

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la  
Generación de Empleo, Post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú,  
2022.**

**Área: Ciencias Sociales**

**Línea de investigación: Políticas y gestión pública y privadas.**

**TESIS**

**Para optar el título de Licenciado en Administración**

**Autor: Aron Ramiro, Sandoval Risco**

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la  
Generación de Empleo, post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú,  
2022.**

**Tesis aprobada en forma y estilo por:**

**Mg. Garavito Criollo, Richard Augusto (presidente)**

**Mg. Aguilar Chuquizuta, Darwin (secretario)**

**Mg. Gonzales Vega, César Eduardo (vocal)**

**Tumbes, 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la  
Generación de Empleo, post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú,  
2022.**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido y  
forma.**

**Sandoval Risco Aron Ramiro (Autor)**

**Dr. Gilmer Murga Fernández (Asesor)**

**ORCID: 0000-0003-3937-2613**

**Tumbes, 2023**

## El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la Generación de Empleo, post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://www.untumbes.edu.pe">www.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="http://repositorio.ug.edu.ec">repositorio.ug.edu.ec</a> Fuente de Internet	3%
3	<a href="http://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
4	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
5	<a href="http://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec">repositorio.ucsg.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://www.scielo.org.bo">www.scielo.org.bo</a> Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano	<1 %
Trabajo del estudiante		
10	www.theibfr.com	<1 %
Fuente de Internet		
11	documentop.com	<1 %
Fuente de Internet		
12	www.dspace.uce.edu.ec	<1 %
Fuente de Internet		
13	www.scribd.com	<1 %
Fuente de Internet		
14	repositorio.unife.edu.pe	<1 %
Fuente de Internet		
15	weblogs.madrimasd.org	<1 %
Fuente de Internet		
16	mcstudy.norc.org	<1 %
Fuente de Internet		
17	Submitted to Universidad ICESI	<1 %
Trabajo del estudiante		
18	Submitted to Instituto Madrilenio de Formacion	<1 %
Trabajo del estudiante		
19	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru	<1 %
Trabajo del estudiante		

20	eprints.ucm.es Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.udl.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	scielo.iics.una.py Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	<1 %
26	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
27	www.mineco.gob.gt Fuente de Internet	<1 %
28	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECRETARÍA ACADÉMICA**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En Tumbes, a los cinco días del mes mayo del dos mil veintitrés, siendo las veinte horas, y en la modalidad virtual; Google Meet, se reunieron el Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado con Resolución Decanal de N° 500-2022/UNTUMBES-FCCEE el Mg. Richard Augusto Garavito Criollo, (**Presidente**), Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta, (**Secretario**) y Mg. César Eduardo Gonzales Vega, (**Vocal**), reconociendo en la misma Resolución además al **Dr. Gilmer Rubén Murga Fernández**, como **asesor**, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada **“El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la Generación de Empleo, Post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022”**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN** presentado por el Bachiller **ARON RAMIRO SANDOVAL RISCO**.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte del sustentante y después de la deliberación, el Jurado según el artículo N° 65° del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al Bachiller **ARON RAMIRO SANDOVAL RISCO**, con calificativo:

**APROBADO - BUENO**

Se hace conocer al sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, queda **APTO** para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Título Profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis para Pregrado de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 21, horas y 22 minutos del mismo día se dio por concluida la ceremonia académica, en forma virtual, procediendo a firmar el Acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 5 de mayo de 2023

Mg. Richard Augusto Garavito Criollo  
DNI: 00370635  
**Presidente**

Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta  
DNI: 43812667  
**Secretario**

Mg. César Eduardo Gonzales Vega  
DNI: 18118539  
**Vocal**

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios por iluminarme por el sendero del bien, de igual forma a mis padres y hermanos, por ser las personas que me han acompañado durante mi formación profesional, enseñándome con su ejemplo a valorar todo esfuerzo, contribuyendo a cristalizar mi anhelo profesional.

## **Agradecimiento**

A mi alma Mater, Universidad Nacional de Tumbes, en especial a la Facultad de Ciencias Económicas que me dieron la oportunidad de formar parte de ella, así por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional, pilares fundamentales para la realización de un profesional íntegro.

## Índice General

Dedicatoria .....	viii
Agradecimiento .....	viii
RESUMEN .....	xi
ABSTRACT .....	xii
CAPITULO I. INTRODUCCION .....	10
CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	15
2.1 Bases teóricos-científicas .....	15
2.1.1 Emprendimiento .....	15
2.1.2 Generación de Empleo .....	22
2.2 Antecedentes .....	25
CAPITULO III. MATERIALES Y MÉTODOS .....	33
3.1 Formulación de hipótesis .....	33
3.2 Tipo de estudio y diseño de investigación .....	34
3.3 Población, muestra y muestreo .....	35
3.4 Métodos .....	37
3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos .....	38
3.5 Instrumentos de recolección de datos .....	39
3.6 Método de análisis y validación de datos .....	39
3.7 Validación y confiabilidad del instrumento .....	39
3.8 Variables y operacionalización .....	40
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	42
4.1 Resultados .....	42
4.2 Discusión .....	59
CAPITULO V. CONCLUSIONES .....	64
CAPITULO VI. RECOMENDACIONES .....	66

CAPITULO VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	67
CAPITULO VIII. ANEXOS .....	76

### **Índice de cuadros**

Cuadro 1: Grado de confiabilidad de la investigación .....	40
Cuadro 2: Influencia del emprendimiento de negocios en la generación de empleo	42
Cuadro 3: Correlación emprendimiento de negocios en la generación de empleo ..	54
Cuadro 4: Influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo ...	54
Cuadro 5: Correlación necesidad de emprender y generación de empleo.....	55
Cuadro 6: Influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo.	55
Cuadro 7: Correlación oportunidad de emprender en la generación de empleo .....	56
Cuadro 8: Influencia del riesgo de emprender y la generación de empleo.....	57
Cuadro 9: Correlación riesgo de emprender y generación de empleo .....	57
Cuadro 10: Influencia de la innovación en el emprendimiento en la generación de empleo .....	58
Cuadro 11: Correlación innovación y generación de empleo .....	59

### **Índice de anexos**

Anexos 1: Impactos de la pandemia del Covid-19 en el mercado laboral .....	77
Anexos 2: Operacionalización de la variable Emprendimiento.....	69
Anexos 3: Operacionalización variable Generación de Empleo .....	70
Anexos 4: Matriz de consistencia .....	71
Anexos 5: Instrumento de recolección .....	72
Anexos 6. Grado de confiabilidad de la investigación .....	76

## RESUMEN

El objetivo del estudio se elaboró con la finalidad de determinar la influencia del emprendimiento de negocios como generación de empleo post pandemia del COVID-19 en el Distrito de Tumbes, Perú 2022. La metodología fue de nivel descriptiva correlacional, no experimental transeccional, con una población estará constituida por los emprendimientos generados el 2020 y 2021 en el Distrito de Tumbes, dicha población está constituida por 1500 propietarios de emprendimientos como persona naturales con negocio, muestra finita, se utilizó la técnica del cuestionario a 306 propietarios de negocios como persona natural con negocio del Distrito de Tumbes, aplicándose un cuestionario de 28 preguntas en escala de Lickert, 16 preguntas para la variable emprendimiento y 12 preguntas para la variable generación de empleo (Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo, Ni en desacuerdo, En desacuerdo y totalmente en desacuerdo). Las dimensiones analizadas en la investigación para la variable emprendimiento fueron necesidad, oportunidad, riesgo e innovación, para la variable generación de empleo fueron jornada laboral, remuneración y oportunidad de crecimiento. Como resultado más importante el emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6% encontrándose en un nivel alto de la generación de empleo, con un nivel de significancia del 0,034 del coeficiente de Spearman, pudiéndose apreciar una relación de asociatividad entre las variables en estudio, considerando que a raíz de la pandemia, muchos emprendedores aprovecharon la oportunidad, asumiendo el riesgo de emprender apoyándose en gran parte de las herramientas tecnológicas que ofrece el mercado, generando nuevos puestos de trabajo, así como autoempleo en las familias del Distrito de Tumbes.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Negocios, Empleo, Autoempleo, Desempleo, Covid 19.

