

**USS | UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**INFLUENCIA DEL AHORRO EN EL
EMPRENDIMIENTO DE LOS COMERCIANTES DEL
MERCADO DEL PUEBLO 2019**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL DE
BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor (es):

Ignacio Silva Jeyli Yoana

Asesor:

Mg. Cubas Carranza Janet Isabel

Línea de Investigación:

Finanzas

Pimentel-Perú

2019

PÁGINA DEL JURADO

TITULO:

**INFLUENCIA DEL AHORRO EN EL EMPRENDIMIENTO DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO DEL PUEBLO 2019.**

APROBACIÓN DEL JURADO

JEYLI YOANA IGNACIO SILVA

AUTOR

PRESIDENTE

VOCAL

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación Influencia Del Ahorro En El Emprendimiento De Los Comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo. Está enfocada a identificar la cantidad de ahorro de los comerciante, conocer la importancia del ahorro otorgada, identificar las fuentes de financiamiento de los comerciantes emprendedores, conocer el nivel de ingresos y principalmente determinar la influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019, ubicado entre las calles Zarumilla y paseo el Deporte, Urb. Remigio Silva entre, asimismo, en la ejecución se aplicó una encuesta a 36 comerciantes compuesto por 6 preguntas en relación a la variable Ahorro y 7 preguntas destinadas a evaluar el Emprendimiento, identificando que el 72.2% de los encuestados destinan de sus ingresos obtenidos mensualmente al ahorro entre el 10% y 20%, la importancia de los ahorros en un 33.3% y es la principal fuente de financiamiento al momento de echar a andar su propia empresa. Y donde el 76.6% de los encuestados cuentan con ingresos familiares desde S/. 2,001.00 a S/. 6,000.00 soles. Evidenciando que muchos hogares no dependen directamente del negocio emprendido por uno de los cónyuges, sino que cuentan con ingresos adicionales para sustentar los gastos familiares sin ser necesario tocar las ganancias o el capital del negocio. Concluyendo no existe una influencia significativa de ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo.

PALABRAS CLAVE: Ahorro, Emprendimiento, Emprendedor, Financiamiento.

ABSTRACT

The objective of the present investigation Influence of the Savings in the Entrepreneurship of the Market Merchants of the Pueblo-Chiclayo. It is focused on Identifying the amount of savings of the merchants, Knowing the importance of the granted savings, Identifying the sources of financing of the entrepreneur traders, knowing the level of income and mainly Determining the influence of the saving in the entrepreneurship of the merchants of the Market of the Pueblo 2019. Located between the streets Zarumilla and Paseo el Deporte, Urb. Remigio Silva between, Likewise, in the execution a survey was applied to 36 merchants composed of 6 questions in relation to the variable Savings and 7 questions aimed at evaluating the Entrepreneurship , identifying that 72.2% of the respondents allocate from their monthly income to savings between 10% and 20%, the importance of savings in 33.3% and is the main source of financing when starting their own company . And where 76.6% of respondents have family income from S /. 2,001.00 to S /. 6,000.00 soles. Evidence that many households do not depend directly on the business undertaken by one of the spouses, but have additional income to support family expenses without having to touch the profits or the capital of the business. In conclusion, there is no significant saving influence in the entrepreneurship of the Mercado del Pueblo merchants.

KEYWORD: Savings, Entrepreneurship, Entrepreneur, Financing.

INDICE

RESUMEN	iii
PALABRAS CLAVE: Ahorro, Emprendimiento, Emprendedor, Financiamiento.	iii
ABSTRACT	iv
KEYWORD: Savings, Entrepreneurship, Entrepreneur, Financing.	iv
I. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Realidad Problemática	6
1.2. Trabajos Previos	8
1.3. Teorías Relacionadas al Tema	14
1.4. Formulación del Problema	17
1.5. Justificación e importancia del estudio	17
1.6. Hipótesis	18
1.7. Objetivos	18
II. MATERIAL Y MÉTODOS	19
2.1. Tipo y Diseño de Investigación	19
2.2. Población y muestra	19
2.3. Variables, operacionalización	20
2.4. Técnicas e instrumentos de análisis de datos	21
III. RESULTADOS	22
3.1. Tablas y Figuras	23
IV. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	38
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
5.1. Conclusiones	43
5.2. Recomendaciones	44
VI. REFERENCIAS	45

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de consistencias.....	20
Tabla 2. Edad de los Comerciantes.....	23
Tabla 3. Sexo de los comerciantes.....	24
Tabla 4. Nivel Académico de los comerciantes.....	25
Tabla 5. ¿Es Ud. Una persona que ahorra?.....	26
Tabla 6. ¿Cuál de las modalidades de ahorro utiliza?	27
Tabla 7. ¿Cómo son sus ahorros?	28
Tabla 8. ¿Podría brindarnos un aproximado de sus ingresos mensuales?	29
Tabla 9. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro mensualmente?	30
Tabla 10. ¿Por qué cree que es importante ahorrar?.....	31
Tabla 11. ¿Cómo Inicio su Negocio?	32
Tabla 12. ¿Cuál fue la fuente de financiamiento que le permitió emprender?.....	33
Tabla 13. ¿Cuál es la mejor fuente de financiamiento para emprender un negocio, según su criterio?.....	34
Tabla 14. ¿Cuál es el destino de sus ahorros después de haber emprendido?.....	35
Tabla 15. ¿Cuál es el nivel de su ingreso familiar?.....	36
Tabla 16. ¿Se ha incrementado su capital con el pasar de los tiempos?.....	37

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Torres, et al. (2017) descubrieron instrumentos y componentes influyentes de la cultura y en el emprendimiento. Instrumento característico para fortalecer el valor de sus organizaciones, permitiendo a la colonia árabe a emprender actividades económicas, sobre todo en el comercio, aportando por generaciones a la economía de Colombia. Siendo actualmente sus apellidos muy reconocidos en el rubro empresarial del país.

Las empresas creadas desde el enfoque social permiten fortalecer los niveles de emprendimiento empresarial, logrando desarrollarse organizacionalmente menguando los niveles de exclusión social. Es fundamental la cooperación de casas de estudio, gobierno, comunidad, empresas, financieras. Que permitan generar diversas posibilidades productivas. Crear y potenciar una cultura emprendedora orientada a la evolución de habilidades que aviven el ingenio y compromiso organizacional de crear nuevo valor en las prácticas que emprenda, incluya a otros (CIRIECespaña, 2012)

El principal problema del ahorro y el emprendedor en Chile, se debe al financiamiento, se realiza a través de créditos y no al ahorro, generando menores ingresos al emprendedor debiendo devolver de manera periódica capital e interés, y sumándole los altos impuestos que el gobierno exige para financiar políticas sociales; presionando de esta manera al sector emprendedor. Una propuesta del autor: El gobierno debería otorgar gracia merced tributaria para los cinco primeros años de una empresa permitiendo de esta manera incrementar el tamaño de emprendedores (Silva, 2018)

Según Littlefield, (2015) no todo depende del ahorro, cuando se trata de emprendedoras con empresas en marcha tanto en Brasil, Vietnam y Kenya como en muchos otros países, no es fácil acceder al sistema financiero; cuentas de ahorro, créditos, adicionalmente el emprendedor debe conocer del rubro, contar con estrategias y nociones básicas de administración, para hacer crecer su negocio. Es aquí donde entran a tallar las entidades estatales y privadas, quienes ya

deben estar trabajando conjuntamente para apoyar la innovación de las emprendedoras organizadas quienes lograran contribuir con la economía del país.

Son muchas y diversas las dificultades que debe afrontar un emprendedor como: Talento humano; entusiasta, eficiente, confiable. Clientes; conseguirlos es complicado pero no más que conservarlos satisfechos; y la más complicada pero no imposible inversión, los medios de financiación: Ahorros, Créditos Bancarios, Crowdfunding; financiación por medio de la red (Bordes s/f).

El crecimiento de la empresa no define su éxito, dependiendo de diferentes agentes, perseverancia acompañada de constante capacitación en temas de emprendimiento, estrategias y planificación antes de emprender el negocio (Vílchez, 2018)

No es lo mismo emprender en países sub desarrollados que en países denominados del primer mundo, al igual si lo hace una persona que terminó el colegio a una con estudios universitarios o maestrías. Al igual la diferencia existente de aquel emprendedor que heredó una fortuna y le dio un nuevo impulso de aquellos con sus ingresos mensuales (Ortega, et al, s/f).

La pobreza y el desempleo son dos incógnitas Con la finalidad de reducir el comercio ambulatorio de los alrededores del Mercado Modelo la Subgerencia de Desarrollo Empresarial y Formalización de la Municipalidad Provincial de Chiclayo, llevo a cabo el empadronamiento a los comerciantes ambulantes del mercado arriba mencionado con la finalidad de reubicarlos en los nuevos ambientes del Mercado de Pueblo. Inmueble que fue cedido por el Gobierno regional a la Municipalidad Provincial de Chiclayo por un lapso de 10 años, la reubicación se llevó a cabo en el año 2016. El nuevo Mercado del Pueblo se encuentra ubicado en la Urb. Remigio Silva, entre las calles Zarumilla y Paseo el Deporte- Pueblo Joven Simón Bolívar.

Solo una pequeña cantidad de los comerciantes ambulantes del Mercado Modelo se logró reubicar en el nuevo mercado y sin costo alguno, con la finalidad de implementar y no abandonar los puestos asignados. Los Comerciantes que prefirieron continuar como informales en el Mercado Modelo, manifiestan que sus ingresos se verán reducidos al efectuar sus actividades en dicho mercado. Ingresos necesarios para costear gastos familiares, salud, educación, obligaciones con proveedores y con instituciones financieras.

Actualmente en los ambientes del Mercado del Pueblo, no solo encontramos a comerciantes reubicados del Mercado Modelo, sino también aquellos pobladores que vieron la oportunidad de emprender sus ideas de negocios, otros para implementar, acondicionar, o ampliar en algunos casos nuevos puntos de ventas, los comerciantes se informaron a través de amigos, familiares, internet y decidieron recurrir a sus ahorros para financiar sus emprendimientos, con la convicción de hacer crecer su negocio y mejorar sus ingresos.

1.2. Trabajos Previos

La investigación del gobierno de Chile obtuvo como resultado que el 73% de los emprendedores lograron financiar el presupuesto inicial de su idea de negocio con ahorros propios, evidenciando que favorecer el ahorro en los emprendedores origina aciertos de desarrollo de los negocio y progresa la fase económica de las familias. Así mismo se evidenció que la fuente de los medios mayormente procede del emprendimiento con un 69% y sueldos previos con un 18%, demostrando que el emprendimiento produce bienestar y facilita acaparar los medios económicos logrando mejorar su calidad de vida (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo 2012)

Messina y Peña (s/f) en su trabajo de investigación Alternativas de Financiamiento para Emprendedores, concluyeron “después de verificar que la falta de financiamiento no condiciona el fracaso del emprendedor, sino que en algunos casos el acceso al financiamiento sin ser parte de un proceso, acelera el fracaso del emprendedor” (p.19). Así el financiamiento es de origen propio para más del 55% de emprendedores en Uruguay, debido a la falta de financiamiento institucional, para emprendedores que inician su idea de negocio.

