
total_vd	0,232	90	0,000	0,848	90	0,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Elaboración propia

Interpretación:

El número de encuestas son 90, nos corresponde observar la columna de prueba de Kolmogorov-Smirnov, el p-valor es de 0,000, lo cual es menor que 0,05 por lo que se rechaza Ho. Así interpretamos que los datos de la variable generación de empresas no provienen de una distribución normal.

Tabla 64
Información de ajustes de los modelos

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	131,667			
Final	39,611	92,056	2	0,000

Función de enlace: Logit.

Tabla 65
Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,640
Nagelkerke	0,784
McFadden	0,603

Función de enlace: Logit.

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de las encuestas en el SPSS

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig es mayor a 0,05

f) Conclusión:

En la Tabla 63 se ha comprobado que existe relación entre La cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas; en la tabla 64, nota que el pvalor es 0.000 menor a 0,05; entonces, se decide que se rechace la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1). Asimismo, en la tabla 66, se observa, según el indicador Nagelkerke, que la influencia de la cultura de

emprendimiento en tiempos de pandemia sobre la generación de empresas es de 78,4 %, por tanto: La cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

Verificación de las Hipótesis Específicas

Verificación de la Primera Hipótesis Específica

a) **Hipótesis Estadística:**

Ho: La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia no influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

H1: La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

b) **Nivel:** 5% = 0,05

c) **Zona de rechazo:** mayor que 0,05, se acepta Ho y se rechaza H1.

d) **Estadístico:** Rho de Spearman

Tabla 66

La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia y la generación de empresas

			Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia	de	Generación de empresas
Rho de Spearman	Situación actual de la actividad en tiempos de pandemia	Coefficiente de correlación	1,000		0,695*
	Presupuesto	Sig. (bilateral)			0,000
	Generación de empresas	N	90		90
		Coefficiente de correlación	0,695*		1,000

	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	90	90

Nota. Tomado del SPSS

Tabla 67
Información de ajustes de los modelos

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	115,303			
Final	34,001	81,302	2	0,000

Función de enlace: Logit.

Tabla 68
Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,595
Nagelkerke	0,728
McFadden	0,532

Función de enlace: Logit.

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de las encuestas en el SPSS

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig es mayor a 0,05

f) Conclusión:

En la Tabla 66 se ha comprobado que existe relación entre la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia y la generación de empresas; en la tabla 67, nota que el pvalor es 0,000 menor a 0,05; entonces,

se decide que se rechace la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95%, y se acepta la Hipótesis Alternativa (H_1). Asimismo, en la tabla 68, se observa, según el indicador Nagelkerke, que la influencia de la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia sobre la generación de empresas es de 72,8 %, por tanto: La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

Verificación de la Segunda Hipótesis Específica

a) Hipótesis Estadística:

H_0 : Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia no influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

H_1 : Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

b) **Nivel:** 5% = 0,05

c) **Zona de rechazo:** mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) **Estadístico:** Rho de Spearman

Tabla 69

Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia y la generación de empresas.

			Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia	para un negocio en tiempos de pandemia	Generación de empresas
Rho de Spearman	Desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia	Coefficiente de correlación		1.000	0,726*
		Sig. (bilateral)			0,000
		N		90	90
	Generación de empresas	Coefficiente de correlación		0,726*	1.000
		Sig. (bilateral)		0,000	
		N		90	90

Nota. Tomado del SPSS

Tabla 70

Información de ajustes de los modelos

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	120,426			
Final	35,951	84,475	2	0,000

Función de enlace: Logit.

Tabla 71

Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,609
Nagelkerke	0,745
McFadden	0,553

Función de enlace: Logit.

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de las encuestas en el SPSS

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig es mayor a 0,05

f) Conclusión:

En la Tabla 69 se ha comprobado que existe relación entre los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia y la generación de empresas; en la tabla 70, nota que el pvalor es 0,000 menor a 0,05; entonces, se decide que se rechace la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la Hipótesis Alternativa (H_1). Asimismo, en la tabla 71, se observa, según el indicador Nagelkerke, que la influencia de los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia sobre la generación de empresas es de 74,5 %, por tanto: Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

Verificación de la Tercera Hipótesis Específica

a) **Hipótesis Estadística:**

H_0 : Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia no influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

H_1 : Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

b) **Nivel:** 5%=0,05

c) **Zona de rechazo:** mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) **Estadístico:** Rho de Spearman

Tabla 72

Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna.

			Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	Generación de empresas
Rho de Spearman	Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia	Coefficiente de correlación	1,000	0,725*
		Sig. (bilateral)		0,000
		N	90	90
	Generación de empresas	Coefficiente de correlación	0,725*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	
		N	90	90

Nota. Tomado del SPSS

Tabla 73

Información de ajustes de los modelos

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	80,672			
Final	8,911	71,760	2	0,000

Función de enlace: Logit.

Tabla 74

Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,549
Nagelkerke	0,673
McFadden	0,470

Función de enlace: Logit.

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de las encuestas en el SPSS

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig es mayor a 0,05

f) Conclusión:

En la Tabla 72 se ha comprobado que existe relación entre las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna; en la tabla 73, nota que el pvalor es 0,000 menor a 0,05; entonces, se decide que se rechace la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1). Asimismo, en la tabla 74, se observa, según el indicador Nagelkerke, que la influencia de las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia sobre la generación de empresas es de 67,3 %, por tanto: Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

Verificación de la cuarta Hipótesis Específica**a) Hipótesis Estadística:**

H_0 : Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia no influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

H_1 : Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

b) Nivel: 5% = 0,05

c) Zona de rechazo: mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

d) **Estadístico:** Rho de Spearman**Tabla 75**

Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna

			Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia	Generación de empresas
Rho de Spearman	Cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	0,785*
	Generación de empresas	N	90	90
		Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,785*	1,000
		N	90	90

Nota. Tomado del SPSS

Tabla 76

Información de ajustes de los modelos

Información de ajuste de los modelos				
Modelo	Logaritmo de la verosimilitud -2	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Solo intersección	106,009			
Final	36,310	69,699	2	0,000

Función de enlace: Logit.