## ABSTRACT

The objective of the study was elaborated with the purpose of determining the influence of business entrepreneurship as post-COVID-19 pandemic employment generation in the District of Tumbes, Peru 2022. The methodology was descriptive correlational level, non-experimental transactional, with a The population will be made up of the enterprises generated in 2020 and 2021 in the District of Tumbes, said population is made up of 1,500 owners of enterprises as natural persons with a business, a finite sample, the questionnaire technique was used with 306 business owners as a natural person with business in the District of Tumbes, applying a questionnaire of 28 questions on the Lickert scale, 16 questions for the entrepreneurship variable and 12 questions for the employment generation variable (Strongly agree, Agree, Neither agree, Neither disagree, Disagree and strongly disagree). The dimensions analyzed in the research for the entrepreneurship variable were need, opportunity, risk and innovation, for the employment generation variable they were working hours, remuneration and growth opportunity. As the most important result, business entrepreneurship had an influence of 53.6%, being at a high level of employment generation, with a significance level of 0.034 of the Spearman coefficient, being able to appreciate an associativity relationship between the variables under study, considering that as a result of the pandemic, many entrepreneurs took advantage of the opportunity, assuming the risk of starting a business relying on a large part of the technological tools offered by the market, generating new jobs, as well as self-employment in the families of the District of Tumbes.

**Keywords:** Entrepreneurship, Business, Employment, Self-employment, Unemployment, Covid 19.

## **CAPITULO I. INTRODUCCION**

Esta investigación su objetivo es determinar de qué manera influye el emprendimiento de negocios y la generación de empleo en el Distrito de Tumbes, 2022. Cuya investigación es de tipo correlacional-descriptiva, ya que mide las relaciones entre las variables de emprendimiento y generación de empleo, la muestra está constituida por 306 emprendimientos como persona natural con negocio en el Distrito de Tumbes. Se aplicó el método inductivo, deductivo y cuantitativo en la investigación como tal, inductivo para la recolección de información, deductivo para seguir un proceso sintético-analítico, ya que se presentarán conceptos, principios con la finalidad de efectuar recomendaciones y cuantitativo para explicar el comportamiento de las variables emprendimiento de negocios y generación de empleo, así como la utilización de programas estadísticos como el software estadístico SPSS, modelo de Rho Spearman, Alfa de Cronbach. Importante mencionar que se ha empleado un análisis documental y de la encuesta en la escala de Lickert, diseñadas por un cuestionario de 28 preguntas conteniendo las dimensiones respectivas como tal según la investigación en estudio. De acuerdo al resultado más importante radica que el emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6% ubicándose en un nivel alto con la generación de empleo de acuerdo a las respuestas, del 36.9% para el nivel medio y de 9.5% para el nivel bajo, los cuales representan las dimensiones necesidad, oportunidad, riesgos e innovación del emprendimiento de negocios, existiendo evidencia suficiente para establecer que el emprendimiento de negocios influye sobre la generación de empleo post Covid 19 en el Distrito de Tumbes, además genera efectos positivos en la generación de empleos, dinamización, estimulación y genera crecimiento económico, mejorando los ingresos de las familias tumbesinas. Asimismo, la podemos confirmar con el cálculo del coeficiente de Spearman del 0.121 con un nivel de significancia del 0,034 pudiéndose apreciar que existió una relación de asociatividad entre las variables estudiadas.

En China (Wuhan) en el mes de diciembre su población empezó a presentar neumonía por el nuevo coronavirus, a raíz de ello los vuelos nacionales e internacionales contribuyó la propagación de este virus en gran parte del mundo, ya el 13 de febrero del año 2020 varios casos de muertes habían comenzado a reportarse en cada uno de los países unos más que otros, esta pandemia evidenció las grandes deficiencias en su capacidad de respuesta a políticas macroeconómicas, sociales, culturales. Los sectores productivos (hotelería, entretenimiento, transporte, manufactura, se han visto afectados, impactando el mercado laboral, como los ingresos, remuneraciones y calidad de las ocupaciones.

La pandemia del Covid 19 ha generado cambios radicales en la forma de operar las grandes empresas, ello engloba la manera de llegar al cliente final, dentro de los alcances de esta investigación, se basa en determinar de qué manera los nuevos emprendimientos han originado un crecimiento de empleabilidad en la población a nivel mundial, regional y local, ello involucra nuevos procedimientos o medidas de bioseguridad en el proceso de la compra de productos o utilización de sus servicios.

En el distrito de Tumbes, en los momentos de crisis y desesperación, surge una oportunidad para emprender, es decir, nuevas oportunidades durante la actual realidad, las grandes crisis son oportunidades para el emprendimiento en nuestro distrito de Tumbes, muchos emprendedores han nacido durante esta pandemia, donde la gran parte de los emprendedores lo han hecho por necesidad o ya sea por el ámbito del desempleo, despidos laborales, disminución de ingresos, cambio de ambiciones, migración, estos pueden ser los hipotéticos motivos plasmados en ideas concretas como tal. Es importante mencionar que se ha observado que la situación empresarial ha incrementado, ello se ve evidenciado en el crecimiento del producto bruto interno (PBI) del 9,0%, población económica activa ocupada (PEA Ocupada), reducción de la tasa de pobreza que se encuentra entre 19% y 22,8%, así como reducción de la tasa de desempleo, entre otros indicadores socioeconómicos laborales, según estos indicadores los negocios las tasas de los negocios formales 81,9% (11 mil 552 personas) e informales 18,1% (24 mil 730 personas) surgidos a raíz de la pandemia, tal como lo establece (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2022) a comparación del año 2021.

Los negocios ya establecidos en el mercado y asimismo los que recién han surgido se han visto obligados a dejar del lado tradicional de llegar al cliente final y optar a escenarios digitales, es decir, la utilización de aplicaciones digitales tales como: Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp business, entre otros, tal lo menciona Ipsos, (2021) donde tres de cada diez han manifestado que ellos no tenían la intención de crear un negocio, pero la pandemia los motivo hacer. (p.5).

### **Problema general**

¿Cómo influye el emprendimiento de negocios sobre la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?

### **Problemas específicos**

1. ¿Cómo influye la necesidad de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?
2. ¿Cómo influye la oportunidad de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?
3. ¿Cómo influye la innovación en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?
4. ¿Cómo influye el riesgo de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?

Es importante resaltar que esta investigación está fundamentada en las teorías de emprendimiento, así como indicadores socioeconómicos laborales, dentro de ello la generación de empleo, se determinará de qué manera el emprendimiento de negocios influye en la generación de empleo. Asimismo, permitirá crear nuevo contenido en el campo de las ciencias económicas. De esta manera esta investigación pretende determinar el comportamiento de las variables en estudio de dicha investigación, ello comprende en probar la hipótesis, alcanzar los objetivos

de acuerdo con un diseño de investigación bien estructurado, ello incluye aspectos claves tales como los métodos, técnicas e instrumentos utilizados, con la finalidad de obtener conclusiones acertadas de acuerdo a los objetivos establecidos en la investigación.

### **Objetivo general**

Determinar de qué manera el emprendimiento de negocios influye sobre la Generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

### **Objetivos específicos**

1. Analizar la influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo post covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
2. Conocer la influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo post covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
3. Analizar la influencia del riesgo de emprender en la generación de empleo post covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
4. Describir la influencia de la innovación en el emprendimiento sobre la generación de empleo post covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

Esta investigación se realizó con la finalidad de obtener resultados importantes, donde ha permitido determinar si existe relación al estudio de las variables de emprendimiento y generación de empleo de los propietarios de emprendimientos en el Distrito de Tumbes, para el fomento del emprendimiento con la finalidad de mejorar el mercado laboral, reduciendo los altos niveles de desempleo en nuestra región de Tumbes.