Los Habitantes del barrio “José Tipan Niza” poseen alma emprendedora, con gran talento para poner en marcha ideas de negocios, grupos dispuestos a colaborar en ideas que permitan el crecimiento socioeconómico para favorecer su calidad de vida (Cantos 2015)

Martínez (s/f) en su tesis Doctoral “Análisis de competencias emprendedores del alumnado de las escuelas taller y casas de oficio en Andalucía. Primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes” concluye en lo siguiente:

En este sentido, los alumnos se consideran a sí mismo con poca “iniciativa”, incapaces de “gestionar el riesgo”, propio de un proyecto empresarial, de ahí que se sientan con poca “capacidad para sobreponerse al fracaso”. Además, se declaran poco “componentes para generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios”. Poseen poco “dominio del estrés” y, por lo tanto, son “incapaces de controlarse en situaciones agobiantes”. Su “creatividad” es muy limitada, pues les cuesta “generar ideas novedosas con las que se podría crear un negocio innovador” en definitiva, ellos mismos afirman “carecer de los conocimientos necesarios para iniciar un proyecto emprendedor” (p.494)

Almodóvar (s/f) en su estudio sugiere:

Que impulsar los nuevos negocios no es siempre adecuado en los países menos desarrollados, si el objetivo de la política pública es favorecer el crecimiento económico, como hemos indicado, ciertas economías pueden no beneficiarse del emprendimiento. En esta línea, encontramos apoyo en aquellos de autores que desaconsejan fomentar la actividad emprendedora en las económicas menos favorecidas (p.234)

El espíritu emprendedor es nulo en los jóvenes aragoneses, a pesar de ello los jóvenes tienen presente el valor del plan de negocio al momento de fundar empresa y creer la formación como el elemento más decisivo para el triunfo empresarial (Blasco s/f)

Torrent (2015) en su investigación Ahorro y Planificación Financiera en Relación al Segmento de Jóvenes concluye en lo siguiente:

Los jóvenes tienen poca conciencia en relación a la necesidad de ahorro a largo plazo, desconocen la existencia de productos aseguradores de ahorro, en general carecen en confianza y tiene una opinión negativa del sector y están influenciados por factores de la economía conductual a la hora de tomar decisiones sobre el ahorro. Unido a lo anterior, hay que destacar que los jóvenes, en general, también

carecen de conocimientos y experiencia por una falta de educación financiera y por una relativamente corta (o casi nula) exposición a los servicios financieros (p. 110)

El desconocimiento de la importancia del ahorro en la juventud es perturbador, dejando en evidencia que no se proyectan a futuro y solo tratan de cubrir sus necesidades del día a día y en asuntos de diversión sin considerar las contingencias que se podrían suscitar en el futuro.

Colque (2015) en su tesis de grado El Ahorro en el Sector Rural y el Sistema Financiero-La Paz, en sus de sus conclusiones considera el escaso grado de ahorro en el sector campiña, debido a la pocas oportunidades para acceder a los servicios de entidades permitidas a la captación de recursos económicos y por el escaso conocimiento de las personas sobre los beneficios del ahorro.

La unidad de Micro finanzas Arariwa Agencia cusco, tiene como finalidad brindar apoyo a personas con iniciativa de negocio sin accesibilidad al crédito tradicional y en su deseo de potenciar el desarrollo del emprendedor, brinda por medio de los bancos comunales el microcrédito (cuenta externa) que genera ahorro a través de: Ahorro Planeado (5% del capital) y ahorro libre (apertura y ahorro adicional) que son reintegrados a los participantes en su graduación. Por lo que estimamos que la sección de Mico-finanzas Arraiwa Agencia Cuzco independiente de brindar créditos, también fomenta el ahorro en sus participantes emprendedores [conclusiones a las cuales llegaron] (Auccapuma y Vallenas 2017)

Flores (2018) en su tesis “Implicancia de la Cultura Financiera en la Capacidad de Ahorro de los Clientes de la Caja Arequipa Agencia Puerto Maldonado, Periodo 2016”, concluye:

Queda demostrado que mientras mayor cultura financiera exista se dará mayor capacidad de ahorro, debido a que al tener conocimiento básico de la cultura financiera, se impulsará la capacidad de ahorro, puesto que el conocimiento básico de la cultura financiera ayuda a tomar mejores decisiones en el ahorro (p. 83)

Según Huaman y Conde (2017) en su Investigación Los Créditos Grupales- Tambos Comunales y el Fomento al Ahorro en Beneficio de las Mujeres Emprendedoras Clientes de la Edpyme Credivisión S.A. del Distrito de San Sebastián Periodo-2015 concluye:

EDPYMD CREDIVISIÓN S.A. Promueve el ahorro beneficiando a sus clientes mujeres emprendedoras del distrito de San Sebastián 2015, beneficio monetario percibido por mujeres al final del periodo por concepto de capital de ahorro, interés de capital de ahorro, capital de actividad e interés de capital de actividad, el 31.6% de las entrevistadas disponen sus beneficios en capital de trabajo, el 15.8% lo disponen en compra de un activo, el 23,7% en mejoramiento de vivienda, el 21,1% en mejoramiento de alimentación y un 7.9% en mejora de educación; destinando íntegramente a mejorar su calidad de vida, las ganancias obtenidas por ahorro dentro del programa de créditos grupales de la institución financiera EDPYMD CREDIVISIÓN S.A. (p. 128)

Los ahorros y beneficios obtenidos por mujeres emprendedoras del Distrito de San Sebastián les permiten mejorar su nivel socioeconómico familiar, a la vez forman parte de una institución que fomenta el desarrollo de sus clientes, mediante sus diversos programas. El bienestar familiar se optimiza cuando las mujeres aportan económicamente al hogar, debido al incremento de los ingresos y adecuada utilización del dinero.

Castañeda (2017) en su Investigación Factores que Favorecen el emprendimiento Empresarial en el Sector del Cocique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, año 2017. En una de sus conclusiones manifiesta: “Según el estudio realizado se concluye que los factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector Cacique, son los factores internos heredados, debido a que en dicho sector el modelo familiar es predominante por el estilo de vida que llevan”(p.63)

El emprendedor pone en marcha su negocio mayormente sin tener un plan estratégico para alcanzar sus objetivos. Los jóvenes emprendedores buscan generar sus propios recursos e independencia laboral. También Tuccio (2017) menciona que “Entre las motivaciones para emprender un nuevo negocio, están las siguientes: lograr la realización personal, poner en práctica sus conocimientos, ser su propio jefe, mejorar su nivel de ingresos y no poder estudiar”

(p.56). Los emprendedores más jóvenes dejan de estudiar el colegio con la finalidad de emprender su idea de negocio individual, o colaborar con el negocio familiar, debido a que los ingresos no son suficientes para afrontar la canasta familiar. La presencia del estado es escasa en el ámbito laboral y de los emprendedores, lo cual no garantiza una adecuada formación de las Microempresas, reduciendo las oportunidades de los emprendedores para acceder al sistema financiero, y retrasan el acceso a capitales de trabajo financiado por las Cajas de Ahorro, Cooperativas de Ahorro y Crédito, y Bancos. Los autores reafirman que el emprendimiento es un elemento fundamental en la economía nacional, y su fomento permite la apertura de nuevos negocios (Tuccio 2017)

Según Hurtado (2016) en su Tesis El Ahorro en el Perú, Periodo: 2000-2014, concluye: “El ahorro privado en el Perú tuvo un crecimiento de 5.12% promedio anual en los años 2000-2014; que se explica por un crecimiento algo sostenido de la economía peruana durante el periodo en análisis” (p.63). La economía en Perú en los últimos años, viene siendo sostenible, una característica favorable para las personas que toman la iniciativa de ahorrar; el ahorro es parte de la cultura familiar y del nivel académico de las personas, el Perú está avanzando económicamente y se debe aprovechar para fomentar el ahorro de unos cuantos soles para el futuro.

El entorno familiar influye positivamente en las mujeres emprendedoras, sobre todo las Mypes familiares; así mismo Abad (2016) concluye en su trabajo de investigación Influencia de las Habilidades Sociales y el Talento Emprendedor en las Mujeres de la Organización Pan-Soy 2016, en lo siguiente:

Las mujeres emprendedoras parecen presentar perfiles demográficos, educativos y laborales variados, lo que permite concluir que la edad, el estado civil, el nivel educativo, el tipo de educación, el tipo y el sector de experiencia laboral, no son factores que parecieran caracterizar a las mujeres empresarias (p.79)

El autor Gálvez (2012) en su investigación Perfil del Emprendedor de las Mypes del Sector textil de la Ciudad de Chiclayo Concluye: En cuanto a los obstáculos que enfrentaron los emprendedores Textiles de la ciudad de Chiclayo; al emprender su idea de negocio lo realizaron solos, siendo una limitante para hacer crecer su negocio actualmente sin el apoyo de un socio, y

el capital inicial para la apertura del negocio fue en los rangos de 1,000.00 y 5,000.00 soles; capital insuficiente y determinante de mínimas posibilidades para que el negocio se mantuviese en el tiempo.

Mejía (2015) en su tesis *Actitud Emprendedora de los Egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, en una de sus conclusiones determina:

Los egresados Independientes, algunos de ellos con un nivel alto de dedicación, esfuerzo, sacrificio, etc. apreciaron la importancia de mantener una empresa a flote de otros que se confiaron, cometiendo errores y asumiendo una baja dedicación, esfuerzo, sacrificio, etc., en sus empresas al extremo de cerrarlas (p.46)

La perseverancia una de las característica importantes de toda persona con espíritu emprendedor para seguir vigente en el mercado competitivo, y con mayor posibilidad para los egresados de la carrera de administración quienes son conocedores de las adversidades burocráticas a las cuales deberán enfrentarse, para implementar en su campo de acción lo aprendido en clases.

Díaz y Sialer (2015) Concluyeron que, los ingresos percibidos por trabajadores del distrito de Querocoto que laboran en la empresa minera Río Tinto, lo destinan a la adquisición de bienes de diversión, dejando de lado el bienestar familiar para mejorar su calidad de vida. Así mismo queda evidenciado la intervención del nivel académico en el ahorro, las personas con mejor nivel académico se proyectan al futuro y toman provisiones económicas, destinados a solventar gastos no previstos por casos fortuitos. “Para que las estrategias permitan fomentar el ahorro ente los trabajadores prestadores de servicios de la empresa rio tinto, depende principalmente de elementos educativos, sociales y perspectivas económicas” (p.79)

Delgado y Nuñez (2017) en su investigación *Competencias de Emprendimiento en Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel*, por medio del instrumento aplicado, llegó a concluir en lo siguiente:

Para el caso del indicador “percepción propia como emprendedor”, el 81,8% de los alumnos de administración encuestados tienen una alta percepción de sí mismos como emprendedores, se consideran innovadores, creativos, entusiastas, etc., pero en promedio son los hombres los que tienen esa percepción más alta (4.13 vs. 4.10) (p.123)

Los alumnos del género masculino se sienten con el ímpetu más emprendedor que las mujeres; sin embargo ellos no están dispuestos a iniciar una empresa o negocio con un capital mínimo, siempre buscan algún tipo de financiamiento tanto de la banca, familiares o en algunos casos ahorros propios.

Lujan y López (2018) en su tesis Estrategias Pedagógicas Administrativas Para Fomentar Actitudes de Emprendimiento en los Alumnos de la Escuela Profesional de Administración de la FACEAC, de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, concluyó:

Se diseñó, elaboró y fundamentó un conjunto de estrategias pedagógicas administrativas basadas en teorías pedagógicas, psicológicas y de emprendimiento y se propuso como solución para superar las limitaciones de actitudes de emprendimiento de los estudiantes, para lograr una mejor actitud para el emprendimiento en los estudiantes de la escuela profesional de Administración- FACEAC de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (p. 102)

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

Ahorro

Océano Uno Color (2000) “Parte de la renta que no se dedica al consumo corriente” (p.43), es el dinero separado de los ingresos periódicos y es conservado para un fin específico o para casos de contingencia futuras (salud, educación, Viajes).

Salazar. N., et al. (2012) “El ahorro consiste en economizar en los gastos de la familia, dado los ingresos del hogar, para hacer frente a necesidades futuras” (p.18)

Cultura del ahorro

Al hablar de cultura se nos viene a la mente los términos de Familia, Educación Financiera. Para adquirir la cultura del ahorro en un hogar se debe fomentar desde la infancia, incentivando a los más pequeños a trazarse metas, no se les debe prestar dinero, el trabajo debe ser remunerado, ayudarlos a priorizar las metas, enseñarles a formular un presupuesto. Enseñanzas que serán transmitidas de generación en generación convirtiéndose en una cultura familiar.

Emprendimiento

Liouville (citado Maulanda, J., et al, 2009) uno de los principales autores sobre emprendimiento define “la verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear” (p.159), aquel que brinda valor agregado a los productos o aquel innovador.