Tabla 77

Pseudo R cuadrado

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,539
Nagelkerke	0,660
McFadden	0,456

Función de enlace: Logit.

Nota. Tomado del procesamiento de la aplicación de las encuestas en el SPSS

e) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si la Sig es menor a 0,05

No rechazar H_0 si la Sig es mayor a 0,05

f) Conclusión:

En la Tabla 75 se ha comprobado que existe relación entre las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia y la generación de empresas; en la tabla 76, nota que el pvalor es 0,000 menor a 0,05; entonces, se decide que se rechace la Hipótesis nula (H_0) aun nivel de confianza del 95 %, y se acepta la Hipótesis Alterna (H_1). Asimismo, en la tabla 77, se observa, según el indicador Nagelkerke, que la influencia de las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia sobre la generación de empresas es de 66,0 %, por tanto: Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

Verificación de la quinta Hipótesis Específica**a) Hipótesis Estadística:**

H_0 : No existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

H_1 : Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

b) Nivel: 5% = 0,05

c) Zona de rechazo: mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

DISCUSIONES

En cuanto a la primera hipótesis específica: la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Los datos procesados y recogidos, y presentados, se consigna que la tabla 15 se consigna la dimensión: situación actual de la actividad en tiempos de pandemia, se consigna que es regular (63,3 %). En la tabla 79 se consigna que el indicador del efecto del Covid 19 en la situación actual de la actividad es regular (56,6 %). En la tabla 80 se consigna el indicador situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas es bajo (30 %) y regular (54,4 %). En la tabla 81 se consigna el indicador situación actual del personal es regular (68,8 %). En la tabla 82 se consigna la dimensión oportunidad es bajo (28,9 %) y regular (22,2 %). En la tabla 83 se consigna el indicador formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto es bajo (36,7 %) y regular (38,9 %). En la tabla 84 se consigna el indicador análisis del proyecto del emprendedor es bajo (31,1 %) y regular (42,2 %). En la tabla 85 el indicador Inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno es bajo (25,6 %) y regular (53,3 %).

En cuanto a la primera hipótesis específica, los resultados anotados anteriormente, confirman el planteamiento hipotético, lo que se refuerza con la verificación efectuada. Según el tratamiento estadístico, después de aplicarse y establecer como el valor del coeficiente de correlación de Spearman rho 0,695, se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, que se concluye que la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. La hipótesis es aceptada. Los hallazgos detectados guardan relación en parte con lo aseverado por Suárez (2021), quien tuvo como resultados: el establecimiento acciones teórico-prácticas para el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento como forma de aplicar la innovación en las realidades socioculturales, actividades curriculares que condesciendan a la construcción de habilidades como la crítica, la autocrítica. Cabe anotar que en el contexto actual los efectos del COVID 19 afectaron de forma negativa a las actividades, como todo se cerró en el año 2019 y gradualmente se comenzó a

solucionar este problema, pero las empresas tuvieron que cerrar sus empresas, y quebraron, quedó afectada también su personal, debido fueron despedidos. Algunas, empresas que quebraron, emprendieron otros negocios de acuerdo a las necesidades de la población.

Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo informado por Díaz-Díaz, Fajardo, y Romero (2021), quienes presentaron los resultados: El emprendimiento del país es adecuado por la posición del emprendedor, quienes desafían ante diferentes escollos para emprender un negocio en tiempos de crisis, además porque poseen competencias para adaptarse el cambio en tiempos de pandemia, y asumen con responsabilidad su rol los emprendedores con innovación y creatividad, y para ello requieren información de forma oportuna. Se concluyó que los emprendedores tienen mayores oportunidades o más posibilidad de establecer un buen emprendimiento, si es que se han formado académicamente, para fortalecer de manera adecuada negocios fructíferos.

Con respecto a la segunda hipótesis específica: los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Los datos procesados y recogidos, y presentados en la tabla 86, la dimensión desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia es regular (61,1 %). En la tabla 20 se consigna en el indicador desafíos tecnológicos: digitalización es bajo (25,6 %) y regular (57,7 %). En la tabla 21 se consigna el indicador desafíos financieros- contables es regular (62,2 %). En la tabla 87 se consigna el indicador desafíos tributarios es regular (73,3 %). En la tabla 88 el indicador capital humano es regular (71,1 %). En la tabla 89 se consigna la dimensión recursos es bajo (24,4 %) y regular (55,6 %). En la tabla 90 indicador Activos tangibles es bajo (22,2) y regular (56,7 %). En la tabla 91 se consigna el indicador activos intangibles es bajo (22,2 %) y regular (58,9 %).

Con respecto a la segunda hipótesis, los resultados anotados anteriormente, confirman el planteamiento hipotético, lo que se refuerza con la verificación efectuada. Según el tratamiento estadístico, después de aplicarse y establecer como el valor del coeficiente de correlación de Spearman rho 0,726, se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la

hipótesis alterna, es decir, que se concluye que los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. La hipótesis es aceptada. Los hallazgos detectados guardan relación con lo abordado por Espinoza, Lluglla, & Padilla (2021), quienes concluyeron que, debido a la situación actual, los emprendimientos y la innovación del sector microempresarial Ecuatoriano planifican estrategias para que se fortalezca los negocios y que se innove sus productos, ya que, con problema de la pandemia, se generó una situación compleja en la que se generó el debilitamiento de la producción y operación de productos que conllevó la reducción de fuentes de trabajo.

Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo aseverado por También guarda relación en parte con lo aseverado por Santamaría, Montañez y Gutiérrez (2021), quienes consideraron que los emprendedores se adaptaron al cambio, algunos con liderazgo, asumieron los riesgos con responsabilidad. Las actitudes de los empresarios fueron de temor, pero también de una actitud de emprender nuevos negocios, ya que lo que tenía había fracasado por la pandemia, es decir, que afectó sus ingresos, su personal, entre otros. Por tal razón, los entes universitarios a nivel país, departamentos, provincias, deben brindar programas de emprendimiento para dinamizar el tejido empresarial y la cadena de empleo, cadena de pago, ante esta terrible crisis.

En lo referente a la tercera hipótesis específica: Las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Los datos procesados y recogidos, y presentados en la tabla 24 se consigna la dimensión competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia es regular (76,7 %). La tabla 92 consigna el indicador conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia es regular (62,2 %). La tabla 93 consigna el indicador habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia es regular 75,6 %.

En lo referente a la tercera hipótesis específica, los resultados anotados de manera previa, confirmaron el planteamiento hipotético, lo que se refuerza con la verificación efectuada. Según el tratamiento estadístico, después de aplicarse y establecer como el valor del

coeficiente de correlación de Spearman rho 0,725, se decidió rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, que se concluye que las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. La hipótesis es aceptada. Los resultados guardan relación en parte con lo aseverado por Cando-Morales, Erazo, Álvarez-Gavilanes, Rivera, (2021), quienes concluyeron que la innovación, durante la crisis sanitaria, es preponderante en las microempresas. La pandemia afectó de forma drástica a la disminución de la economía de cada país, por lo que las empresas enfrentan diversos riesgos operativos y de estrategia, donde realiza y aplica un plan estratégico, que garantice que los entes organizativos innoven para sobrevivir y prosigan siendo competitivos. Por tal motivo, ante esta situación, los dueños y gerentes de las organizaciones deben poseer una cultura de emprendimiento que permita generar bienestar para ellos y para sus futuros trabajadores.

Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo aseverado por Alvarado-Choez, Barreto-Madrid, y Baque, (2021), quienes concluyeron que, debido a la situación actual, los emprendimientos y la innovación del sector microempresarial Ecuatoriano planifican estrategias para el fortalecimiento de los negocios e innovación de sus productos, ya que en el contexto actual con esta situación de la pandemia se enfrentan a un escenario complejo. El emprendimiento y la innovación son aspectos cruciales para el desarrollo de sociedades, debido a que fomentan la creación de nuevas organizaciones empresariales y oportunidades de trabajo, para el bienestar del país, entonces el emprendimiento permite generar nuevas organizaciones empresariales, lo que es implícito que incluye oportunidad, mercado, recursos, y se requiere estrategias y se debe tener en cuenta los factores del entorno.

Con respecto a la cuarta hipótesis: Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Los datos procesados y recogidos, y presentados en la tabla 27 consigna la dimensión: cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia es bajo (32,3 %) y regular (43,3 %). La tabla 94 consigna el indicador consideración del riesgo es bajo (27,8 %) y regular (48,9 %). La tabla 95 consigna el indicador creatividad

e innovación es bajo (31,1 %) y regular (26,7 %). La tabla 30 consigna el indicador: proactividad es bajo (26,7 %) y regular (51,1 %). La tabla 31 consigna el indicador: búsqueda de información es bajo (32,3 %) y regular (43,3 %). La tabla Dimensión: mercado es regular (82,2 %). La tabla 97 consigna el indicador: análisis del producto o servicio que ofertarán es regular (82,2 %). La Tabla 98 consigna el indicador: tipo de mercado objetivo es regular 71,1 %. La tabla 99 indicador: determinación de los compradores es regular (77,7 %). La tabla 45 se consigna la dimensión: estrategias es regular (86,7 %). La tabla 46 se consigna el indicador: innovación de estrategias es regular (80 %). La tabla 100 se consigna dimensión: factores del entorno es regular (97,8 %). La tabla 49 se consigna el indicador: normas que estimulan la generación de empresas es regular (81,1 %). La tabla 50 se consigna el indicador: cultura empresarial es bajo (24,4 %) y regular (63,4 %).

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, los resultados indicados de manera previa, confirmaron el planteamiento hipotético, lo que se refuerza con la verificación efectuada. Según el tratamiento estadístico, después de aplicarse y establecer como el valor del coeficiente de correlación de Spearman rho es 0,785, se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, que se concluye que las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. La hipótesis es aceptada. Los resultados encontrados, en parte, con lo sostenido por Hu-Chan, Kumul-Xool, Xool-Ma. y Sánchez-Limón (2020), quienes concluyeron que hubo efectos negativos de mediano y largo plazo, es decir, se suscitaron quiebras de las empresas. No hubo crecimiento económico y se suscitó la reducción de la inversión privada, lo que hizo que se produzca el aumento del desempleo, aumento de la pobreza; pero lo preponderante que se generó, en heterogéneos sectores productivos, emprendimientos nuevos., Asimismo, es fundamental indicar que si bien es cierto la pandemia perjudicó la economía; sin embargo, se fortaleció el emprendimiento de nuevos negocios, pero lo más importante que, con más fuerza se generó o se fortaleció la creatividad y la innovación; por ello los gobiernos de cada país deben hacer una buena planificación del apoyo para los emprendedores, ya que con sus negocios coadyuvan a los países en cuanto a su economía, debido a que generan nuevos empleos y aumenta la recaudación por el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.