## **CAPITULO II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Bases teóricas-científicas**

#### **2.1.1 Emprendimiento**

Según Schumpeter, (1911): “El emprendimiento se basa como un mecanismo impulsor. En la cual los emprendedores crean nuevas empresas para ingresar al mercado, donde ellos son la fuente principal de innovaciones tecnológicas”. Importante detallar que esta investigación se contrasta con el autor Schumpeter, (1911), la cual sostiene que en la teoría del emprendimiento, quien plantea cuatro factores a considerar en el análisis como la necesidad, la oportunidad, el riesgo y la innovación, que se basara la investigación como tal.

Según Timmons (1989) expone que el emprendimiento: “Significa tomar acciones humanas, creativas para establecer algo de valor a partir de prácticamente nada”. A raíz de esta teoría el autor argumenta que consiste en la búsqueda insistente de oportunidades independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos, para ello es necesario de una buena visión, pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión o idea de negocio, también requiere la disposición de tomar riesgos calculados.

## **Emprendedor**

Para muchos postulados consideran diferentes definiciones, dentro de ellas están las siguientes, según Cantillon, (1975) considera un emprendedor a “Una persona que se caracteriza por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos”. A raíz de esta postura de este autor se refiere a la habilidad del emprendedor de identificar una oportunidad donde otras personas no ven, ello se enfoca en invertir muchas veces sus pequeños ahorros en una idea y concretarla. Mientras, Bygrave (1994) lo define como : “Alguien que percibe una oportunidad y crea una organización para perseguirlo” (p.5). Es decir, una persona con iniciativa que visualiza oportunidades de negocio que otros no ven, así mismo Alzate (2017) cita a Jean-Baptiste (1803) define al emprendedor “Agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto final”.

Alzate (2017) cita a Schumpeter (1934) & Peter Drucker (1964), cada uno de estos autores adoptan apreciaciones diferentes acerca del emprendimiento, tal es el caso de Schumpeter (1934) que define “Como innovadores que buscan destruir el estatus de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” (p. 13). En contraste el autor Peter Drucker (1964), sostiene al emprendedor como una persona que busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades, considera que la innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ello el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso” (P.13).

Para Hidalgo (2014) considera el emprendedor es “Una persona que empieza una nueva actividad comercial, ya sea económica, social, política, etc. Pero en esta investigación estamos centrados en estudiar al emprendedor empresario como tal, de ahí que es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha”. Se considera habitual emplear este término para designar a una persona que crea una empresa o desarrolla nuevas ideas de negocios (p. 47).

## **Habilidades funcionales de un emprendedor**

Según Schumpeter, (1961) ha glorificado el papel de un emprendedor basándose en habilidades funcionales.

1. Valorar las posibilidades de innovación.
2. Superar las barreras socio psicológicas contra la introducción de nuevas ideas.
3. Dirigir los métodos de producción de nuevos canales.
4. Proporcionar liderazgo.
5. Asumir un alto grado de riesgo en el mundo económico.

## **Características del emprendedor.**

De acuerdo a las características el autor Alcaraz (2011), sostiene que el emprendedor “Es una persona con características muy particulares, entre ellas dentro de esas características se encuentran el compromiso, determinación y perseverancia, así como la capacidad para alcanzar metas, orientación a las metas, oportunidades, Iniciativa y responsabilidad, solvencia, realismo, autoconfianza, altos niveles de energía, buscar la realimentación continua, control interno alto, así como tomar riesgos calculados tomar de riesgos calculados.

Dentro de las características que se han plasmado anteriormente, estas características tienen varias similitudes en pensamientos creativos, innovadores y su espíritu de las personas, las cuales son capaces de identificar oportunidades donde otras personas ven problemas, a raíz de ello Hidalgo (2014) plasma las siguientes características del emprendedor:

- a. Asume riesgos.** El emprendedor esta inherente a invertir sus recursos en la idea, desde el punto de vista financiero o ya sea en cuanto a su tiempo como tal, es importante tener una muy clara visión de lo que va a hacer, porque el nivel de riesgo que supone al poner en marcha su idea innovadora, pues no se trata de asumir acciones considerando los factores internos y externos.
  
- b. Su capacidad de innovación y cambio.** Las capacidades del emprendedor se basan en tener la capacidad de transformación y mejoramiento continuo de productos y servicios, así como la capacidad que aplica no solamente a aquellos perfiles que son capaces de generar una empresa nueva y competitiva, sino a aquellos que son capaces de transformar la empresa donde están y hacerla crecer como tal.

## **Proceso de emprender**

Este proceso se caracteriza a la formación o creación de nuevas empresas y emprendedores, la cual es el resultado de nuevas empresas y emprendedores, ello involucra una serie de factores en sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc.; cada uno de estos factores mencionados interfiere en un espacio físico y de tiempo establecido que influye sobre los agentes en estudio, ligado principalmente por sus experiencias, costumbres, herencias culturales y sociales. Varios autores sostienen diferentes definiciones, tal como (Bygrave, 1994) define como: “El proceso emprendedor involucra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidades” (p.03).

Mientras que Hidalgo (2014) asevera: “El proceso que requiere emprender radica en distintas etapas definidas por varios eventos y no de forma fortuita, ello quiere decir, que la visión de un emprendedor sabe evaluar y saber aprovechar al máximo las oportunidades que se le presenten”. Resulta la interacción que involucra a varios factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos. Cada uno de estos elementos ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes involucrados, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales y sociales del ambiente empresarial en el que opera.

Los emprendedores necesitan dos cosas para realizar sus funciones. En primer lugar, deben existir conocimientos técnicos con los que el emprendedor pueda introducir nuevos productos o nuevas combinaciones de factores de producción; en segundo lugar, para llevar a cabo los nuevos intentos, el emprendedor necesita los servicios de los factores de producción. Para ello, necesitan poder adquisitivo en forma de crédito y capital, que pueden ser proporcionados por bancos y otras instituciones financieras. (Schumpeter, 1961, p.70).

De acuerdo a lo planteado por Schumpeter (1961) no plantea ninguna reserva porque básicamente existe una reserva de invenciones no utilizadas, important

mencionar que el papel que toman los bancos y cajas en el Perú como parte de apoyo en el apalancamiento financiero a las pequeñas y medianas empresas (Mypes), así como a las pequeñas y medianas (Pymes), contribuyendo al desarrollo económico de un país, fomentando la generación de empleo, mejorando las condiciones de vida la población. Autores como Timmons & Spinalli (2009) expresan lo siguiente: La mayoría de los emprendedores que inician negocios e, especialmente la primera vez, se quedan sin efectivo más rápido de lo que atraen clientes y ventas rentables, es decir, no cuentan con una mentalidad a largo plazo.

Si bien existen muchas razones para esto, la primera es que no se han centrado en las oportunidades adecuadas. Los emprendedores fracasados suelen equiparar una idea con una oportunidad, los emprendedores exitosos conocen la diferencia, ellos saben que es importante “pensar en grande”. Entienden que no están simplemente creando un trabajo para ellos o algunos empleados; están construyendo un negocio que puede crear valor para ellos mismos y su comunidad, de tal manera que desisten en seguir con la idea de negocio. (p.99).

## **Dimensiones de la variable emprendimiento**

### **a. Necesidad**

Según Sánchez (2017) “Toda aquella aspiración por parte de los consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir, todos aquellos puntos a satisfacer por parte de las empresas mediante el ofrecimiento de sus productos o servicios en el mercado o la prestación de servicios” (p.1).

### **b. Oportunidad**

Para (Shane, 2003) la define como: “Una situación en la que una persona puede crear un nuevo marco de medios y fines para la recombinación de recursos, que el emprendedor crea y generará ganancias” (p.15).