Para Castillo (1990) no existe una sola definición de emprendimiento, considera que es cambiante y con el paso del tiempo esta característica típica en las personas va cambiando de acuerdo a las generaciones y tecnología.

Ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más espíritu emprendedor. Todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo. Pero por cada Apple, Domino's y Lotus, hay miles de nuevos negocios, tiendas de ropa y firmas consultoras que presumiblemente han tratado de ser innovadoras, de crecer y de mostrar otras características que demuestran la existencia de espíritu emprendedor en un sentido dinámico, pero que han fracasado (p.4)

Según Castillo (1990) la diferencia entre la escuela austríaca y la de Schumpeter “Los Austríacos enfatizan la existencia perenne de la competencia y la oportunidad emprendedora, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y los disturbios generados por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado” (p.6)

El emprendimiento como Característica

Maulanda, J., et al. (2009) “El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar” (p.154)

Castillo (1990) afirma que el emprendimiento no es una característica innata de las personas “Investigaciones posteriores señalan que el emprendimiento no está relacionado con características de la personalidad sino con una forma de comportamiento, que puede ser cambiado y aprendido” (p.9)

Emprendedor

Se estima a una persona emprendedora Hisrich y Peters (Citado en Olmos 2007) “que combina recursos, trabajo, materiales y otros activos de una manera que su valor es mayor que antes” (p.2). Desde otro punto de vista se considera sobre los emprendedores, [...] se enfoca más en sus particularidades peculiares e individuales: Hisrich y Peters (Citado en Olmos 2007) “desde una Perspectiva Psicológica, este tipo de personas por lo regular son impulsadas por ciertas fuerzas, como la necesidad de obtener o lograr algo, de experimentar, de realizar, o quizá de librarse de la autoridad de otros” (p.2)

Hatten (citado en Olmos, 2007) “el término *entrepreneur* (emprendedor), palabra francesa que data del siglo XVII, se traduce literalmente como “medidor”. Originalmente se refería a los hombres que organizaban y dirigían exploraciones, expediciones y maniobras militares” (p.2). Término que viene evolucionando y ampliándose con el pasar de los tiempos, en términos generales podemos decir que un emprendedor es una estrategia, un luchador de la vida que solo necesita de su creatividad para lograr generar ingresos.

Características de los emprendedores

Según las investigaciones realizadas por diversos autores, coinciden en que los emprendedores tienen varias características en común, a continuación alguna de ellas:

Características según Zimmerer y Scarborough (citado en Olmos, 2007, p.4)

1. “Preferencia por el riesgo moderado... no toman riesgos a la ligera sino que lo hacen de manera calculada.
 2. Confianza en su capacidad, en su capacidad para tener éxito... optimista acerca de sus oportunidades de inversión.
 3. Alto nivel de energía... más energía que la gente promedio” Zimmerer y Scarborough (Citado en Olmos, 2007, p. 5)
 4. “(...) determinación y perseverancia... Los emprendedores deben estar dispuestos a perseverar hasta alcanzar sus objetivos” Moorman y Halloran (Citado en Olmos, 2007, p. 5)
 5. Necesidad de obtener logros.
Tener “una mayor necesidad de obtener logros que el común de la población”
Longenecker, Moore y Petty (Citado en Olmos, 2007, p. 5)
 6. Predisposición a las oportunidades.
“(...) una forma de vigilancia para determinar las oportunidades de negocio” Vinturella
(Citado en Olmos, 2007, p. 5)
- Los emprendedores también suelen a:
7. “tener confianza en su capacidad para lograr el éxito”
 8. “Tolerar el rechazo, la frustración y el estrés”
 9. “Ser hábil para Organizar” Scarborough (Citado en Olmos, 2007, p. 5)

1.4. Formulación del Problema

¿Cómo influyen los ahorros en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El presente trabajo servirá como antecedente para futuras investigaciones relacionadas, en referencia a emprendedores al momento de emprender sus ideas de negocio y toda la estrategia y plan de negocios que el emprender conlleva.

El presente trabajo permitirá dar a conocer la situación del ámbito económico financiero de los comerciantes del Mercado del Pueblo, y sobre todo la influencia del ahorro en el

emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo, porque el ahorro es una herramienta necesaria para poner en marcha las ideas y sueños de las personas permitiéndoles generar ingresos a sus hogares, para mejorar su calidad de vida mediante el ahorro y la necesidad de convertirlo en una cultura.

1.6. Hipótesis

H₁. Los ahorros realizados influyen significativamente en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.

H₀. Los ahorros realizados no influyen significativamente en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.

1.7. Objetivos

Determinar la influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.

Objetivos Específicos

- a) Identificar la cantidad de Ahorro de los Comerciantes del Mercado del Pueblo 2019
- b) Conocer la Importancia del Ahorro de los Comerciantes del mercado del Pueblo 2019
- c) Identificar las Fuentes de financiamiento de los comerciantes emprendedores del Mercado del Pueblo 2019
- d) Conocer el nivel de ingresos de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

La presente investigación es de tipo cuantitativo-correlacional. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede (Fernández y Pértigas, p, 1).

Cuantitativo, porque se analizará la influencia del Ahorro en los comerciantes del Mercado del Pueblo.

Correlacional, porque se evaluará la relación existente entre las dos variables Ahorro y Emprendimiento de los comerciantes, la cual permitirá conocer el comportamiento de ambas variables.

El diseño que se utilizará en la presente investigación es no experimental, porque se llevará cabo a través de la observación tal y como se desarrollan los hechos sin ninguna manipulación de la variable independiente.

2.2. Población y muestra

Población

La población de la presente investigación lo conformaron los comerciantes del “Mercado del Pueblo” de la ciudad de Chiclayo, Urbanización Remigio Silva, dedicados a la venta de abarrotes, carnes, frutas, verduras, comida y locería; están divididos en secciones que hacen una suma total de 36 comerciantes vigentes, así lo manifestó por el Sr. Eduardo Silva, Presidente de la Junta General de Comerciantes del Mercado del pueblo.

Muestra

Se considera muestra a cualquier subconjunto de una población. Se consideró como muestra al total de la población los 36 comerciantes del “Mercado del Pueblo”, por ser población pequeña.

2.3. Variables, operacionalización

Tabla 1. *Matriz de consistencias*

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DATOS
¿Cómo influyen los ahorros en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019?	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Identificar la cantidad de Ahorro de los Comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo.</p> <p>b) Conocer la Importancia del Ahorro de los Comerciantes del mercado del Pueblo –Chiclayo.</p> <p>c) Identificar las Fuentes de financiamiento de los comerciantes emprendedores del Mercado del Pueblo-Chiclayo.</p> <p>d) Conocer el nivel de ingresos de los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo.</p>	<p>H1: Los ahorros realizados influyen significativamente en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.</p> <p>H0: Los ahorros realizados no influyen significativamente en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Ahorro</p>	<p>Cantidad de Ahorro</p> <p>Importancia del Ahorro</p>	<p>Ahorro Programado</p> <p>Ahorro Voluntario</p> <p>Aspecto Empresaria</p> <p>Aspecto Financiero</p> <p>Aspecto Académico</p> <p>Aspecto Social</p> <p>Salud</p>	<p>Análisis documental</p> <p>Encuesta</p> <p>Guía de encuesta</p>
	<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Emprendimiento</p>		<p>Fuentes de Financiamiento</p> <p>Nivel de Ingresos</p>	<p>Entidades Financieras</p> <p>Ahorros</p> <p>Donaciones</p> <p>Prestamos Familiares</p> <p>Prestamistas</p> <p>Proveedores</p> <p>Ingresos Familiares</p>		

2.4. Técnicas e instrumentos de análisis de datos

Las técnicas que se utilizó agrupan guías y métodos que permitirán determinar el vínculo con el objeto de estudio, se aplicarán las siguientes: La observación, análisis documental y cuestionario.

Técnicas

La observación

Esta técnica permitió observar directamente el objeto de estudio, las actividades de los comerciantes involucrados y obtener datos que servirán para resolver el problema del estudio formulado.

El análisis documental

Mediante esta técnica se recolectan datos de fuentes secundarias como libros, revistas, folletos, periódicos; que se utilizaron como fuentes para recolectar datos sobre las variables en estudio.

Instrumentos

Cuestionario

Está conformado por una serie de preguntas que proporcionan información directa sobre sucesos relacionados con las prácticas y condiciones vigentes buscadas.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

Respetando el diseño de la investigación, se procedió a realizar la medición de las variables en estudio, con el correspondiente instrumento de medición en los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019; a seguir con la recopilación de los datos para las variables de estudio referidas al ahorro, desarrollo y emprendimiento; es importante precisar, que para tener fiabilidad en los cálculos de los resultados, se procesó lo datos con el programa estadístico IBM

SPSS versión 21 (Programa estadístico para las Ciencias Sociales), además la redacción estuvo orientada por las normas del estilo APA.

III. RESULTADOS

De acuerdo a la Operacionalización y estructura de las variables en estudio, la primera variable está referida a los ahorros y está constituida por dos dimensiones: Cantidad de ahorro e importancia del ahorro. La segunda variable referida al emprendimiento está constituida por las dimensiones: Fuentes de financiamiento y nivel de ingresos.

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

3.1. Tablas y Figuras

Tabla 2. *Edad de los Comerciantes*

	Frecuencia	Porcentaje
24-39 Años	9	25
40-49 Años	11	30.6
>50 años	16	44.4
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

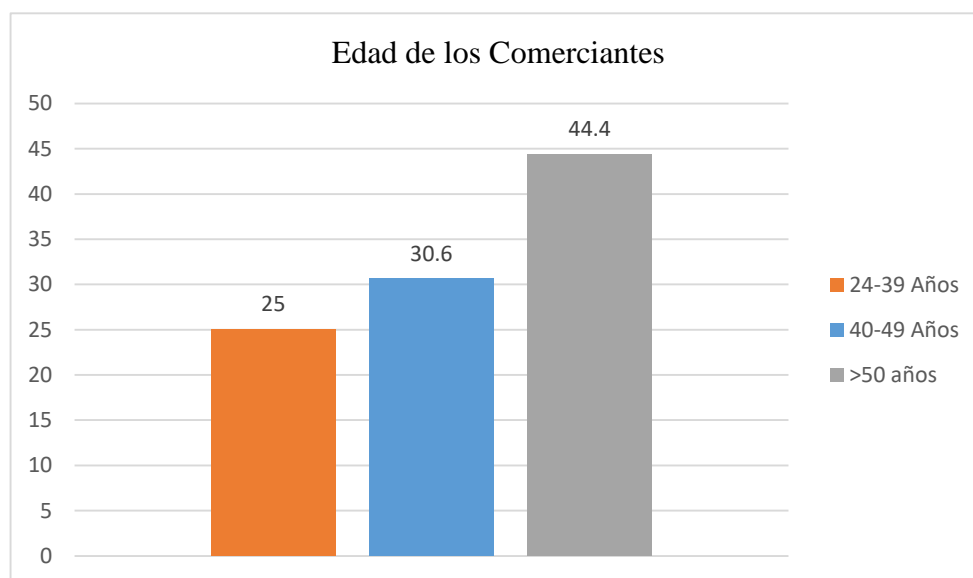


Figura 1. Se observa en la tabla 2 y figura 1, que el 25% de los comerciantes tienen entre 24 y 39 años, el 30.6% tienen entre 40 y 49 años, y solo los comerciantes que tienen 50 años o más corresponden al 44.4%, esto evidencia que más del 55% de los comerciantes oscilan entre las edades de 24 a 49 años del Mercado del Pueblo-Chiclayo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3. *Sexo de los comerciantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	23	63.9
Masculino	13	36.1
Total	36	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