Finalmente, se planteó como hipótesis general: Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. La información procesada y referenciada sobre cada hipótesis específica, así como las verificaciones estadísticas efectuadas, consolida la hipótesis final: Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020, según el coeficiente de correlación de Spearman rho 0,787. Al respecto, De acuerdo a Espinoza y Peña (2012), la cultura de emprendimiento es la agrupación de valores, creencias, hábitos, costumbres que comparte un grupo colectivo de individuos para la generación de una organización empresarial, y para ello debe aprovechar oportunidades, ejercer un liderazgo efectivo y emprendedor, gestionar efectivamente los riesgos, con responsabilidad social, todo ello permite generar un valor social que beneficia al emprendedor, a la economía y a la sociedad, entonces, se puede indicar que las personas emprendedoras poseen características que las distinguen del resto.

Los resultados encontrados con Sumba-Bustamante, Almendariz-González, Baque-Chancay, y Aliatis-Bravo, (2020), quienes concluyeron que la situación de la pandemia ha generado a que se incursione nuevos emprendimientos relacionados al comercio electrónico, que permite desarrollar las transacciones económicas de manera virtual en tiempo real, en otras palabras, con estos hechos se evidencia una nueva revolución tecnológica, debido a que en tiempo de pandemia, en un primer momento, no había nada presencial, la mayoría de las labores eran virtuales, entonces ahí se presenta la necesidad de promover las estrategias relacionadas con los objetivos y el entorno, así como la innovación de estrategias.

Los hallazgos encontrados tienen parcial coincidencia en parte con lo aseverado por Cañarte-Quimis, Marcillo-Marcillo, Leones-Pico & Márquez-Toala (2020), quienes concluyeron que, para el desarrollo productivo, es crucial que el desempeño del emprendedor, quien tiene que demostrar habilidades para enfrentar escollos que no permiten la continuidad de la empresa, en este caso, en la situación difícil de la pandemia COVID-19. Cabe resaltar que el emprendimiento en tiempos de pandemia ha permitido que se genere empresas, donde se requirió recursos, como activos tangibles y activos

intangibles, pero se debe tener conocimiento de los recursos y el mercado, que implique que se analice el producto servicio que ofertarán, así como el tipo de mercado objetivo.

Los hallazgos encontrados guardan relación en parte con lo aseverado por Hormazabal (2020), quienes concluyeron que, los emprendedores fueron motivados de manera obligatoria a cambiar sus negocios, asumieron riesgos, pero con responsabilidad, los emprendedores con cualidades y responsabilidad para enfrentar la pandemia de manera eficaz con innovación y creatividad, proactividad, a mayor fortalecimiento del emprendedor habrá mayor generación de entes económicos, y estos aumentan mejorará en gran medida el desarrollo económico del país.

Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo establecido por Rodríguez-Aguilar, Reina-Pinargote, Rodríguez-Moran, y Cañarte-Quimis, (2020), quienes concluyeron que el emprendimiento es muy relevante en la actualidad, y ha permitido que se genere nuevos emprendimientos, debido a que muchas personas naturales o jurídicas que tenían un negocio han tenido problemas de economía graves, a tal punto que tuvieron que despedir a todos sus trabajadores. Pero lo preponderante de que se generen estos nuevos emprendedores hace que se regenere la economía y están relacionados con la creatividad e innovación, con la implementación de tecnología.

Los resultados encontrados guardan relación en parte con lo aseverado por Arenas (2019), quien concluyó que hay un grado de emprendimiento regular (56,1 %). Entre cultura financiera y emprendimiento se halló $P=0,000$ y $R= 0,538^{**}$, lo que determina que existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables. Al respecto, todo emprendimiento requiere inversión; entonces los que quieren emprender un negocio tienen que tener un capital para empezar un negocio o hacer diligencias para obtener un crédito en una financiera o microfinanciera; por ello, se determina que el emprendimiento aumentará si se tiene una sólida cultura financiera, es decir, ahorrar o conseguir recursos dinerarios para emprender un negocio.

Los hallazgos encontrados tienen parcial coincidencia con lo sostenido por Quilia (2020), quien concluyó que el Covid-19 ha hecho revelar las deficiencias del empresario peruano,

debido a que las personas ya tienen un negocio no han estado preparados para cualquier situación de contingencia; por ello se requiere que ellos cuenten con competencias de gestión administrativa, donde se tiene la primera fase de planificación, entonces es perentorio que promuevan estas competencias de planificación que aprendan a realizar planes de contingencias para que su empresa sobreviva. Por tanto, tal situación de enfrentar este tipo de escollos es un desafío que solo se solucionará con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores, pero cumpliendo la normatividad a todo nivel.

Los hallazgos encontrados guardan relación en parte con lo establecido por Fababa, Gutiérrez, e Ique (2021), quienes concluyeron que la optimización de la gestión empresarial está en función de que se desarrolle un buen control preventivo. Al respecto, es crucial que, para que la empresa no fracase en tiempos de contingencia, deben poseer una cultura de prevención o desarrollar un control preventivo sólido, tener información actualizada, contar con planes de prevención o planes de contingencia, organización del trabajo, identificar riesgos, desarrollar permanentemente la evaluación del contexto económico y político. Contar con planes y presupuestos listos para enfrentar alguna contingencia.