### **c. Asumir riesgos**

El emprendimiento esta inherente a asumir riesgos, dentro de esos riesgos están los financieros y recursos propios, donde ello depende de la decisión del emprendedor a que se encuentra expuesto. Según Hidalgo (2014) considera que: “El emprendedor está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, desde el punto de vista financiero, o ya sea su tiempo y, para ello requiere tener una visión muy clara y objetiva de lo que va hacer y del nivel de riesgo que asume, pues no se trata de asumir acciones de modo irresponsable, sino de manera calculada” (p. 48).

### **d. Innovación**

La innovación en los últimos años es clave para las empresas, de tal manera que le ofrece diversas maneras de dar a conocer su producto o servicio a sus clientes, a través de plataformas digitales como: Facebook, WhatsApp Bussines, entre otros, postulados como Drucker (1985) afirma lo siguiente: “La innovación es la herramienta específica de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente o un servicio diferente. Los emprendedores necesitan buscar con determinación las fuentes de innovación, los cambios y sus síntomas que indican oportunidades para una innovación exitosa” (p. 19).

**Importancia del emprendimiento de negocios:** La importancia del emprendimiento de negocios radica principalmente en una herramienta fundamental para generar ingresos y empleo, así como contribuye al crecimiento económico a corto y largo plazo, así como para introducir nuevos productos y servicios al mercado.

### **2.1.2 Generación de Empleo**

La generación de empleo a nivel mundial está relacionada a las políticas macroeconómicas, sociales, culturales, entre otras. En los últimos años se ha visto afectada por la pandemia del Covid-19, donde a desestabilizando el mercado laboral, originando crisis en los mercados laborales, incrementos de subempleos, incremento de tasas de informalidad, tal es el caso de la región de Tumbes, donde se ha visto afectada por la pandemia del Covid-19, esto ha originado a gran parte de la población por emprender un negocio.

#### **Definición**

Neffa, Panigo, & Pérez, (2014) “Todas las personas que desarrollan una actividad laboral, por eso mismo están ocupadas, lo cual no siempre significa necesariamente que tengan un empleo asalariado” (p.11).

#### **Evolución del empleo**

Sgún Cádenas (2020) en su informe con la encuesta Nacional de Hogares(Enaho) a nivel nacional, el empleo cayó significativamente a una tasa promedio anual de 2.1% entre los años 2016 y 2020, una reducción de aproximadamente 1,295,328 puestos de trabajo para el país. Importante mencionar que el Producto Bruto Interno (PBI) se contrajo a una tasa promedio anual de 0.8% en el mismo periodo de análisis. Estos resultados que contrajo consigo la pandemia del COVID-19, explicados principalmente por los efectos económicos y sociales generados de la pandemia misma, donde es importante mencionar que se vio afectado severamente el mercado laboral peruano, las estadísticas acerca del desempleo era significativa, llegando a una tasa promedio anual del 1.9%, así de similar forma el crecimiento del Producto Bruto Interno(PBI) a una tasa promedio anual de 2.9%.

## **Importancia de la generación de empleo**

La importancia de la generación de empleo radica que, en fomentar el crecimiento económico de una economía en un país, así como para reducir los altos niveles de desempleo, desigualdad y pobreza. La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (2015) argumenta que “Los factores de producción, el empleo es una de las fuentes de crecimiento, es decir, para que un país produzca es necesario el trabajo”.

## **Dimensiones de la variable generación de empleo**

### **a. Jornada laboral**

Autores como García, Sánchez , & Juárez (2006) concuerdan que: “La jornada laboral está fijada básicamente en ocho horas, gran parte de todos los países del mundo es quizás uno de los máximos y más trascendentes logros obtenidos en la primera mitad del siglo XX a través de la demanda organizada de los trabajadores” (p. 280).

### **b. Remuneraciones**

Según Toyama (2010) sostiene que la remuneración se considera fundamental como retribución en la cual el empleador debe abonar a sus empleados a sus trabajadores por su trabajo como tal, ello se diferenciará según el cargo o tareas que cumplen dentro de la estructura empresarial. (p. 289).

### **c. Oportunidad de crecimiento**

Según Cuesta (2017) argumenta que la oportunidad de crecimiento profesional está ligada a las políticas de personal que manejan los empleadores, donde depende de ellos el crecimiento y desarrollo de su personal.

## **Relación del Emprendimiento con la Generación de Empleo Post-Pandemia de la Covid-19**

La relación del emprendimiento y la generación de empleo se basa en el favorecimiento de creación de nuevos puestos de trabajo, introducción de nuevos productos y servicios en el mercado, así como un papel importante en el tejido empresarial, ello radica como una prioridad cuando se trata de promover el desarrollo económico y social de las economías nacionales, regionales y locales, así como sus efectos positivos en la generación de puestos de trabajos, dinamización, estimulación y a la vez genera crecimiento económico, en gran parte, se consolida como respuesta a los altos niveles de desempleo, desigualdad, y pobreza que enfrenta la región de Tumbes, ya que a través del autoempleo o emprendimiento se convierte en una alternativa para obtener ingresos en las familias tumbesinas, de tal manera que contribuye a una mejora de los ingresos salariales, esta relación de variables está inherente a una mejor calidad de vida, ya sea una mejor educación para sus hijos, acceder a una atención de salud de calidad, entre otros factores importantes relacionados a una mejor bienestar como tal. A raíz de ello es importante detallar que el emprendimiento es una característica estructural en parte de las economías Latinoamericanas, en la forma que en América Latina gran parte de la Población Económicamente Activa(PEA) según estadísticas el 28% de esta población es autoempleada y el 55% es asalariada, que quiere decir ello, que las personas son contratadas por otras personas a cambio de un salario, donde muchas veces es mínimo y en las cuales no les brindan las condiciones adecuadas para poder realizar las actividades como tal.

## **2.2 Antecedentes**

En el presente trabajo de investigación que tiene como título “El emprendimiento de negocios y su influencia sobre la generación de empleo, post COVID 19, distrito de Tumbes, 2022” se muestran algunos antecedentes a nivel internacional, nacional y local.

### **A nivel Internacional**

En el año 2020, se dieron los primeros casos del nuevo coronavirus (COVID-19), comenzaron a desplegarse, primero en China, luego por el resto del mundo, generando una crisis sanitaria, económica y social, teniendo un significativo impacto en América Latina y el Caribe a través del comercio, en sus dimensiones de volumen y precio, en especial de materias primas. En nuestro país las características del mercado laboral peruano, han sido claras, entre las principales encontramos una baja tasa de desempleo, una alta tasa de informalidad laboral (70% y 75%), y precariedad en las condiciones de trabajo o protección social.

Elizalde (2021), en su proyecto de investigación: “Análisis de los emprendimientos en tiempos de pandemia covid 19 en el sector de Urdesa-Guayaquil, año 2020”. Cuyo objetivo es analizar la situación de los emprendimientos post pandemia COVID-19 del sector Urdesa Central, la metodología es descriptiva mediante un análisis cuantitativo y cualitativo, la muestra se adquirió mediante el muestreo no probabilístico intensional, de ello se obtuvo 50 emprendimientos ubicados en el sector de Urdesa Central en la ciudad de Guayaquil, a los cuales se les aplicó una encuesta, con un cuestionario de 15 preguntas. Los resultados obtenidos fueron que de acuerdo al análisis de los datos de las encuestas señalaron que su motivación para emprender fue encontrar una oportunidad dentro de la crisis representando un 26% y de poner en práctica sus conocimientos un 30%, un 24% emprendió su negocio debido a su necesidad de generar ingresos y 20% debido a una tradición familiar, a esto se suma lo indicado por el Sr. Fernando Muñoz un emprendedor que fue entrevistado quien indicó que él decidió iniciar su negocio en medio de una pandemia mundial porque considera que la crisis generó para él una oportunidad. Se concluye que las medidas impuestas por el gobierno para

cuidar a la población de la pandemia de COVID-19 implicaron cierres de negocios y por tanto desempleo, generando así la oportunidad de emprender en la población.