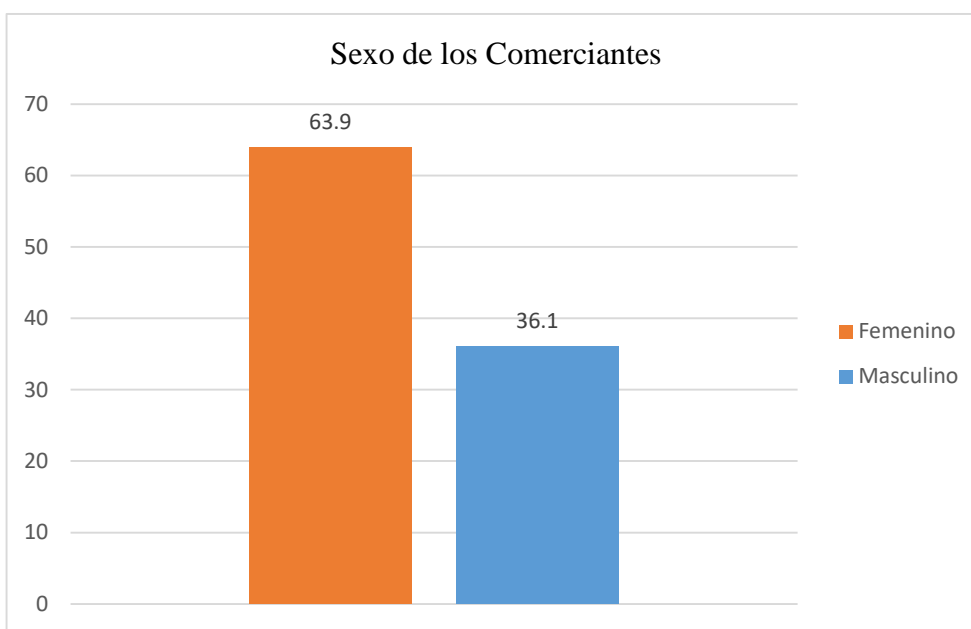


Figura 3. En la tabla 3 y figura 2, se puede observar que el 63.9% de los comerciantes son del sexo femenino y el 36.1% son del sexo masculino, con ello se puede determinar que la mayoría de los comerciantes del Mercado del Pueblo – Chiclayo, son mujeres.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. Nivel Académico de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	9	25
Secundaria	21	58.3
Superior	6	16.7
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

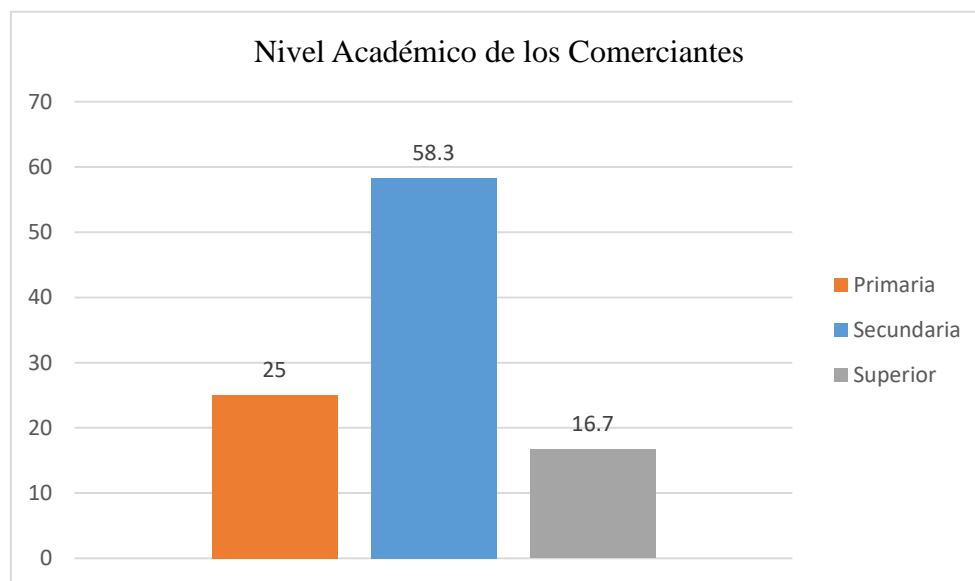


Figura 4. En la tabla 4 y figura 3, se observa que el 25% de los comerciantes del Mercado del Pueblo tienen un nivel educativo primario, el 58.3% secundaria completa y un 16.7% nivel superior ya sea universitario o técnico, con ello se puede determinar que la mayoría de los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo, tienen secundaria completa.

Fuente: Elaboración Propia

Ahorro

Tabla 5. *¿Es Ud. Una persona que ahorra?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	94.4
No	2	5.6
Total	36	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

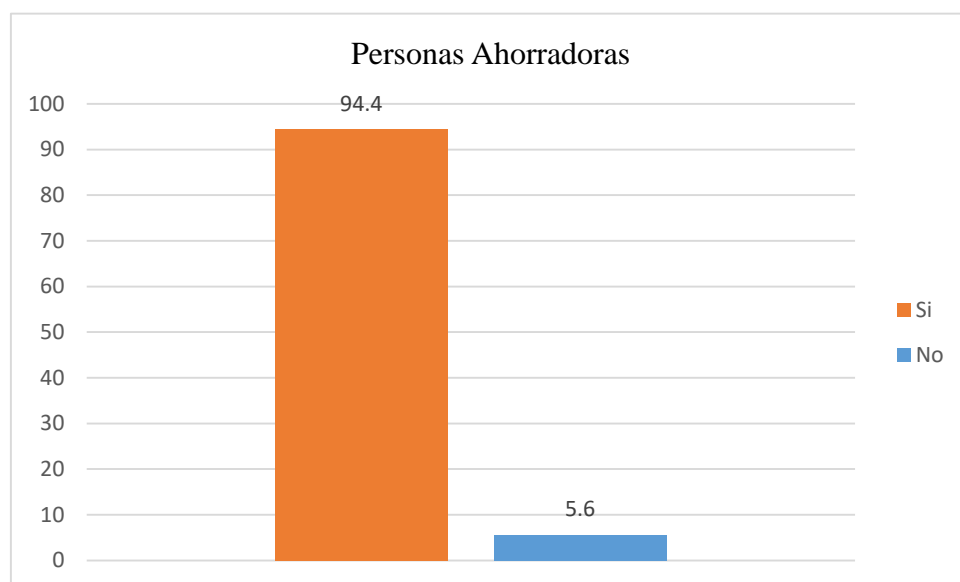


Figura 5. Se observa en la tabla 5 y figura 4, que el 94.4% de los comerciantes encuestados son personas ahorradoras y el 5.6% no lo son, esto se pudo determinar con respecto a las respuestas dadas por los comerciantes del Mercado del Pueblo – Chiclayo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6. ¿Cuál de las modalidades de ahorro utiliza?

	Frecuencia	Porcentaje
Cuentas de Ahorro	9	25
Fondos Mutuos	3	8.3
Depósito a Cta	6	16.7
Juntas	11	30.6
Alcancías	7	19.4
Otros	0	0
Total	36	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

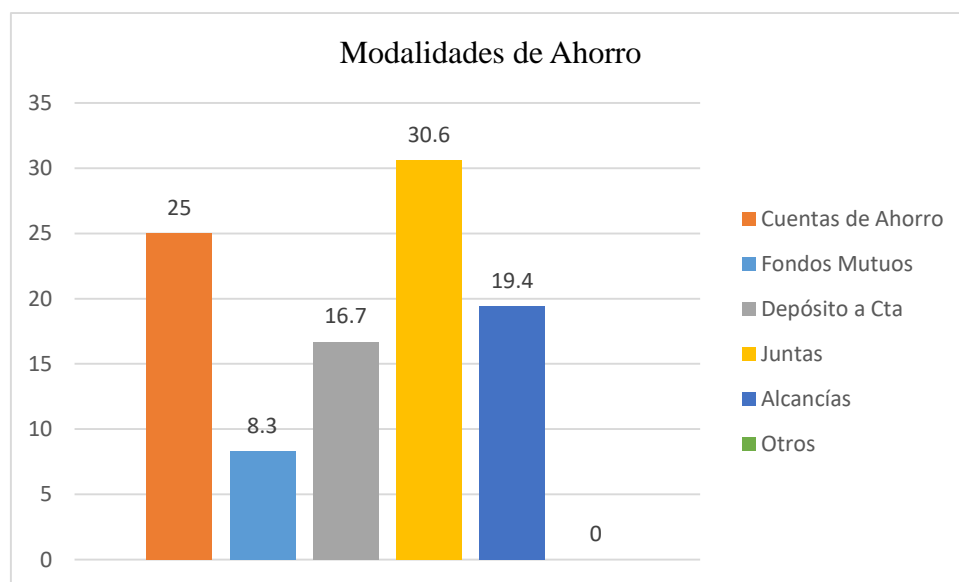


Figura 6. Se observa en la tabla 6 y figura 5, que el 25% de los comerciantes del mercado del Pueblo realizan sus ahorros bajo la modalidad Cuentas de Ahorro, el 8.3% en Fondos Mutuos, el 16.7% en Depósito a Cta, el 30.6% en Juntas, el 19.4% en Alcancías, el 0% en Otros, así se determinó de la respuesta de los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7. *¿Cómo son sus ahorros?*

	Frecuencia	Porcentaje
Programados	23	63.9
Voluntario	13	36.1
Ninguno	0	0
Total	36	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: Propia

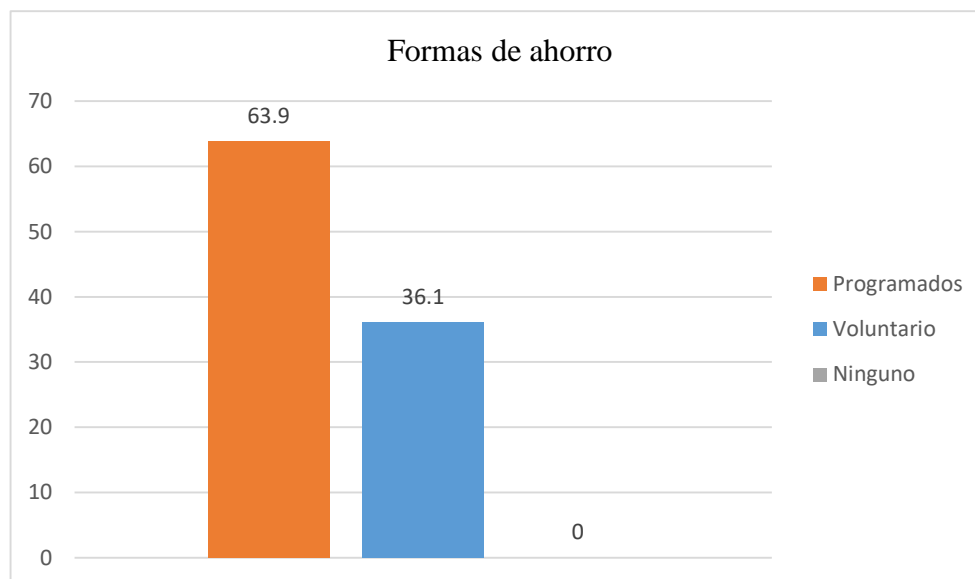


Figura 7. En la tabla 7 y figura 6, se observa que el 63.9 % de comerciantes del mercado el pueblo, realizan sus ahorros de manera programada, el 36.1% de manera voluntaria y el 0% de ninguno, son las respuestas obtenidas de los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8. ¿Podría brindarnos un aproximado de sus ingresos mensuales?