Los hallazgos encontrados guardan relación en parte con lo establecido por Albán, Carbonell, Lazarte, Martino, y Moreno, (2020), quien concluyó que la propuesta de negocio es atractiva y viable debido a que las personas no cuentan con los insumos necesarios para una correcta rutina de higiene fuera de casa. Este modelo de negocio en el medio ambiente ha causado un impacto positivo. Lo importante que, para concretizar este proyecto, se tuvo que hacer la verificación de su viabilidad, en todos los niveles, como financiero, sobre todo, pero con la utilización del Marketing, por ello es crucial que, para emprender, se tiene que tener competencias profesionales en la gestión administrativa y en marketing.

Los hallazgos encontrados guardan relación en parte con lo establecido por Ramírez y Campos, (2021), quienes concluyó que la pandemia del COVID-19 tuvo una desfavorable influencia en la actividad de las micro y pequeñas empresas, reflejando en que ya no tenía

ingresos por tener ventas, pues tenían que tener cerrados sus puestos o tiendas. Al respecto, se indica que en el contexto de la pandemia muchas microempresas no estaban preparadas para afrontar este tipo de problemas, no habían hecho planes de contingencia, por lo menos tener un fondo de contingencia, por lo que la mayoría de las microempresas han cerrado y ahora siguen cerrando, pero otras se han reinventado, es decir, han cambiado su giro de negocio de acuerdo a las demandas más altas que presenta el contexto.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó significativamente en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020, reflejado en que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia es regular (63,4 %) y la generación de empresas es regular (66,7 %).
2. Se ha demostrado que la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Reflejado en que la cultura de emprendimiento es regular (63,3%) y la generación de empresas en cuanto a la oportunidad (48,9 %).
3. Se ha comprobado que los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020, reflejado en que los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia es regular (61,1 %) y la generación de empresas en cuanto a los recursos es regular (55,6 %).
4. Se ha demostrado que las competencias de los emprendedores para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. Competencias del emprendedor para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia (76,7 %) y la generación de empresas en cuanto al mercado es regular (82,2 %).
5. Se ha determinado que las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020, reflejado en que las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia se encuentra regular (43,3 %) y la generación de empresas en cuanto a las estrategias (86,7 %).

6. Se ha comprobado que existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.

RECOMENDACIONES

1. Que exista una articulación interinstitucional para apoyar al emprendedor, y se haga una reunión a nivel regional para proponer que se emita normas, que reflejen incentivos tributarios, así como se delinee nuevas políticas y programas y proyecto para que se garantice el progreso del emprendimiento en una adecuada dirección. Ha determinado que la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó significativamente en la generación de empresas en la ciudad de Tacna.
2. Se sugiere se realice un diagnóstico y análisis de manera técnica de los sectores, actividades, procesos y productos, para que el Estado actúe centralmente relacionado algún tipo de promoción.
3. Por parte de las universidades que promueva la cultura de emprendimiento a través del área de incubadora de empresas de manera institucionaliza; tal aspecto asegura que depure y mejore los proyectos emprendedores.
4. Que los entes pertinentes elaboren estadísticas profundas para que se consulte, analice y se investigue sobre temas de emprendimiento.
5. Que las universidades públicas y privadas de la región Tacna, desarrollen programas de capacitación sobre fortalecimiento de competencias de los emprendedores, en cuanto al tecnicismo y la innovación.
6. La Escuela de Posgrado, a través de la Maestría de Gestión Empresarial, debe desarrollar manuales de proceso de innovación de productos y servicios para los emprendedores, de acuerdo al contexto nacional y local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and Entrepreneurship”. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300.
- Albán, A.; Carbonell, V-; Lazarte, A. Martino, R. y Moreno, L. (2020). *Modelo de negocio jabón antibacterial emprendimiento Covid 19 Debido al contexto del Covid 19*. (Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas)
- Alvarado-Choez, D.; Barreto-Madrid, R. y Baque-Cantos, M. (2021). Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia Covid- 19. *Pol. Con.* (Edición núm. 56) Vol. 6, No 3 Marzo 2021, pp. 2145-2164. Dialnet-EmprendimientoEInnovacionDelSectorMicroempresarial-7926942%20(5).pdf
- Arenas, L. (2019). *Relación entre nivel de cultura financiera y grado de emprendimiento en transportistas del entorno terminal terrestre, Arequipa 2018*. (Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa). <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9086>
- Barón, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic “why” questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00008-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00008-9)
- Benites, A. Covid-19: cinco desafíos financieros -contables que enfrentarán las empresas en el 2020). (Diario Gestión 07 de abril del 2020) <https://gestion.pe/opinion/covid-19-cinco-desafios-financieros-contables-que-enfrentaran-las-empresas-en-el-2020-noticia/>
- Besanko D.; Dranove D.; Shanley M.; y Schaefer S. (2010). *Economics of strategy (Fifth edition. ed.)*. John Willey & Sons (Asia) Pte.Ltd.

- Cando-Morales, A.; Erazo, J. Álvarez-Gavilanes, J.; Rivera, J. (2021). CIENCIAMATRÍA. Revista interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología. Año VI. Vol. VII. Nro. 12. Enero-Junio 2021.
- Cañarte-Quimis, L. T., Marcillo-Marcillo, Y. L., Leones-Pico, J. N., & Márquez-Toala, A. L. (2020). El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 5(4), 72-90. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.297>
- Díaz-Díaz, N., Fajardo, E., y Romero, H. (2021). Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el año 2017. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración* 17(33) <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3688>
- Espinoza Lastra, O. R., Lluglla Luna, L. A., & Padilla Buñay, A. (2021). El emprendimiento rural post Covid-19: consideraciones para una recuperación económica sostenible. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S1), 443-451. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2054/2041>
- Espinoza, C. y Peña, M. (2012). Factores que favorecen la cultura del emprendimiento en la educación básica regular. El caso de las instituciones educativas 14511 y 14507. Pontificia Universidad Católica del Perú. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/5516/ESPINOZA_CAROLINA_PENA_MERCEDES_FACTORES_CULTURA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Esuh Ossai-Igwe, L. y Mohd Sobri, M. (2011). *The Conceptual Framework of Entrepreneur and Self-Management*. Utara: University Utara Malaysia
- Fababa, S.; Gutiérrez, D. y Ique, A. (2021). *El control preventivo en la optimización de la gestión empresarial del sector industrial post Covid-19 en la ciudad de Pucallpa 2020*. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Ucayali). http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/4695/UNU_CONTABILIDA

D_2021_T_ANA-IQUE_STEPHANI-FABABA_DEYVY-GUTIERREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. https://www.t-educa.cl/descargas/pdfs_portal/emprendimiento/emprendydesarrollolocal.pdf.