Muñiz & Llaguno (2021) en su trabajo de investigación que tiene por título: “Redes sociales y el surgimiento de nuevos emprendimientos en tiempos de pandemia Covid-19”. Cuyo objetivo su investigación era analizar la influencia del uso de las redes sociales como herramienta en el surgimiento de nuevos emprendimientos en tiempos de pandemia COVID-19, la metodología empleada fue que se aplicó la investigación exploratoria o de campo. Asimismo, finaliza con la modalidad descriptiva, utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas. Para el desarrollo de este trabajo de investigación se realiza la fórmula de muestreo simple, tomándose en cuenta la fórmula para el cálculo de muestras con población de los emprendimientos en la Coop. Juan Montalvo, que fue de 150 negocios, obteniendo como resultado una muestra de 109 emprendimientos ubicados al norte de la Coop. Juan Montalvo, a los cuales se les realizó una encuesta, con un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados obtenidos se ubicaron en que el 56% de encuestados mencionaron que la actividad a la que se dedican se trata de un emprendimiento, la misma que fue una de las variables a analizar en ese trabajo, mientras que en porcentajes inferiores se encuentran a los negocios con un 35.8%, negocio informal 3.7%, empresa 3.7% y otros 0.9%. Esto significa que más de la mitad se identifica como emprendimientos, siendo los proyectos dominantes en la Coop. Juan Montalvo. Además, que un 75.2% de los encuestados afirman que promocionan actualmente su emprendimiento en las redes sociales, aclarando que optan por hacerlo desde un perfil personal, mientras que un 24.8% señalaron que no lo realizan, debido a que ignoran como hacerlo. No obstante, para la mayoría de los emprendedores es muy importante usar las redes sociales para ofertar su negocio, y así lo dan conocer con un 81.7%, un 11% lo considera importante, mientras que el 4.6% les parece moderadamente importante tenerlas y un 2.8% les da poca importancia. El 56% de los nuevos emprendimientos han surgido en tiempos de Covid-19, ya que fue un método caótico para muchas personas, por lo que algunos vieron a esta crisis algo positivo para generar ingresos, ya que muchos se quedaron sin empleo y eso fueron resultados desfavorables para sus familias, mientras que el 44% de proyectos ya existían antes de la pandemia, pero se vieron en la necesidad de adaptarse. Por lo que se concluyó, que el estudio de las redes

sociales han sido una herramienta útil para los emprendimientos que han surgido en medio de la pandemia Covid-19 y para los que se han mantenido y se han adoptado, estas han sido utilizadas en gran frecuencia como medio de publicidad y comunicación por parte de los dueños de emprendimientos.

## **A nivel Nacional**

La Covid-19 llegó al Perú en un momento de vulnerabilidad del mercado de trabajo, ello se ve reflejado en el bajo ritmo en la generación de empleo en el Perú, originando una desaceleración en la reducción de la tasa de desocupación e incremento de los niveles de informalidad.

Calderon (2021) en su trabajo de tesis: “Análisis de la estrategia publicitaria digital del emprendimiento trujillano Cookies and Dreams durante la pandemia de la Covid 19, 2020. Cuyo objetivo es analizar la estrategia publicitaria digital del emprendimiento trujillano Cookies and Dreams durante la pandemia de la Covid-19, en 2020, la metodología de este estudio fue tipo cualitativo – No experimental, su diseño es exploratorio y descriptivo, con una población y muestra de 16 piezas publicitarias de diseño posteadas en Facebook y replicadas en Instagram, las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos fueron la guía de observación y Entrevista, ya que inicialmente se trabajó con una Guía de Observación de Posts en RRSS, teniendo indicadores en base a forma y fonde de post, luego se aplicó la como segundo instrumento la entrevista a la dueña del emprendimiento Cookies and Dreams, dicha entrevista contó con 10 preguntas claves que ayudó a obtener información que, posteriormente fue analizada. Finalmente se realizó también una entrevista a un experto del campo de Marketing Digital para dar análisis del trabajo realizado por el emprendimiento en redes sociales, la entrevista estuvo compuesta también por 10 preguntas, las cuales permitió analizar el trabajo publicitario. Los resultados obtenidos y analizados indicaron que los beneficios de la estrategia aplicada se ven reflejada en las respuestas otorgada por la dueña del emprendimiento Cookies and Dreams, la Sra. Marita Delgado, quien explicó la razón que la llevó a recurrir a la aplicación de una estrategia publicitaria, manifestó que la pandemia de la Covid-19 estancó sus proyectos de cursos galleteros, pero tuvo que verse en la situación de tomar una

decisión para que sus ventas no se vean perjudicadas por la pandemia del covid-19. Incluso manifestó que se encontraba bajo la amenaza de nuevos emprendimientos de repostería que nacían a raíz de la pandemia. Mientras el resultado de la entrevista al experto de Marketing Digital, dentro de las respuestas, en ellas indicó aspectos importantes como lo es Facebook e Instagram que han sido las redes adecuadas para la gestión social y que esta ha sido bien realizada según las piezas observadas. Asimismo, en cuanto a la frecuencia de posteo, indicó que se publicaron dos piezas el mismo día, lo cual considera que no debería darse, ya que, no permite que se admire totalmente una de la otra. Indicando así, que la marca aporta valor en su contenido constantemente y que el tono de comunicación empleada puede describirse como amable, coloquial y que muestre bastante empatía. Se concluyó que la estrategia publicitaria del emprendimiento trujillano Cookies and Dreams durante la pandemia de la Covid-19 en 2020 ha sido efectiva, arrojando resultados absolutamente positivos.

Uzuriaga (2021) en su trabajo de tesis: “La red social Facebook en los emprendedores del grupo “Huacho Ventas” del norte chico durante la pandemia 2020”. Cuyo objetivo es demostrar como utilizan la red social Facebook los emprendedores del grupo “Huacho Ventas” DEL Norte Chico durante la pandemia 2020, la metodología empleada es de tipo básica, ya que responde a la interrogante relacionada con una sola variable. De nivel descriptivo, ya que utiliza la estrategia de estudio basado en hechos reales, de diseño no experimental, pues no se manipuló la variable, de enfoque cuantitativo, porque se obtuvo los resultados con el uso de la estadística, con una población de 10037 emprendedores, extrayéndose una muestra de 370 individuos, a los cuales se les aplico una encuesta, con un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados obtenidos indicaron que los emprendedores en un 66.8% (247) aseguran que siempre hacen uso de fotografías, pero un 72.7% (269) casi nunca utilizan los videos y un 73.2% (271) casi siempre consideran que el perfil de Facebook refleja la personalidad del emprendedor; mostrando el uso que hace el emprendedor en esta red, en conclusión los emprendedores del grupo “Huacho Ventas” utilizan casi siempre los tres recursos básicos: fotografías, videos y un perfil para intercambiar contenidos con los demás usuarios respecto a su emprendimiento en la red social Facebook, pero lo hacen

de maneras distintas para cada uno: fotografías eficiente, videos regular y perfil ineficiente.

### **A nivel Local**

Jiménez (2022) en su trabajo de tesis: “Influencia del desempleo en la inflación de la región de Tumbes”. Cuyo objetivo principal es Determinar la influencia del desempleo en la inflación de la región de Tumbes, 2003-2019. Utilizando la teoría propuesta por Phillips, La hipótesis de la investigación indica la evolución del desempleo y su influencia negativa en relación a la inflación 2003-2019, el diseño que se utilizó en la investigación plasmada para contrastar es no experimental, longitudinal, correlacional; los cuales describe la evolución del comportamiento de las variables (inflación y desempleo) en los diferentes periodos, a partir de información histórica y estadística obtenida durante el periodo de estudio. El resultado obtenido a partir de la base de datos; utilizando el modelo de la curva de Phillips, la evaluación econométrica, estadística y económica se puede afirmar que la influencia de la inflación hacia el desempleo no es muy significativa y tienen una relación inversa. En la presente investigación se corrobora la teoría de Phillips para la región Tumbes llegando a la siguiente conclusión: Existe influencia del desempleo sobre la inflación, sin embargo esta relación es poco convencional y no es muy significativa en el periodo de estudio por lo tanto esta teoría no se aplica en la región para la toma de decisiones, estimando que por cada un punto porcentual de aumento del desempleo disminuye en 0.0011 puntos porcentuales a la inflación; no siendo estadísticamente significativo.