	Frecuencia	Porcentaje
S/. 500.00 soles	0	0
S/. 1,000.00 soles	1	2.8
S/. 2,000.00 soles	6	16.7
S/. 3,000.00 soles	7	19.4
S/. 4,000.00 soles	9	25
S/. 5,000.00 soles	4	11.1
S/. 6,000.00 soles	7	19.4
Más	2	5.6
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

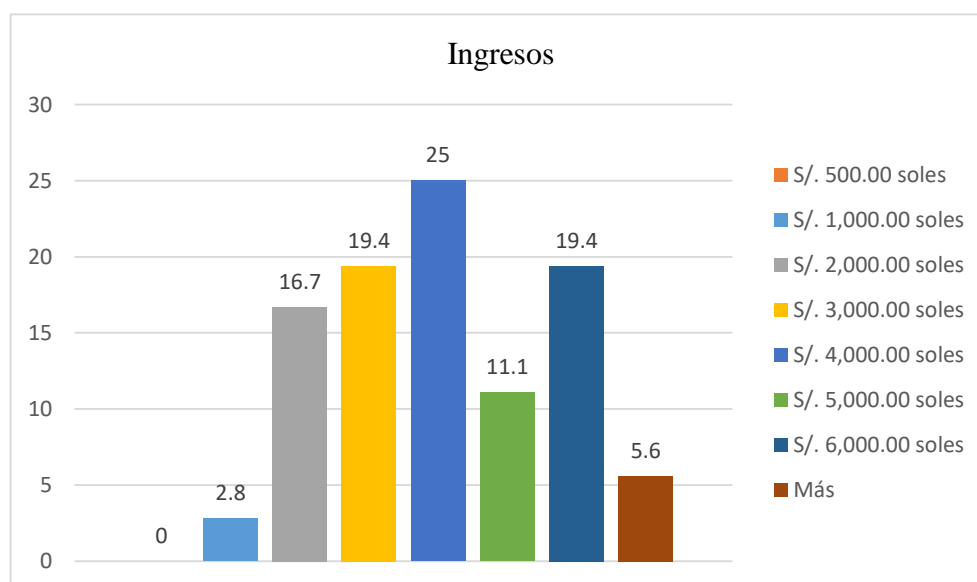


Figura 8. En la tabla 8 y figura 7 se observa, que el 2.8% de los comerciantes del Mercado del Pueblo cuentan con ingresos mensuales aproximados de S/. 1,000.00 soles, el 16.7%, con ingresos de S/. 2,000.00 soles, el 19.4% con ingresos de S/. 3,000.00 soles, el 25% con ingresos de S/. 4,000.00 soles, el 11.1% con ingresos de S/. 5,000.00 soles, el 19.4% con ingresos de S/. 6,000.00 soles, el 5.6% con ingresos mayores a S/. 6,000.00 soles.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9. *¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro mensualmente?*

	Frecuencia	Porcentaje
10 por ciento	14	38.9
20 por ciento	12	33.3
30 por ciento	9	25
Otros	1	2.8
Total	36	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: Propia

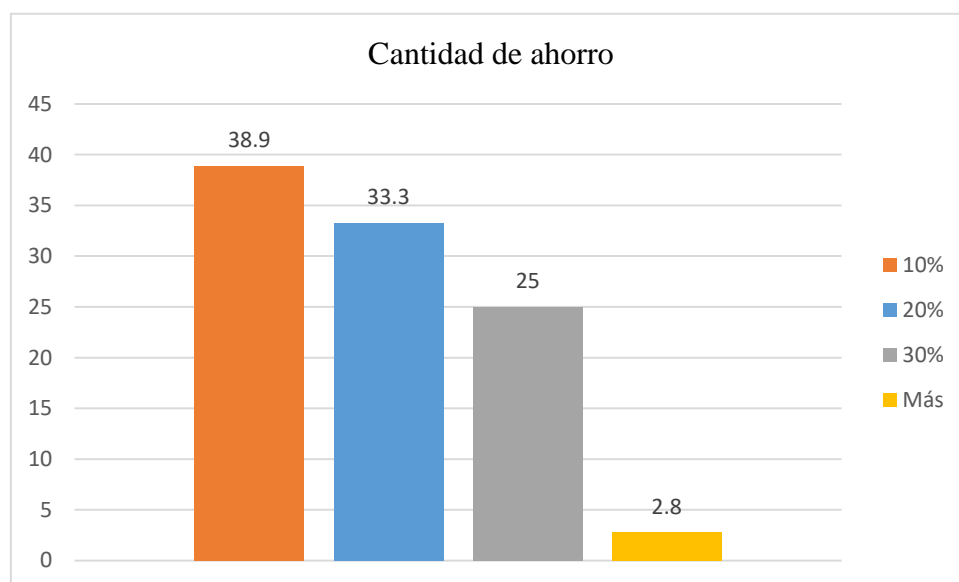


Figura 9. En la tabla 8 y figura 7 se observa, que el 38.9% de los comerciantes del Mercado del Pueblo destinan el 10% de sus ingresos al ahorro, el 33.3% destina el 20% de sus ingresos al ahorro, el 25% destina el 30% de sus ingresos al ahorro y el 2.8% destina más del 30% de sus ingresos al ahorro. De los resultados obtenidos el 72.2% de la población de Los comerciantes del pueblo destinan el 10% y el 20% de sus ingresos al ahorro.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10. *¿Por qué cree que es importante ahorrar?*

	Frecuencia	Porcentaje
Empresas	12	33.3
Pago de deudas	3	8.3
Educación	8	22.2
Vivienda	10	27.8
Salud	3	8.3
Otros	0	0
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

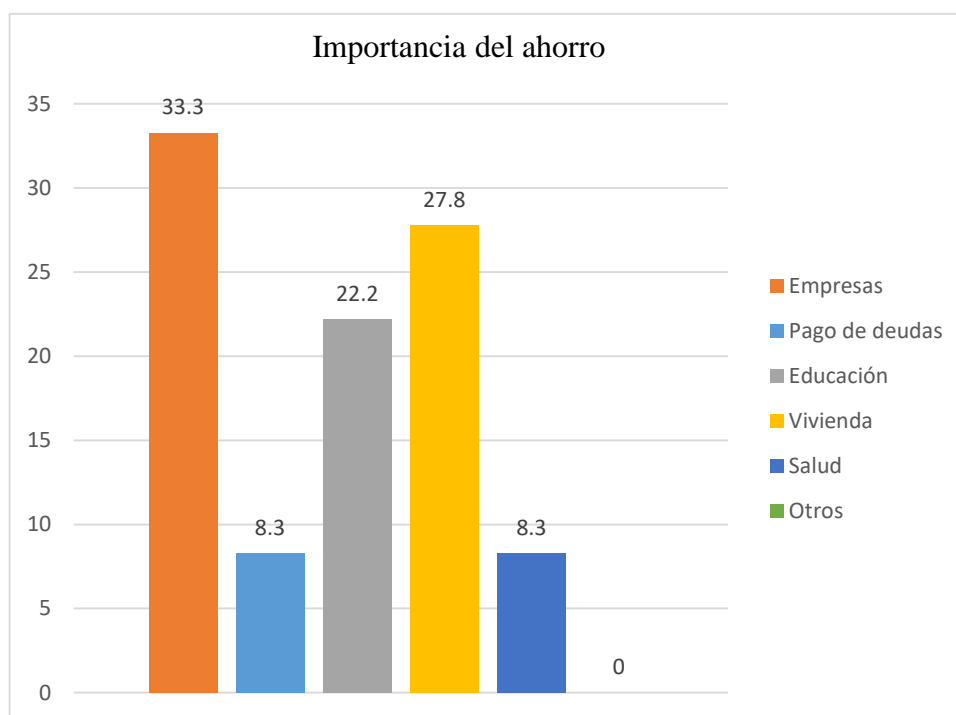


Figura 10. En la tabla 10 y figura 10, se observa que el 33.3% de los comerciantes del mercado del Pueblo considera importante ahorrar para hacer empresa, el 8.3% ahorra para pagar deudas, el 22.2% ahorra para educación, el 27.8% ahorra para vivienda, el 8.3% ahorra para salud y el 0% ahorra para otros. Se puede determinar que la mayoría de los comerciantes del Mercado del Pueblo ahorra con la finalidad de emprender empresa.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11. *¿Cómo Inició su Negocio?*

	Frecuencia	Porcentaje
En Familia	8	22.2
Negocio Propio	28	77.8
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

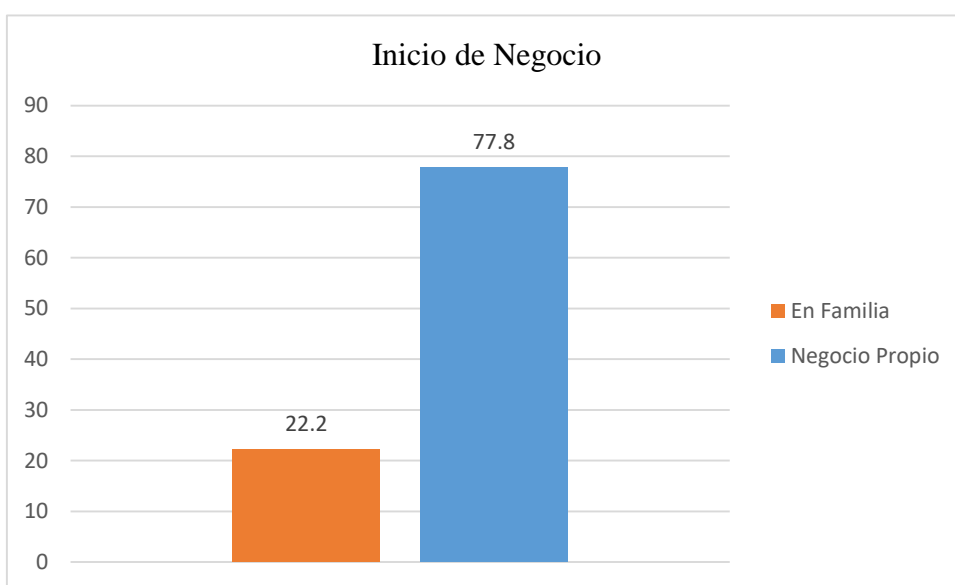


Figura 11. En la tabla 11 y figura 10, se observa que el 22.2% de los comerciantes del mercado del Pueblo financiaron iniciaron sus negocios en familia y el 77.8% iniciaron su negocio propio.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12. *¿Cuál fue la fuente de financiamiento que le permitió emprender?*

	Frecuencia	Porcentaje
Ent. Financieras	8	13.9
Ahorros	17	47.2
Donaciones	1	2.8
Préstamos familiares	7	19.4
Prestamistas	6	16.7
Total	39	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

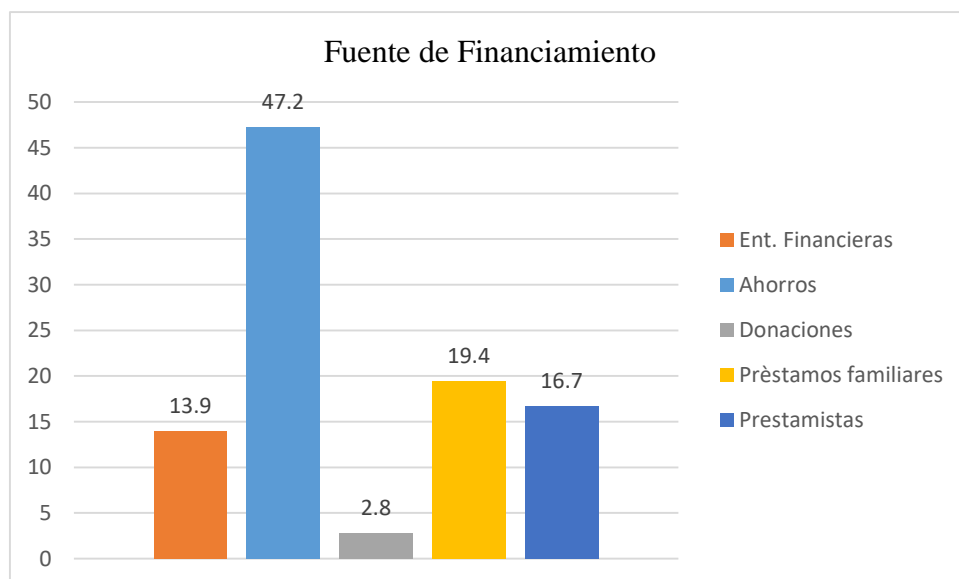


Figura 12. En la tabla 12 y figura 11, se observa que el 13.9% de los comerciantes del Mercado del Pueblo contó con financiamiento para emprender de las Ent. Financieras, el 47.2% del ahorro, el 2.8% de donaciones, el 19.4% de préstamos familiares y el 16.7% de prestamistas, con ello se puede determinar que la mayoría de los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo, financiaron sus emprendimientos con ahorros propios y familiares.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13. *¿Cuál es la mejor fuente de financiamiento para emprender un negocio, según su criterio?*