Galindo, R., & Echavarría, M.V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*. (15), 85-94. http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/la_cultura_emprendedora_en_la_micro_pequena_y_mediana_empresa_del_estado_de_aguascalientes.pdf

Gámez, A. (2017). *5 razones y 5 lecciones para emprender*. Editorial. RPEX

Guerras, L. y Navas López, J. (2007). Capítulo 1, 7, 12 al 17. En L. A. Guerras Martín, *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. (4º Edición ed.). Madrid, Madrid, España: Thomson-Civitas.

Haefele, S., Hobson, A., & Storr, V. H. (2020). Coming Back from Covid-19: Lessons in Entrepreneurship from Disaster Recovery Research. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3592966> Hevia, C.

Hormazabal, P. (2020). *Inmigración y emprendimiento: estudio comparativo de los colectivos colombianos y chilenos en España y de los colectivos colombianos y españoles en Chile*. (Tesis de doctorado, Universidad de Almería, España).

Hu-Chan, G.; Itzel, C.; Kumul-Xool, G.; Xool-May, R. y Sánchez-Limón, M. (2020). El emprendimiento y sus impactos en la economía por la pandemia Covid-19. *Revista 6* (10): 20-31 <https://educiencia.uat.edu.mx/index.php/Educiencia/article/view/196/132>

Hu-Chan; Itzel; Kumul-Xool; Xool-Ma. y Sánchez-Limón, (2020), elaboraron el estudio “El emprendimiento y sus impactos en la economía por la pandemia Covid-19”. *Revista 6* (10): 20-31 (julio-diciembre 2020).

- North, D. C. (1993). Institutional Change and Economic History. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 149(1), 11-23.
- Parra, L. & Fleitas, M. (2010). Incubación de proyectos para iniciativas empresariales en la Universidad Libre de Cali. *Ingeniería Industrial*, 31(3), 1-8.
- Parra, M. (2017). *Emprendimiento y creatividad*. ECOE EDICIONES.
- Peñaherrera, M. y Cobos, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. REICE. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247.
[<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551/55124596016>Proaño, M.F.
- Priem, R.L., Li, S. y Carr, J.C. (2011). *Insights and New Directions from Demand-Side Approaches to Technology Innovation, Entrepreneurship, and Strategic Management Research*. *Journal of Management*, 38(1), 346-374.
- Quilia, J. (2020). *Desafíos en la gestión empresarial de las mypes en tiempos de COVID-19*. (Tesis de maestría, en la Universidad César Vallejo. El trabajo de investigación titulado “Desafíos en la gestión empresarial de las MyPEs en tiempos de Covid-19, Perú”
- Ramírez, E. y Campos, W. (2021). Microempresas en pandemia: una aproximación desde el discurso del emprendedor. *Economía y Negocios*, Vol. 02 N° 02 (2020) (22-31) ISSN-L 2708-6062 © Fondo Editorial - Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna – Perú.
- Revista Universidad y Sociedad*, 13(S1), 443-451.
<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2054/2041>
- Rivera, P. (2016). *El emprendimiento y la creación de empresas. etapas y factores clave de éxito* (Tesis de doctorado). Universidad Rey Juan Carlo, España.
- Rodríguez-Aguilar, V.; Reina-Pinargote, C.; Rodríguez-Moran, K. y Cañarte-Quimis, L. (2020). Nuevos emprendimientos: Un análisis a sus tipos y posicionamiento

postcovid-19 <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/298> Octubre-diciembre, pp. 91-113

- Sánchez, F. (2019). *Guía de tesis y proyectos de investigación*. Centrumlegalis
- Santamaria Velasco, C. A., Montañez Moya, G. S., & Gutiérrez Olvera, S. (2021). Emprendimiento en México: el antes y el después de la covid-19. *Revista Internacional De Organizaciones*, (27), 35-57. <https://doi.org/10.17345/rio27.35-57>
- Santamaria, C.; Montañez, G. y Gutiérrez, S. (2021). Emprendimiento en México: el antes y después de la covid-19. http://www.revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/view/373
- Saxena, A. y Sethi, J. (2006). *Entrepreneurship and Small Business*. Delhi: University of Delhi.
- Schnabl, P. Spulber y Daniel, F. (2010). *The theory of the firm: microeconomics with endogenous entrepreneurs, firms, markets, and organizations*, American Library Association Choice.
- Schumpeter, J. A. (2003). The theory of economic development. En J. & Schumpeter, *Entrepreneurship Style and vision* (págs. 61-116.). USA: Springer.
- Schumpeter, J. (1911). *Theory of Economic Development*. Oxford University Press
- Spulber, D. (1999). *Market microstructure: intermediaries and The Theory of the Cambridge*. University Press.
- Spulber, D. (2014). *The Innovative Entrepreneur*. Cambridge. University Press.
- Suárez, F. (2021). *Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento e innovación* (Trabajo de investigación como requisito para optar el título de magister en administración de empresas e innovación en la Universidad Simón Bolívar. Colombia).