## **Definición de términos básicos**

### **a. Emprendimiento**

Shane (2003) define: “El emprendimiento como una actividad que implica el descubrimiento, la evaluación y explotación de oportunidades para introducir nuevos bienes y servicios, formas de organización, mercados, procesos y materias primas a través de esfuerzos organizativos que antes no existían” (p. 4).

### **b. Necesidad**

Sánchez (2017) lo define: “La necesidad, es toda aquella aspiración por parte de los consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir todos, aquellos puntos a satisfacer por parte de las empresas mediante el ofrecimiento de sus productos en el mercado o la prestación de servicios” (p. 1).

### **c. Oportunidad**

Shane (2003) la define como: “Una situación en la que una persona puede crear un nuevo marco de medios y fines para la recombinação de recursos, que el emprendedor crea y generará ganancias” (p.15).

### **d. Riesgo**

Hidalgo (2014) exterioriza que: “El emprendedor está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, desde el punto de vista financiero, en cuanto a su tiempo y, por ende, debe tener una visión muy clara de lo que va hacer y del nivel de riesgo que supone, pues no se trata de asumir acciones de modo irresponsable, sino de manera calculada” (p. 48).

### **e. Innovación**

Drucker (1985) afirma que: “La innovación es la herramienta específica de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para

un negocio diferente o un servicio diferente. Los emprendedores necesitan buscar con determinación las fuentes de innovación, los cambios y sus síntomas que indican oportunidades para una innovación exitosa” (p. 19).

#### **f. Covid-19**

La PNUD (2020) expresa lo siguiente: “La pandemia Covid-19 es la crisis de salud global que define nuestro tiempo y el mayor reto que hemos enfrentado desde la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, la pandemia es mucho más que una crisis de salud, también es una crisis socioeconómica sin precedentes, ya que, tiene el potencial de generar impactos sociales, económicos y políticos devastadores que dejan profundas y duraderas cicatrices” (p. 1).

#### **g. Jornada laboral**

De acuerdo a la jornada varios autores como (García, Sánchez, & Juárez, 2006), sostiene que “La jornada laboral fijada en ocho horas en prácticamente todos los países del mundo es quizás uno de los máximos y más trascendentes logros obtenidos en la primera mitad del siglo XX a través de la demanda organizada de los trabajadores” (p. 67).

#### **h. Empleo**

Según Neffa, Panigo, & Pérez (2014) “Todas las personas que desarrollan una actividad laboral, por eso mismo están ocupadas, lo cual no siempre significa necesariamente que tengan un empleo asalariado” (p. 11).

#### **i. Remuneración**

Según Toyama (2010) sostiene que: “La remuneración es uno de los tres elementos esenciales del contrato de trabajo, el contrato de trabajo es un negocio jurídico

oneroso en virtud del cual el empleador debe abonar una retribución por los servicios prestados por el trabajador. Si existe una prestación subordinada sin alguna retribución estaríamos en principio, ante trabajos que se realizan por razones cívicas o humanitarias” (p. 289).

#### **j. Oportunidad de crecimiento**

Según Cuesta (2017) argumenta “Como la oportunidad de crecer significativamente, ya sea que ese crecimiento sea en su carrera, vida personal o pasatiempos. Las oportunidades para crecer laboralmente son clave para la satisfacción y el éxito tanto del empleado como de la misma organización” (p. 67).

## **CAPITULO III. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **3.1 Formulación de hipótesis**

#### **Hipótesis general**

El emprendimiento de negocios influye positivamente en la generación de empleo post covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

#### **Hipótesis específicas**

- a. La necesidad de emprender un negocio influye positivamente en la generación de empleo Post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
- b. La oportunidad de emprender un negocio influye positivamente en la generación de empleo post covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
- c. El riesgo de emprender un negocio influye positivamente en la generación de empleo post covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.
- d. La innovación en un emprendimiento influye positivamente en la generación de empleo post covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

## 3.2 Tipo de estudio y diseño de investigación

### Tipo de estudio

#### Descriptivo – correlacional

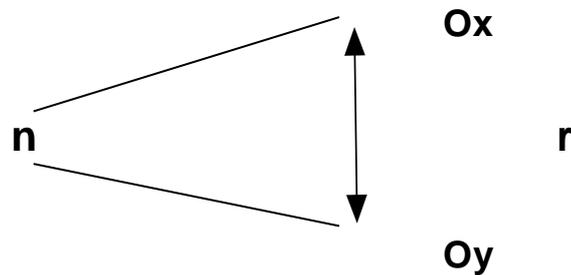
Básicamente porque delinearé el comportamiento de ambas variables emprendimiento y generación de empleo, se mostrará con exactitud las dimensiones de la situación, contexto o suceso. Importante detallar que se definirá y describirá el fenómeno en estudio, así como sus características e influencia de ambas. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) aseveran que: “Es correlacional, tiene como propósito conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos en la investigación, categorías o variables en un contexto particular. Asimismo el estudio es descriptivo, porque busca especificar las características, perfiles, comportamientos de los emprendedores como tal.

#### Diseño de investigación

**Diseño no experimental:** La presente investigación adopta un diseño no experimental debido a que las variables emprendimiento y generación de empleo en el Distrito de Tumbes, se estudiaron tal como suceden, asimismo, se estudiarán tales como se observan en su ambiente natural, importante detallar que bajo estas conceptualizaciones no se observarán aquellas situaciones o fenómenos ya existentes de acuerdo a temas relacionados.

**Transeccional:** La investigación corresponderá al año 2022, es transeccional porque se describirá las variables de emprendimiento y generación de empleo, los datos de las variables emprendimiento y generación de empleo se recogerán en un solo momento dado, en un tiempo único.

Donde:



Dónde:

**n** = muestra del estudio.

**Ox** = Observación de la variable emprendimiento.

**Oy** = Observación de la variable generación de empleo.

**r** = Relación de las variables de estudio.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

#### Población

En la presente investigación la población engloba a la suma de elementos que comparten un conjunto de características en común desde un punto de vista conceptualmente. A raíz de ello considerando información brindada por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), la presente investigación la población objeto de estudio estará constituida por 1500 propietarios de emprendimientos como persona natural con negocio, generados el 2020 y 2021 en el Distrito de Tumbes.

## Muestra

Se considera como el subgrupo de la población de interés sobre el cual se van a recolectar los datos, y que tienen que definirse y concretarse con precisión, además, importante detallar que en la presente investigación se considera una muestra finita, considerando los 306 emprendimientos como personas naturales con negocio creados entre 2020 y 2021 en el Distrito de Tumbes.

### Donde:

N= Total de la población es igual 1500 emprendimientos como persona natural con negocio.

z= 1.96

p = Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)

q= 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)

e = Error esperado 5% =0.05

### Fórmula para población conocida(finita)

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times N \times p \times q}{i^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

### Reemplazando:

$$n = \frac{1500 \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.05)^2(1500 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = \frac{1500 \times 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times (1499) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$x = \frac{1440.6}{4.7079}$$

$$n = 305.9963041 = 306$$

$n = 306$  Negocios como persona natural con negocio.

Aplicando la formula, se encuestará a 306 propietarios de emprendimientos aleatorios como persona natural con negocio, en el Distrito de Tumbes, año 2022.

## **Muestreo**

Dada la característica de la muestra, en la presente investigación se realizará de forma aleatoria simple de forma probabilística y el cuestionario se aplicará a los 306 propietarios de los emprendimientos como personas naturales con negocio en el Distrito de Tumbes.

### **3.4 Métodos**

#### **Método inductivo**

Este método se basará en la recolección de información, considerándose vital dentro marco teórico al establecerse dimensiones y categorías en las variables emprendimiento y generación de empleo. Aplicando un procedimiento que viene desde la introducción hasta la elaboración de las conclusiones de la investigación como tal.