	Frecuencia	Porcentaje
Ent. Financieras	10	27.8
Ahorros	24	66.6
Donaciones	0	0
Préstamos familiares	1	2.8
Prestamistas	1	2.8
Proveedores	0	0
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: Propia

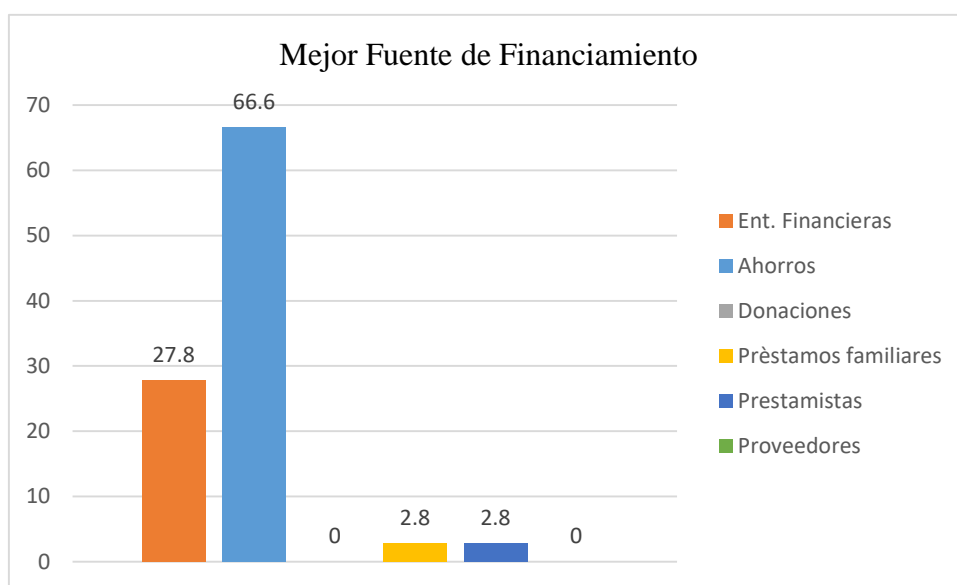


Figura 13. En la tabla 13 y figura 12, se observa que un 27.8% de los comerciantes del mercado del Pueblo consideran que la mejor fuente de financiamiento para emprender son las Ent. Financieras, un 66.6% considera a los ahorros, un 2.8% considera a los préstamos familiares y prestamistas, así mismo un 0% considera las donaciones y proveedores. Determinando que la mejor fuente de financiamiento para emprender son los ahorros.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14. ¿Cuál es el destino de sus ahorros después de haber emprendido?

	Frecuencia	Porcentaje
Capital de Trabajo	22	61.1
Ampliación de Local	3	8.3
Activo Fijo	6	16.7
Pago a proveedores	1	2.8
Pago deudas a terceros	4	11.1
Otros	0	0
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

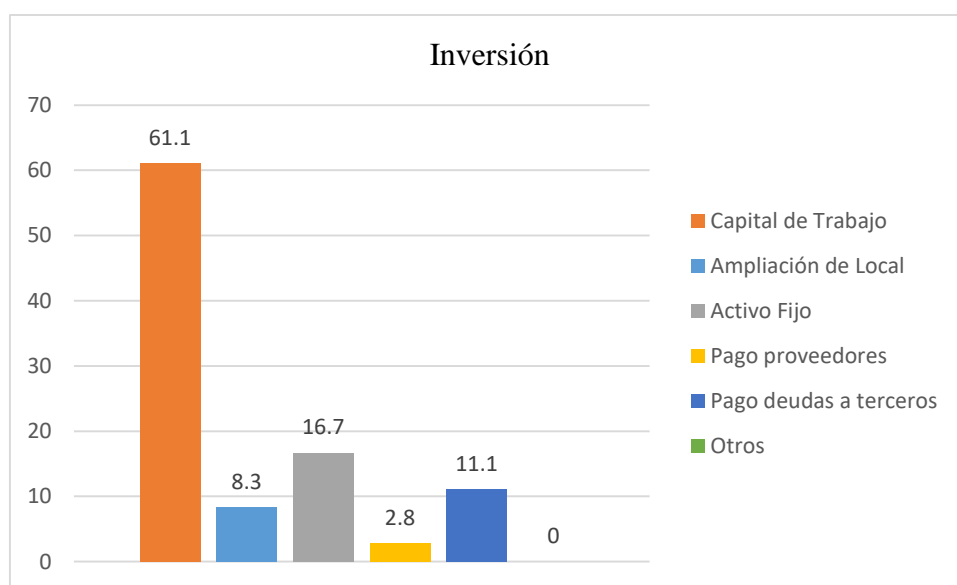


Figura 15. Se observa en la tabla 14 y figura 13, que el 61.1% de los comerciantes encuestados del Mercado del Pueblo-Chiclayo, invierten sus ahorros después de haber emprendido, en capital de trabajo, un 8.3% invierten en ampliación de local, un 16.7% invierten en activo fijo, un 2.8% invierten en pago a proveedores y un 11.1% invierten en pago de deuda con terceros. Se determina que los comerciantes del Mercado del Pueblo-Chiclayo invierten sus ahorros en capital de trabajo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15. ¿Cuál es el nivel de su ingreso familiar?

	Frecuencia	Porcentaje
S/. 500-1000 soles	1	2.8
S/. 1001-2000 soles	3	8.3
S/. 2001-3000 soles	6	16.7
S/. 3001-4000 soles	8	22.2
S/. 4001-5000 soles	8	22.2
S/. 5001-6000 soles	6	16.6
S/. 6001-7000 soles	2	5.6
S/. 7001-8000 soles	0	0
S/. 8001-9000 soles	1	2.8
S/. 9001-10000 soles	1	2.8
S/. Más	0	0
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

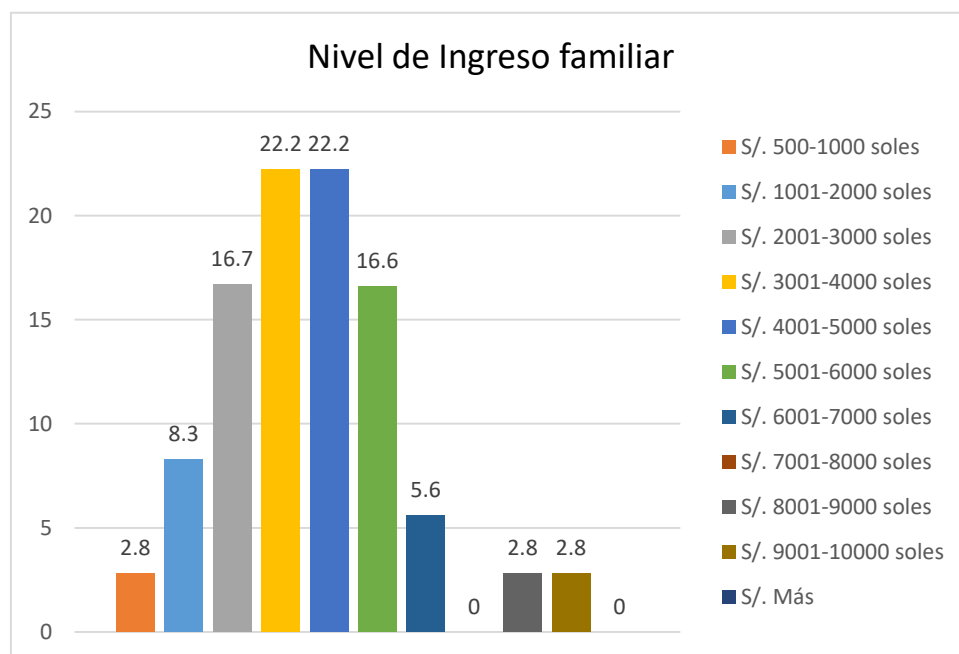


Figura 16. En la tabla 15 y figura 14, se observa que el 2,8% de los comerciantes del Mercado del pueblo cuentan con un nivel de ingresos mensuales entre S/. 500-1,000 soles, el 8.3% entre S/. 1,001-2,000 soles, el 16.7% entre S/. 2,001-3,000 soles, el 22.2% entre S/. 3,003-4,000 y 4,001-5,000 soles, el 16.6% entre S/. 5,001-6,000 soles, el 5.6% entre S/. 6,001-7,000 soles y el 2.8% entre los S/. 8,001-10,000 soles.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16. *¿Se ha incrementado su capital con el pasar de los tiempos?*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	80.6
No	7	19.4
Total	36	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

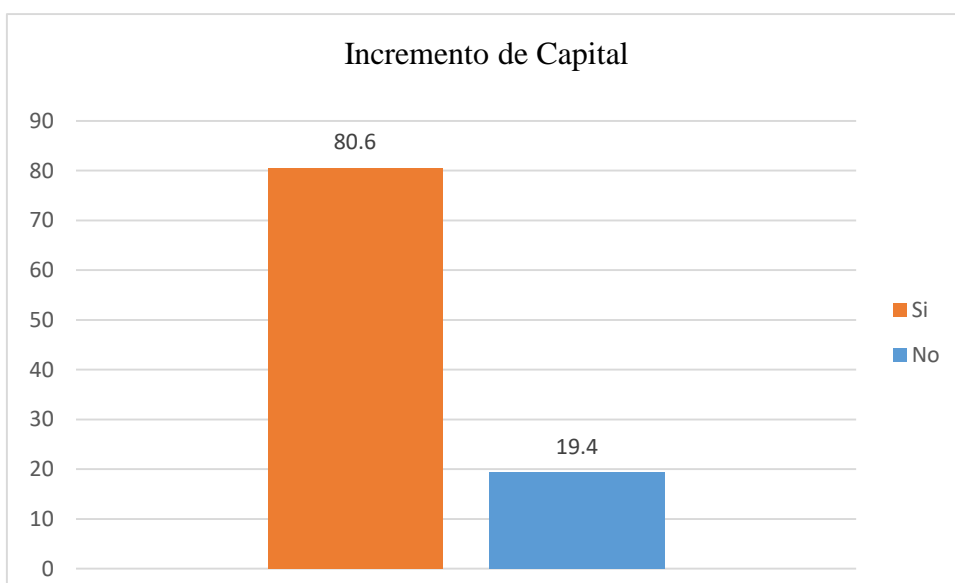


Figura 17. En la tabla 16 y figura 15, se observa que un 80.6% de los comerciantes del Mercado del Pueblo consideran que su capital de trabajo se ha incrementado con el pasar de los tiempos y el 19.4% considera que su capital se mantiene.

Fuente: Elaboración Propia

IV. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

De la muestra calculada el 44.4% está conformada por comerciantes >50 años quienes a través de los años han sabido conservar su negocio mantenerse vigente, y son los más jóvenes con 25% quienes se están iniciando en el emprendimiento. Donde el 63.9% son mujeres, mujeres que en muchas ocasiones son el sustento familiar, llegando a cubrir solas los gastos básicos del hogar; así mismo educación, vestido, salud de todos los miembros de su familia por diferentes razones; Madre soltera, Viudez, Hijas únicas con padres ancianos, enfermedad del cónyuge, o simplemente generando un mayor nivel de ingresos familiares a través del emprendedurismo, logrando su independencia económica. Los Hombres participan en menor proporción con un 36.1%, esto se debe a su preferencia por los trabajos con mayores ingresos como: Construcción, taxi, mototaxi, gasfitería, etc. Son ellos los que toman la iniciativa de emprender con capital propio. Una de las características que influye considerablemente en cuanto a la administración del dinero, ahorrar y emprender es el nivel académico de acuerdo a la encuesta aplicada el 58.3% de los comerciantes cuentan con estudios secundarios.