http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/8240/PDF_Resumen.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Sumba-Bustamante, R.M; Almendariz-Gonzalez, S.; Baque-Chancay, C. y Aliatis-Bravo, V. (2020). Emprendimientos en tiempo de covid-19: De lo tradicional al comercio electrónico. Revista fipcaec. enfoques. Vol. 5 Núm. 4 (2020): Edi 22 Octubre-Diciembre <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/300>. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas un enfoque gerencial, 33". <http://blanespromocio.cat/web/upload/public/documents/Biblioteca%20emprenedor/Biblioteca%20emprenedor/La%20creaci%C3%B3n%20d'empreses.pdf>

Veciana, V. (1999). Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

World Health Organization. Coronavirus disease (COVID-19) outbreak. Situation report 57.2020. [Links]

Zahra, S. A. y Nambisan, S. (2012). Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems. Business Horizons, 219–229.

ANEXOS

Anexo 1:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

**CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA Y
GENERACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2020**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema general ¿De qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p> <p>Problemas específicos a) ¿Cómo la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020? b) ¿De qué forma los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p>	<p>Objetivo general ¿De qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p> <p>Objetivos específicos a) Establecer cómo la situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. b) Verificar de qué forma los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p>	<p>Hipótesis general ¿De qué manera la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p> <p>Hipótesis específicas a) La situación actual de la actividad en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. b) Los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020. c) Las competencias de los emprendedor</p>	<p>Variable Independiente: Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia</p> <p>Variable dependiente: Generación de empresas</p>	<p>Caracterización o tipo del diseño La presente investigación es de diseño no experimental y transversal.</p> <p>Población En el presente estudio estuvo constituida por los emprendedores de los diferentes sectores de bienes y servicios de Tacna; por lo que se considera una población infinita, que tiene un tratamiento especial para la determinación de la muestra.</p> <p>Muestra Con el propósito de generalizar los resultados a la población de usuarios, se seleccionó una muestra de acuerdo con el criterio de la varianza máxima para un</p>

<p>c) ¿De qué manera las competencias de los emprendedores es para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p> <p>d) ¿En qué medida las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p> <p>e) ¿Cuál es la relación que existe entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020?</p>	<p>c) Analizar de qué manera las competencias de los emprendedores es para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p> <p>d) Determinar en qué medida las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p> <p>e) Determinar la relación que existe entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p>	<p>es para adaptarse al cambio en tiempo de pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p> <p>d) Las cualidades y responsabilidades del emprendedor para enfrentar la pandemia influyó en la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p> <p>e) Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia y la generación de empresas en la ciudad de Tacna, año 2020.</p>	<p>muestreo probabilístico y para una población infinita, la cual arrojó un tamaño de 384 usuarios con la finalidad de ser encuestados, de los cuales se tomó la cantidad de 90.</p> <p>Técnicas e instrumentos para recolección de datos Para el presente estudio se aplicará los instrumentos: cuestionarios para evaluar si la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia influye en la generación de empresas, Tacna.</p>
---	---	---	--

Anexo 2: Instrumentos

Instrumento 1

CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Sr. Sra. Srta.:

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción. Por favor, evalúe los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

Escala de valoración

Muy en desacuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	Categoría				
		1	2	3	4	5
	SITUACIÓN ACTUAL DE LA ACTIVIDAD EN TIEMPOS DE PANDEMIA					
	Efecto del COVID 19 en la situación actual de la actividad					
1	La situación actual de la actividad que realiza en su organización quedó debilitada por la pandemia, lo que motivo a generar uno nuevo.					
2	La situación actual de la actividad que realiza en su organización quedó debilitada por la pandemia, lo que motivo a cerrar su negocio.					
	Situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento y otras medidas					
3	Situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante el confinamiento se redujo.					
4	Situación actual de la demanda de sus productos o servicios, durante las medidas implementadas por el Gobierno se redujo.					
	Situación actual del personal					

5	En el contexto de la pandemia me ha permitido fortalecer mis habilidades e identificación de oportunidades					
6	Usted siempre está deseoso de mostrar una identidad emprendedora					
7	En cuanto a mi proactividad, tomo mis propias decisiones.					
8	Usted es tolerante a la incertidumbre/ambigüedad					
9	Usted posee la capacidad de innovar.					
10	Usted es perseverante para las habilidades de aprendizaje					
	DESAFÍOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA					
	Desafíos tecnológicos: Digitalización					
11	Usted tiene predisposición por el desarrollo de ideas de negocio en entornos virtuales, para hacer frente a los desafíos para emprender un negocio en tiempos de pandemia.					
12	Usted le gusta comprender y aprovechar el uso de las Tics para emprender su nuevo negocio.					
	Desafíos financieros- contables					
13	Usted asume con responsabilidad los desafíos financieros para emprender un negocio en tiempo de pandemia.					
14	Usted asume con responsabilidad los desafíos contables para emprender un negocio en tiempo de pandemia.					
	Desafíos tributarios					
15	Usted asume con responsabilidad los desafíos tributarios en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones formales para emprender un negocio en tiempos de pandemia.					
16	Usted asume con responsabilidad los desafíos tributarios en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones sustanciales para emprender un negocio en tiempos de pandemia.					
	Capital humano					
17	Usted asume con responsabilidad reclutar personal competente para enfrentar el desafío de emprender un negocio en tiempos de pandemia.					
18	Usted asume con responsabilidad seleccionar personal competente para enfrentar el desafío de emprender un negocio en tiempos de pandemia.					