#### **Método deductivo**

El estudio del emprendimiento y generación de empleo se fundamentará en base a las doctrinas administrativas relacionadas con el tema de emprendimientos. Asimismo, la aplicación de este método consiste en un proceso sintético-analítico, la cual permite fundamentar conceptos, principios, delineaciones, de los cuales se extrajeron conclusiones pertinentes en las que se aplicaron casos particulares sobre la base de afirmaciones generales, así se facilitará efectuar recomendaciones objetivas.

## **Método Cuantitativo**

Este método se utilizará para explicar básicamente el comportamiento de las variables en estudio: emprendimiento y generación de empleo, así mismo se utilizarán programas estadísticos como el modelo Rho Spearman, Alfa de Cronbach y tablas de frecuencia.

### **3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica documental**

Esta técnica se utilizará para recopilar y seleccionar la información a través de la lectura de libros, revistas científicas, documentos y periódicos existentes, para así analizar los datos de las fuentes de investigación y dar resultados lógicos. Donde permitirá la información pertinente al tema en investigación.

#### **Técnica de la encuesta**

Se diseñó 1 cuestionario de 28 preguntas, 16 preguntas en la variable emprendimiento y 12 preguntas de la otra variable generación de empleo, empleándose como medición la escala de Lickert, donde Totalmente de acuerdo (TD) = 5, De acuerdo (DA) = 4, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NA, ND) = 3, En desacuerdo (ED) = 2, Totalmente en desacuerdo (TD) = 1, se aplicará de forma presencial a los emprendimientos del cercado de Tumbes, estos sean con negocios como persona natural con negocio. (ver anexo 5)

### **3.5 Instrumentos de recolección de datos**

**Cuestionario:** Es el más utilizado para recolectar datos. El cuestionario consiste en 16 preguntas para la variable emprendimiento y 12 preguntas para la variable generación de empleo. Instrumento de medición que se aplicará tipo entrevista.

### **3.6 Método de análisis y validación de datos**

Se realiza un análisis a través del programa software estadístico SPSS, para la tabulación pertinente.

### **3.7 Validación y confiabilidad del instrumento**

#### **Validación**

El instrumento de validación ha sido sometido a juicio de expertos, y ha sido validado por tres expertos especialista en el tema. El Mg. Rubén Edgardo Infante Carrillo, Mg. Alex Alfredh Armestar Amaya y el Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta.

#### **Confiabilidad**

Es el grado de medición de la confiabilidad de un instrumento de investigación y se usa el Alfa de Cronbach. Mientras más cerca se encuentra del 1 mayor es la consistencia del instrumento, en nuestra investigación se realizó una encuesta piloto de 25 propietarios de los negocios como persona natural en el Distrito de Tumbes, donde se encontró un alfa de Cronbach de 0,7127 por las interrogantes establecidas.

## Cuadro 1: Grado de confiabilidad de la investigación

Alfa de Cronbach de las variables	N° de elementos
0,7127	25

Fuente: Elaboración propia.

### Análisis

En esta investigación se aplicó el software estadístico SPSS, donde se obtuvieron cuadros, resultados cuantitativos, importante resaltar que se analizaron en su profundidad proporcionando información relevante que permitió efectuar la discusión con los resultados de otras investigaciones referentes y con el marco teórico pertinente. El resultado de esta nueva información contribuyó a determinar la influencia del emprendimiento de negocios sobre la generación de empleo en los emprendedores como persona natural con negocio post Covid 19 en el Distrito de Tumbes.

### 3.8 Variables y operacionalización

#### Variable independiente: Emprendimiento

##### Definición conceptual

Según Schumpeter (1911) sostiene que: “El emprendimiento es como mecanismo impulsor. Los emprendedores que crean nuevas empresas para ingresar al mercado son la fuente principal de innovaciones tecnológicas. El abastecimiento de crédito por parte de los banqueros con visión de futuro es el punto de partida de la perpetua agitación de la economía” (p.6).

**Dimensiones:** Oportunidad, necesidad, riesgo e innovación.

### **Definición operacional**

El emprendimiento se medirá en función básica a sus dimensiones las cuales son: necesidad, oportunidad, riesgo e innovación, estructurando un cuestionario de 16 preguntas con valoración de la escala de Likert: Totalmente de acuerdo(TD) = 5, De acuerdo(DA) = 4, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo(NA,ND) = 3, En desacuerdo(ED) = 2, Totalmente en desacuerdo(TD) = 1, aplicándose a los propietarios de emprendimientos como persona natural con negocio en el Distrito de Tumbes, 2022. (ver anexo 2)

### **Variable dependiente: Generación de Empleo**

#### **Definición conceptual**

Según Neffa, Panigo, & Pérez, (2014) sostienen que: “Todas las personas que desarrollan una actividad laboral, por eso mismo están ocupadas, lo cual no siempre significa necesariamente que tengan un empleo asalariado” (p.11).

**Dimensiones:** Jornada laboral, remuneraciones y oportunidad de crecimiento.

#### **Definición operacional**

La Generación de empleo se medirá de acuerdo a los emprendimientos generados en el distrito de Tumbes, a través de sus dimensiones: jornada laboral, remuneraciones y oportunidad de crecimiento, estructurando un cuestionario de 12 preguntas, con valoración de la escala de Likert: Totalmente de acuerdo (TD) = 5, De acuerdo (DA) = 4, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo(NA,ND) = 3, En desacuerdo(ED) = 2, Totalmente en desacuerdo(TD) = 1; aplicándose a los propietarios de emprendimientos como persona natural con negocio en el Distrito de Tumbes, 2022. (ver anexo 3).

La matriz de consistencia se muestra (ver anexo 4)

## CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Resultados

**Para el objetivo general:** Determinar de qué manera el emprendimiento de negocios influye sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

**Cuadro 2: Influencia del emprendimiento de negocios en la generación de empleo**

Nivel	Emprendimiento			Generación de empleo		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	76 a 80	164	53.6	41 a 60	45	14.7
Medio	69 a 75	113	36.9	36 a 40	222	72.5
Bajo	1 a 68	29	9.5	1 a 35	39	12.7
	Totales	306	100.0		306	100.0

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6% ubicándose en un nivel alto con la generación de empleo de acuerdo a las respuestas, del 36.9% para el nivel medio y de 9.5% para el nivel bajo, los cuales representan las dimensiones necesidad, oportunidad, riesgos e innovación del emprendimiento de negocios, en el Distrito de Tumbes.

Esta afirmación la podemos confirmar con el cálculo del coeficiente de Spearman del 32.5% pudiéndose apreciar que existió una relación de asociatividad de grado débil entre las variables estudiadas.

**Cuadro 3: Correlación emprendimiento de negocios en la generación de empleo**

Coeficiente Rho de Spearman		Emprendimiento de negocios	Generación de empleo
Emprendimiento de negocios	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		0.325
	N		0.034
			306
Generación de empleo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	0.325	
	N	0.034	
		306	

Fuente: Encuesta aplicada.

**Para el objetivo específico 1:** Analizar la influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

**Cuadro 4: Influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo**

Nivel	Necesidad de emprender			Generación de empleo			
	Puntuación	n	%	Puntuación	N	%	
Alto	19 a 20	116	37.9	41 a 60	45	14.7	
Medio	17 a 18	161	52.6	36 a 40	222	72.5	
Bajo	12 a 16	29	9.5	1 a 35	39	12.7	
Totales		306	100.0			306	100.0

Fuente: Encuesta aplicada.

La necesidad de emprender tuvo una influencia del nivel alto de 37.9% sobre la generación de empleo, para el nivel medio fue de 52.6% y para el nivel bajo alcanzó el 9.5% de las respuestas.

Respuestas que las podemos confirmar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman con 38.7% indicándonos que si hubo relación de asociatividad de grado débil entre las variables investigadas para necesidad de emprender y generación de empleo.