Objetivo Especifico 01: Identificar la cantidad de Ahorro de los Comerciantes del Mercado del Pueblo 2019

La tabla 5, muestra que el 94.4% de comerciantes son ahorradores, y un 5.6% no lo son, esto debido que los comerciantes cubren sus gastos inmediatos tanto personales como comerciales con ingresos del negocio. Así mismo observamos en la tabla 9 que el 72.2% de los comerciantes reservan el 10% y 20% de sus ingresos al ahorro, ya sea para situaciones fortuitas u objetivos específicos. De la cantidad de los ahorros dependerá el objetivo que quieran alcanzar. Además fortalece la sostenibilidad y permanencia en el tiempo de sus emprendimientos garantizando sus inversiones y también expresa un óptimo nivel de conocimiento y cultura para el ahorro.

El 63.9% de los comerciantes del Mercado del Pueblo realizan sus ahorros de forma programada un 63.9%, y bajo la modalidad de depósito a cuenta el 16.7%. En tanto un 36.1% lo hacen de forma voluntaria bajo la modalidad de juntas un 30.6% y el 19.4% lo mantiene en alcancías, modalidades con mayor aceptación debido al lapso de tiempo que conlleva acudir a

las oficinas de la banca formal para depositar y retirar el dinero, prescindiendo de las bondades y beneficios que ofrece el Sistema Financiero Formal.

Colque (2015) en su tesis de grado El Ahorro en el Sector Rural y el Sistema Financiero-La Paz en sus conclusiones considera el escaso grado de ahorro en el sector campiña, debido a la pocas oportunidades para acceder a los servicios de entidades permitidas a la captación de recursos económicos y por el escaso conocimiento de las personas sobre los beneficios del ahorro.

Objetivo Especifico 02: Conocer la Importancia del Ahorro de los Comerciantes del mercado del Pueblo 2019

La importancia de ahorrar para los comerciantes del Mercado del Pueblo se puede observar en la tabla 10, donde un 33.3% ahorra con la finalidad de iniciar su propia empresa, reflejando claramente un bajo nivel de endeudamiento de los comerciantes, debido a la priorización del ahorro para financiar y desarrollar sus emprendimientos, lo cual además impacta directamente en la mejora del bienestar económico familiar; seguido con un 27.8% cuya importancia de ahorrar radica en la compra, construcción, remodelación, o ampliación de vivienda, objetivo de aquellos comerciantes cuyos ahorros destinan en viviendas sin hacer crecer su capital de trabajo.

Los ahorros insuficientes también acarrear infortunios al emprendedor como hace referencia Gálvez (2012) en su investigación Perfil del Emprendedor de las Mypes del Sector textil de la Ciudad de Chiclayo Concluye: En cuanto a los obstáculos que enfrentaron los emprendedores Textiles de la ciudad de Chiclayo; al emprender su idea de negocio lo realizaron solos, siendo una limitante para hacer crecer su negocio actualmente sin el apoyo de un socio, y el capital inicial para la apertura del negocio fue en los rangos de 1,000.00 y 5,000.00 soles; capital insuficiente y determinante de mínimas posibilidades para que el negocio se mantuviese en el tiempo.

La importancia de ahorrar guarda relación con el resultado de la tabla 13, que determina que el 66.6% de los comerciantes del Mercado del Pueblo de Chiclayo considera el ahorro como la mejor fuente de financiamiento, debido que no generan gastos adicionales en el corto tiempo. Así mismo de los resultados mostrados en la tabla 11, se ha podido determinar que el 100% de

los comerciantes del Mercado el Pueblo, han iniciado sus negocios con capital propio o familiar, lo que también refleja el alto grado de importancia que le dan los comerciantes al ahorro.

Objetivo Especifico 03: Identificar las Fuentes de financiamiento de los comerciantes emprendedores del Mercado del Pueblo 2019

La tabla 12, muestra al 47.2% de comerciantes utilizando sus ahorros como fuente de financiamiento para sus actividades económicas, en menor proporción un 19.4% lo realiza a través de préstamos familiares, pactando devolver una suma de dinero periódicamente y los interés que corresponda, en este caso debido al lazo familiar la tasa de interés suele ser menor a los prestamistas quienes llegan a cobrar hasta el 20% de interés mensual con pagos diarios a diferencia de la banca formal exigen como único requisito contar con una fuente de ingresos un 16.7% de comerciantes recurrió a los prestamistas. Y solo el 13.9% de comerciantes pudo acceder a financiar sus actividades a través de entidades Financieras, la baja demanda de esta fuente de financiamiento radica en los diversos requisitos que un emprendedor debe cumplir para acceder a un crédito formal. Las entidades financieras no financian emprendimientos. Queda evidenciado la gran importancia que los comerciantes le otorgan al ahorro, el mismo que se constituye en su principal fuente de financiamiento al momento de iniciar un negocio; sin embargo estos resultados puede que se deban sobre todo a las dificultades que tienen la mayoría de los comerciantes, para acceder a créditos del Sistema Financiero Formal, esto podrá ser materia de una investigación adicional para determinar las limitaciones y dificultades de los comerciantes para acceder al financiamiento de la Banca Formal.

Del mismo modo los resultados de la tabla 13 tienen relación directa cuando muestran que el 66.6% de los comerciantes, considera como la mejor fuente de financiamiento para emprender un negocio el ahorro; porque les permite enfocarse plenamente manejo del negocio, aplicando estrategia e innovación comercial, sumándole realce a la actividad o emprendimiento y sólo el 27.8% considera como la mejor fuente de financiamiento a las entidades financieras, por la pronta oportunidad para emprender y no tomarse mayor tiempo ahorrando.

Son muchas y diversas las dificultades que debe afrontar un emprendedor como: Talento humano; entusiasta, eficiente, confiable. Clientes; conseguirlos es complicado pero no más que conservarlos satisfechos; y la más complicada pero no imposible inversión, los medios de

financiación: Ahorros, Créditos Bancarios, Crowdfunding; financiación por medio de la red (Bordes s/f).

El fracaso comercial no depende solo de la financiación para ello Messina y Peña (s/f) en su trabajo de investigación Alternativas de Financiamiento para Emprendedores, concluyeron “después de verificar que la falta de financiamiento no condiciona el fracaso del emprendedor, sino que en algunos casos el acceso al financiamiento sin ser parte de un proceso, acelera el fracaso del emprendedor” (p.19). Así el financiamiento es de origen propio para más del 55% de emprendedores en Uruguay, debido a la falta de financiamiento institucional, para emprendedores que inician su idea de negocio.

Objetivo Específico 04: Conocer el nivel de ingresos de los comerciantes del Mercado del Pueblo Chiclayo 2019

Se pudo conocer el nivel de ingresos percibidos por los comerciantes del Mercado del Pueblo Chiclayo 2019, el mismo que se aprecia en el resultado de la tabla 8 y que estima que el 25% de los comerciantes percibe ingresos a nivel personal de S/. 1000.00 soles, y un 38.8% percibe ingresos de S/. 3000.00 y 4000.00 soles, estos niveles de ingresos también serían un factor determinante que limita a los comerciantes, para acceder al financiamiento de la Banca Formal, por lo cual ellos optan en su gran mayoría por el ahorro personal o familiar como una fuente principal para el financiamiento de sus emprendimientos; sin embargo la tabla 15 muestra resultados del ingreso a nivel familiar de los comerciantes, se puede determinar que el 22.2% de los comerciantes percibe ingresos familiares entre S/. 3,001.00-5,000.00 soles, contando con ingreso diario promedio de S/.133.00 soles y solo un 2.8% de S/. 500.00-1,000.00 soles, con ingresos diarios promedio de S/. 33.00 soles, son aquellos comerciantes con puestos pequeños de venta pero indispensable para sustentar los gastos familiares. Los hogares con ingresos individuales de los cónyuges facilita el ahorro y el emprendimiento, debido que uno de ellos se dedica al negocio y el segundo aporta para los gastos del hogar, así mismo las ganancias obtenidas del negocio permiten incrementar su capital de trabajo, adquirir algún equipo o ampliar la empresa.

Si bien se ve incrementado en cuanto a los ingresos que perciben a nivel familiar, aún no son lo suficientemente considerables para facilitarles mejores oportunidades de acceso al crédito de la banca formal, por lo que ellos priorizan el ahorro como su principal fuente de financiamiento.

Torres, et al. (2017) descubrieron instrumentos y componentes influyentes de la cultura y en el emprendimiento. Instrumento característico para fortalecer el valor de sus organizaciones, permitiendo a la colonia árabe a emprender actividades económicas, sobre todo en el comercio, aportando por generaciones a la economía de Colombia. Siendo actualmente sus apellidos muy reconocidos en el rubro empresarial del país.

Objetivo general: Determinar la influencia del Ahorro en el Emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019.

Se observó que el resultado del Chi-cuadrado de Pearson, fue de 0,152, es por ello que el resultado encontrando indica que los ahorros realizados no influyen significativamente en el emprendimiento de los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019, esto también se debe a lo observado en las encuestas, se pudo evidenciar que los emprendedores inician solos sus negocios y con poco capital, esto hace que el crecimiento empresarial de estos comerciantes sea lento en el aspecto económico, este resultado coincide con los de Gálvez (2012) en cuanto a los obstáculos que enfrentaron los emprendedores Textiles de la ciudad de Chiclayo; al emprender su idea de negocio lo realizaron solos, siendo una limitante para hacer crecer su negocio sin el apoyo de un socio, y el capital inicial para la apertura del negocio fue en los rangos de 1,000.00 y 5,000.00 soles; capital insuficiente y determinante de mínimas posibilidades para que el negocio se mantuviese en el tiempo. El ahorro no es suficiente al momento de influir en el emprendimiento Según Litlefield, (2015) no todo depende del ahorro, cuando se trata de emprendedoras con empresas en marcha tanto en Brasil, Vietnam y Kenya como en muchos otros países, no es fácil acceder al sistema financiero; cuentas de ahorro, créditos, adicionalmente el emprendedor debe conocer del rubro, contar con estrategias y nociones básicas de administración, para hacer crecer su negocio. Es aquí donde entran a tallar las entidades estatales y privadas, quienes ya deben estar trabajando conjuntamente para apoyar la innovación de las emprendedoras organizadas quienes logran contribuir con la economía del país.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se concluye que la cantidad ahorrada por los comerciantes del mercado del pueblo son del 10% y 20% de sus ingresos mensuales, de forma programada y bajo la modalidad de juntas (pandero), dicha modalidad les resulta factible porque se lleva a cabo en los ambientes del mercado y por los mismos comerciantes.

En cuanto a la importancia del ahorro se concluye que los comerciantes consideran importante ahorrar para iniciar alguna actividad comercial ya sea propia o familiar.

Se concluye que los ahorros propios y familiares es la principal fuente de financiamiento al momento iniciar un negocio; De la misma manera los comerciantes consideran los ahorros como la mejor fuente de financiamiento al momento de emprender, y al mismo tiempo una limitante debida que en muchas ocasiones el capital inicial resulta insuficiente para echar a andar sus negocios

Nivel de ingresos, la mayor parte de comerciantes del Mercado del Pueblo cuentan con ingresos de S/. 4,000.00 soles provenientes del comercio, ingresos que se ven incrementados a nivel familiar, fluctuando entre los S/. 3,001.00 a 5,000.00 soles. Esto hace suponer que una de las dificultades que enfrentan los comerciantes del Mercado del Pueblo para lograr financiar sus actividades comerciales son sus bajos ingresos; Y sólo un 5.6% de los comerciantes obtiene ingresos familiares entre S/. 8,001.00 a 10,000.00 soles.

Con la aplicación de la prueba estadística del Chi cuadrado de Pearson, se verificó que no existe una influencia positiva del Ahorro en el Emprendimiento de los Comerciantes del Mercado del Pueblo, por lo cual se debe aceptar la hipótesis nula de la investigación, quedando en evidencia que los emprendedores inician solos sus negocios y los ahorros realizado no son suficientes.