	COMPETENCIAS DEL EMPRENDEDOR PARA ADAPTARSE AL CAMBIO EN TIEMPOS DE PANDEMIA					
	Conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia					
19	Usted tiene suficientes conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.					
20	Usted tiene suficientes conocimientos para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.					
	Habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia					
21	Usted tiene suficientes habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.					
22	Usted tiene suficientes habilidades para adaptarse al cambio en tiempos de pandemia.					
	CUALIDADES Y RESPONSABILIDADES DEL EMPRENDEDOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA					
	Consideración del riesgo					
23	Usted para emprender un negocio considera los riesgos operativos.					
24	Usted para emprender un negocio considera los riesgos operativos.					
	Creatividad e innovación					
25	Usted disfruta de crear nuevos procesos de negocio.					
26	Usted tiene una actitud positiva hacia la innovación.					
	Proactividad					
26	Usted está dispuesto a aceptar retos y desafíos para emprender un negocio.					
27	Usted actúa con determinación, para la consecución de las metas para emprender un negocio.					
	Búsqueda de información					
28	Usted tiene interés por la búsqueda de información para hacer frente a emprender un nuevo negocio					
29	Usted le gusta la búsqueda de información para desarrollar estrategias de emprendimiento.					

INSTRUMENTO 2

GENERACIÓN DE EMPRESAS

Sr. Sra. Srta.:

El presente estudio tuvo como finalidad evaluar la generación de empresas, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción. Por favor, evalúe los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un aspa (X) el dígito que corresponda para cada afirmación.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

Escala de valoración

Muy en desacuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	OPORTUNIDAD					
	Formación, experiencia o motivaciones del emprendedor para plasmar su idea en un proyecto					
1	Usted recibe formación y es motivado por instituciones públicas para plasmar su idea en un proyecto					
2	Usted recibe formación y es motivado por instituciones privadas para plasmar su idea en un proyecto					
	Usted posee experiencia para plasmar su idea en un proyecto					
	Análisis del proyecto del emprendedor					
3	Usted analiza el proyecto de acuerdo					
4	Usted analiza el proyecto de acuerdo					
	Inserción social o relaciones del emprendedor con el entorno.					
5	Usted se relaciona con entidades públicas para conseguir información.					
6	Usted se relaciona con entidades privadas para conseguir información.					

	RECURSOS					
	Activos tangibles					
7	Usted posee activos tangibles como infraestructura para emprender un negocio.					
8	Usted posee activos tangibles como equipamiento para emprender un negocio.					
	Activos intangibles					
9	Usted posee activos intangibles como software.					
10	Usted posee activos intangibles como diseño de productos.					
	MERCADO					
	Análisis del producto o servicio que ofertarán					
11	Usted analiza el producto que ofertarán para determinar a qué clase de mercado se desea llegar.					
12	Usted analiza el servicio que ofertarán para determinar a qué clase de mercado se desea llegar.					
	Tipo de mercado objetivo					
13	Usted analiza el producto que ofertarán para determinar el mercado objetivo que se desea llegar.					
14	Usted analiza el servicio que ofertarán para determinar el mercado objetivo que se desea llegar.					
	Determinación de los compradores					
15	Usted posee conocimientos para determinar los compradores de sus productos.					
16	Usted tiene habilidades para determinar los compradores de sus productos.					
	ESTRATEGIAS					
	Estrategia relacionada con el objetivo y entorno					
17	Usted aplica estrategias relacionadas con el objetivo para conseguir más clientes.					
18	Usted aplica estrategias relacionadas con el entorno para conseguir más clientes.					
	Innovación de estrategias					
19	Usted innova estrategias para relacionarse con el entorno para conseguir más clientes.					
20	Usted posee competencias gerenciales y tecnológicas para innovar estrategias para conseguir los objetivos del negocio.					
	FACTORES DEL ENTORNO					
	Normas que estimulan la generación de empresas					
21	Usted considera que hay suficientes normas para la generación de empresas.					

22	Usted considera que las normas existentes son acertadas para contribuir a generar empresas.					
	Cultura empresarial					
23	Usted posee una actitud positiva de gestionar una empresa.					
24	Usted tiene predisposición para hacer más productiva su empresa.					

Anexo 3: Confiabilidad

CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre 0 y 1.

TABLA 1
ESCALA DE ALPHA DE CRONBACH

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0.01 - 0.49	Baja confiabilidad
0.50 - 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 - 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 - 1.00	Alta confiabilidad

APLICACIÓN DE COEFICIENTE DE ALPHA DE CRHOMBACH

Utilizando el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuyo reporte del software SPSS 23 es el siguiente:

TABLA 2.
ALPHA DE CRONBACH: CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,851	26

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0,851 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Cultura de emprendimiento en tiempos de pandemia” es de fuerte confiabilidad.

TABLA 3
ALPHA DE CRONBACH: GENERACIÓN DE EMPRESAS

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,834	24

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0,834 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Generación de empresas” es de fuerte confiabilidad.

Anexo 4: Validación

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN TIEMPOS DE PANDEMIA Y GENERACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2020

1. DATOS GENERALES

1. Apellidos y nombres de informante (Experto): ECHEGARAY MUNENAKA, Víctor Carmen
2. Grado académico: DOCTOR
3. Profesión: ESTADISTICA
4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
5. Cargo que desempeña: DOCENTE
6. Autor de los instrumentos: BACH. JULIO RODAS MENDOZA

2. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento					
		Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIAS	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL						
SUMATORIA TOTAL						

3. RESULTADO DE VALIDACIÓN

3.1 Opinión: **FAVORABLE**.....X..... **DEBE MEJORAR**.....

NO FAVORABLE.....

3.2 Observación:.....
.....

VEY

.....
Firma