5.2. Recomendaciones

Fomentar en los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019, una mayor cultura de ahorro en el Sistema Financiero, con la finalidad de que logren insertarse al Sistema Financiero Formal, para que puedan hacer uso de las bondades y beneficios del crédito y financiamiento para sus emprendimientos; así mismo promover en los comerciantes las oportunidades de financiamiento que ofrecen las entidades financieras formales, con tasas de intereses bajas y requisitos de acceso acorde a su realidad y nivel de ingresos.

Asesorar y orientar a los comerciantes del Mercado del Pueblo 2019, para mejorar el nivel de ingresos, ampliando la oferta de bienes y/o servicios que brindan a la ciudadanía, a fin de obtener mayores ingresos que les permita acceder al crédito y financiamiento de la Banca Formal, para mejorar el desarrollo y sostenibilidad de sus negocios.

Identificar mejores oportunidades de inversión para sus emprendimientos, facilitar a través de instituciones públicas, (gobierno local o regional), fuentes de financiamiento que permita mejorar sus niveles de competencia y oferta, para hacer viables y sostenibles sus negocios.

Utilizar las ganancias obtenidas del emprendimiento en el mismo negocio, con la finalidad de incrementar su capacidad productiva, administrar mejor los gastos familiares y cubrirlos con ingresos obtenidos del cónyuge, evitando desviar las ganancias y capital del negocio emprendido.

Como recomendación final, en cuanto a la idea de negocio que se piense emprender debe tomarse en cuenta los márgenes de ganancia que se obtendrá y llevar un control eficiente del negocio, economizar gastos, teniendo reportes diarios del estado comercial, permitiendo mejorar e implementar estrategias necesarias para incrementar el nivel de ingresos. Así mismo se debe buscar financiamiento en las entidades financieras cuando el negocio se encuentre en marcha.

VI. REFERENCIAS

Abad, L. C. (2016). Influencia de las Habilidades Sociales y el Talento Emprendedor en las Mujeres de la Organización Pan-Soy, 2016. (Tesis de licenciamiento). Universidad de Lima. Lima.

Recuperado de

http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/3029/Abad_Machicao_Leyla.pdf?sequence=1

(Almodóvar, D. M. (s/f). Actividad Emprendedora y Crecimiento Económico. (Tesis Doctoral). Universidad De Extremadura. España.

Recuperado de

http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/3764/TDUEX_2016_Almodovar_Gonzalez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Auccapuma, D. J. y Vallenias, F. G. (2017). “El Microcrédito y el Ahorro de los Socios Emprendedores en los Bancos Comunales de la Unidad de Microfinanzas Arariwa Agencia Cusco, Periodo 2016”. (Tesis de Licenciatura). Universidad Andina Del Cusco. Cusco.

Recuperado de

<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1132>

Cantos, F. (2015). Estrategia de Emprendimiento Comunitario Para Fomentar el Desarrollo Socioeconómico del Barrio “José Tipn Niza” del Cantón Santa Elena, Periodo 2015. (Tesis de Licenciatura). Universidad Estatal “Península de Santa Elena”. Ecuador.

Recuperado de

<http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1132>

Castañeda, C. M. (2017). Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en el Distrito de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo. Año 2017. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Trujillo.

Recuperado de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11573/casta%C3%B1eda_cc.pdf?sequence=1

Castillo, A. (1999). Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional.

Recuperado de <https://p2infohouse.org/ref/18/17602.pdf>

Colque, B. (2015). El Ahorro en el Sector Rural y el Sistema Financiero-La Paz. (Tesis de Grado). Universidad Mayor De San Andrés. La Paz.

Recuperado de

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/6262/T-2106.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Blasco, N. (s/f). Educación Financiera y Espíritu Emprendedor de los Jóvenes en Aragón. (Tesis de Grado). Universidad Zaragoza. Zaragoza.

Recuperado de

http://ecoara.org/uploads/documentos/documentos_DOCUMENTO_SINTESIS_4c37629c.pdf

Delgado, A. M. y Núñez, P. M. (2017). Competencias de Emprendimiento en Estudiantes Universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel. (Tesis de Licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.

Recuperado de

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4156/Delgado%20Caramutti%20-%20Nu%C3%B1ez%20Vera%20Pierina%20Mirella.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, C.J. y Sialer, W.J. (2015). Estrategias Para Fomentar el Ahorro en los Trabajadores que Prestan Servicios Específicos a la Empresa Minera Rio Tinto-Querocoto-Cajamarca-Perú. (Tesis de Licenciatura). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Recuperado de

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/93/1/TL_DiazGonzalesCesar_SialerGuerreroWalberto.pdf

Flores, S. (2018). “Implicancia de la Cultura Financiera en Capacidad de Ahorro de los Clientes de la Caja Arequipa Agencia Puerto Maldonado, Período 2016”. (Tesis de Licenciatura). Universidad Andina del Cusco. Cusco.

Recuperado de

campus.uss.edu.pe/CampusNet4/Login.aspx

Gálvez, N. (2012). Perfil Del Emprendedor De La Mype Del Sector Textil De La Ciudad De Chiclayo. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Recuperado de

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/845/1/TL_GalvezHerediaNancy.pdf

Huamán, L.L. y Conde, R. R. (2017). Los Créditos Grupales-Tambos Comunales y el Fomento al Ahorro en Beneficio de las Mujeres Emprendedoras Clientes de la Edpyme Credivisión S.A del Distrito de San Sebastián periodo-2015. (Tesis de Licenciatura). Universidad Andina del Cusco. Cusco.

Recuperado de

http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/685/3/Leydi_Rolly_Tesis_bachiller_2016.pdf

Hurtado, C.A. (2016). El Ahorro Privado en el Perú, Periodo: 2000-2014. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Agraria de la Selva. Tingo María.

Recuperado de

<http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1018/ECO2016003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, et al. (2017). Estudio de influencia de la cultura en el emprendimiento: caso de la comunidad árabe de Barranquilla, Colombia. *Espacios*. 38(41). Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/319650230_Estudio_de_influencia_de_la_cultura_en_el_emprendimiento_Caso_de_la_comunidad_arabe_de_Barranquilla_Colombia

Tuccio, J. G. (2017). Los Notarios y los emprendedores: Una Alianza Estratégica Para la Formalización. (Tesis de Grado). Pontificia Universidad Católica Del Perú. Lima.

Recuperado de

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/10123/Tuccio_Valverde_Notarios_emprendedores_alianza1.pdf?sequence=1

Torrent, M. (2015). Ahorro y Planificación Financiera en Relación al Segmento de Jóvenes. (Tesis de grado). Universidad de Barcelona. Barcelona.

Recuperado de

https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1085721

Salinas, F. et al. (2012). Emprendimiento y Economía Social, Oportunidades y efectos en una sociedad de transformación. CIRIEC España, (75), 75 Recuperado de

<https://www.redalyc.org/html/174/17425798008/>

Silva, J. (2018). EL Problema del Ahorro y el emprendedor. Recuperado de

<https://www.elmostrador.cl/mercados/2018/07/31/el-problema-del-ahorro-y-el-emprendedor/>

Litlefield, E. (2015). EL apoyo a las emprendedoras es una inversión clave para promover el desarrollo mundial.

Recuperado de

<https://blogs.worldbank.org/voices/es/el-apoyo-las-emprendedoras-es-una-inversion-clave-para-promover-el-desarrollo-mundial>

Lujan, M. D. y López, F. A. (2018). Estrategias Pedagógicas Administrativas Para Fomentar Actitudes de Emprendimiento en los Alumnos de la Escuela Profesional de Administración de la Faceac de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque.

Recuperado de

<http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2866/BC-TES-TMP-1688.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Liouville, J. A. (citado Maulanda, J., et al, 2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del Comportamiento Humano. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/206/20620269008/>

Mejía, D. (2015). Actitud Emprendedora de los Egresados de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. (Tesis de Licenciatura). Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Recuperado de

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/159/1/TL_Mejia_Baldera_DeyviOmar.pdf

Messina, M.,y Peña, J. (s/f). Alternativas de Financiamiento Para Emprendedores, Uruguay: Lettera Gráfica SAC

Bordes, R. (s/f). Problemas para emprender y como encontrar financiación. Recuperado de <https://www.rafabordes.com/2809/problemas-para-emprender-y-como-encontrar-financiacion/>

Océano Uno Color. (2000). Diccionario Enciclopédico. Barcelona, España: MM OCEANO GRUPO EDITORIAL. S.A.

Vílchez, S. (2018). Factores determinantes que influyen en el éxito de los emprendedores de mypes de Lima metropolitana 2018. (Tesis de Bachiller). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima. Lima.

Recuperado de

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3847/1/2018_Vilchez-Carbajal.pdf

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2012). Ahorro de los Emprendedores, Análisis a partir de los resultados de la segunda encuesta de Micro-emprendimiento. Recuperado de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/12/Boletin-EME-Ahorro.pdf>

VII. ANEXOS

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad determinar la influencia del ahorro en el emprendimiento de los comerciantes, y fue aplicada a los comerciantes del Mercado del Pueblo 2919, quienes mediante sus ahorros han emprendido sus propias ideas de negocio. Se pide contestar con toda sinceridad.

Edad **Sexo** F M

Estudios Realizados: Lea cuidadosamente y Marque con un (x) según crea conveniente.

1. ¿Es usted una persona que ahorra?

Si No

2. ¿Cuál de las modalidades de ahorro utiliza?

Cuentas de Ahorro Fondos Mutuos Depósito a Cta

Juntas Alcancía Otros

3. ¿Cómo son sus Ahorros?

Programados Voluntario Ninguno

4. ¿Podría brindarnos un aproximado de sus ingresos mensuales?

S/. 500 S/. 1000 S/. 2000 S/. 3000

S/. 4000 S/. 5000 S/. 6000 Más

5. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina al ahorro mensualmente?

10% 20% 30% Otros

6. ¿Porqué cree que es importante ahorrar?

Empresas Pago Deudas Educación

Vivienda Salud Otros _____

7. ¿Cómo inició su negocio?

En Familia Negocio propio

8. ¿Cuál fue la fuente de Financiamiento que le permitió Emprender?

Ent. Francieras Ahorro Donaciones

Préstamos Familiares Prestamistas proveedores

9. ¿Cuál es la mejor fuente de financiamiento para emprender un negocio, según su criterio?

Ent. Financieras Ahorro Donaciones

Prèstamos Familiares Prestamistas proveedores

10. ¿Cuál es el destino de sus ahorros después de haber emprendido?

Capital de trabajo Ampliación de Activo Fijo

Negocio
Pago a proveedores pago deuda con Otros
terceros

11. ¿Cuál es el Nivel de su Ingreso familiar?

S/. 500-1000 S/. 1001-2000 S/. 2001-3000 S/. 3001-4000

S/. 4001-5000 S/. 5001-6000 S/. 6001-7000 S/. 6001-7000

S/.7001-8000 S/. 8001-9000 S/. 9001-7000 S/. Más

12. ¿Se ha incrementado su capital con el pasar de los tiempos?


Si No

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC *María Rosa Cruzado* Contador Público Colegiado y , Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Encuesta) elaborada por: *Jeyli Yoana Ignacio Silva* , estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: Influencia del Ahorro en el emprendimiento de los comerciante del Mercado del Pueblo Chiclayo 2019.

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 15 de *Abril* del 2019



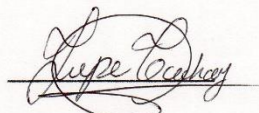
DNI 16413803

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC *Lupe del Carmen Cachay S*, Contador Público Colegiado y , Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Encuesta) elaborada por: *Jeyli Yoana Ignacio Silva*, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: *Influencia del Ahorro en el emprendimiento de los comerciante del Mercado del Pueblo Chiclayo 2019.*

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, *23* de *Abril* del 2019



DNI *16680888*.

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Mg. CPC **Martín Ríos Cubas**, Contador Público Colegiado y , Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (Encuesta) elaborada por: **Jeyli Yoana Ignacio Silva**, estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: **Influencia del Ahorro en el emprendimiento de los comerciante del Mercado del Pueblo Chiclayo 2019.**

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Pimentel, 22 de Abril del 2019



DNI 45220005