**Cuadro 5: Correlación necesidad de emprender y generación de empleo**

Coeficiente Rho de Spearman		Necesidad de Emprender	Generación de empleo
Necesidad de emprender	Coeficiente de correlación		0,387
	Sig. (bilateral)		0.001
	N		306
Generación de empleo	Coeficiente de correlación	0,387	
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	306	

Fuente: Encuesta aplicada.

**Para el objetivo específico 2:** Conocer la influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

**Cuadro 6: Influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo.**

Nivel	Oportunidad			Generación de empleo		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	19 a 20	80	26.1	41 a 60	45	14.7
Medio	17 a 18	190	62.1	36 a 40	222	72.5
Bajo	12 a 16	36	11.8	1 a 35	39	12.7
Totales		306	100.0			306 100.0

Fuente: Encuesta aplicada.

La oportunidad de emprender es un pilar del emprendimiento que tiene que ver con las necesidades reales que se hallan insatisfechas en un grupo de personas y aprovechar la oportunidad implica saber detectar precisamente estas necesidades insatisfechas y así poder diseñar productos o servicios, La oportunidad de emprender tuvo una influencia del 26.1% sobre la generación de empleo, para el nivel medio fue de 62.1% y para el nivel bajo alcanzó el 11.8% de las respuestas.

Respuestas que las podemos confirmar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman con 56.6% indicándonos que si hubo relación de asociatividad de grado medio entre las variables investigadas para la funcionalidad y el posicionamiento.

**Cuadro 7: Correlación oportunidad de emprender en la generación de empleo**

Coeficiente Rho de Spearman		Oportunidad	Generación de empleo
Oportunidad	Coeficiente de correlación		0,566
	Sig. (bilateral)		0.03
	N		306
Generación de empleo	Coeficiente de correlación	0,566	
	Sig. (bilateral)	0.03	
	N	306	

Fuente: Encuesta aplicada

**Para el objetivo específico 3:** Analizar la influencia del riesgo de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

**Cuadro 8: Influencia del riesgo de emprender y la generación de empleo**

Nivel	Riesgo			Generación de empleo		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	19 a 20	9	2.9	41 a 60	45	14.7
Medio	17 a 18	183	59.8	36 a 40	222	72.5
Bajo	12 a 16	114	37.3	1 a 35	39	12.7
	Totales	306	100.0		306	100.0

Fuente: Encuesta aplicada.

El riesgo de emprender tuvo una influencia del 2.9% sobre la generación de empleo, para el nivel medio fue de 59.8% y para el nivel bajo alcanzó el 37.3% de las respuestas.

Respuestas que las podemos confirmar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman con 42.5% indicándonos que hay relación de grado débil entre las variables investigadas riesgo de emprender y generación de empleo.

**Cuadro 9: Correlación riesgo de emprender y generación de empleo**

	Coeficiente Rho de Spearman	Riesgo de emprender	Generación de empleo
Riesgo de emprender	Coeficiente de correlación		0,425
	Sig. (bilateral)		0.046
	N		306
Generación de empleo	Coeficiente de correlación	0,425	
	Sig. (bilateral)	0.046	
	N	306	

Fuente: Encuesta aplicada.

**Para el objetivo específico 4:** Describir la influencia de la innovación en el emprendimiento sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

**Cuadro 10: Influencia de la innovación en el emprendimiento en la generación de empleo**

Nivel	Innovación			Generación de empleo			
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%	
Alto	19 a 20	104	34.0	41 a 60	45	14.7	
Medio	17 a 18	173	56.5	36 a 40	222	72.5	
Bajo	12 a 16	29	9.5	1 a 35	39	12.7	
Totales		306	100.0			306	100.0

**Fuente:** Encuesta aplicada.

La dimensión de la innovación hoy en día es la herramienta específica de los emprendedores el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente o un servicio diferente. La innovación en el emprendimiento tuvo una influencia del 34.0% sobre la generación de empleo, para el nivel medio fue de 56.5% y para el nivel bajo alcanzó el 9.5% de las respuestas.

Respuestas que las podemos confirmar con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman con 48.3% indicándonos que si hubo relación de asociatividad de grado débil entre las variables investigadas para la innovación y generación de empleo.

**Cuadro 11: Correlación innovación y generación de empleo**

Coeficiente Rho de Spearman		Innovación	Generación de empleo
Innovación	Coeficiente de correlación		0,483
	Sig. (bilateral)		0.031
	N		306
Generación de empleo	Coeficiente de correlación	0,483	
	Sig. (bilateral)	0.031	
	N	306	

Fuente: Encuesta aplicada

## 4.2 Discusión

**Para el objetivo general:** Determinar de qué manera el emprendimiento de negocios influye sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

Se encontró que la variable emprendimiento tiene una relación de asociatividad en la variable generación de empleo, lo que significa el resultado final de una actividad, es decir, la ocupación de nuevos puestos de empleo por parte de las familias tumbesinas con relación al cumplimiento de los objetivos establecidos. Considerando que, a raíz de la pandemia, muchos emprendedores aprovecharon la oportunidad, asumiendo el riesgo de emprender apoyándose en las herramientas tecnológicas que ofrecía el mercado, esto generó puestos de empleo y autoempleo en el Distrito de Tumbes.

El emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6%, ubicándose en un nivel alto en la generación de empleo de acuerdo a las respuestas, del 36.9% para el nivel medio y de 9.5% para el nivel bajo, que representan la necesidad, oportunidad, riesgo e innovación.

Contrastando con Schumpeter (1911) menciona que el emprendimiento: “Es como mecanismo impulsor. Los emprendedores que crean nuevas empresas para

ingresar al mercado son la fuente principal de innovaciones tecnológicas, siendo una herramienta fundamental para generar ingresos y empleo.

Existen coincidencias entre los resultados de la investigación realizada en los emprendedores como persona natural con negocio en el Distrito de Tumbes y Schumpeter (1911) el cual los emprendedores aprovechan las oportunidades para introducir nuevos productos y servicios al mercado, apoyando en herramientas tecnológicas como tal.

**Para el objetivo específico 1:** Analizar la influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

Se encontró que la variable emprendimiento tiene una relación de asociatividad en la necesidad de emprender, ello se refiere a que todo buen emprendimiento debe basarse en satisfacer las necesidades existentes en el mercado de productos o servicios, básicamente identificar insatisfacciones en las personas y así plasmar la idea de negocio. La necesidad “Es toda aquella aspiración por parte de los consumidores en términos de bienes o servicios. Es decir todos, aquellos puntos a satisfacer por parte de las empresas mediante el ofrecimiento de sus productos en el mercado o la prestación de servicios” (Sánchez, 2017).

La necesidad de emprender referido a la identificar las necesidades insatisfechas en las personas con productos o servicios innovadores, tuvo una influencia del 37.9% sobre la generación de empleo en el Distrito de Tumbes, post Covid 19, para un nivel medio fue de 52.6% y para el nivel bajo alcanzó el 9.5% de las respuestas.

Existieron acercamientos entre los resultados de los en la necesidad de emprender como persona natural con negocio sobre la generación de empleo post Covid 19 y lo planteado por Sánchez, (2017).

**Para el objetivo específico 2:** Conocer la influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

El emprendimiento y la oportunidad es: “Una situación en la que una persona puede crear un nuevo marco de medios y fines para la recombinación de recursos, que el emprendedor crea y generará ganancias” (Shane, 2003).

La oportunidad de emprender de los emprendedores como persona natural con negocio hace hincapié en poner en marcha la idea emprendedora y adentrarse al mercado y lanzar un producto o servicio innovador, tuvieron una influencia de nivel alto del 26.1%, para el nivel medio de 62.1% y del 11.8% para el nivel bajo en la variable generación de empleo.

Elizalde (2021) en su trabajo tesis: “Análisis de los emprendimientos en tiempo de pandemia covid-19 en el sector de Urdesa – Guayaquil, año 2020”. En lo que respecta a la oportunidad de emprender en los emprendedores como persona natural con negocio existen acercamientos en los indicadores que mostraron importancia en identificar las necesidades reales que se hayan insatisfechas en un grupo de personas y aprovechar las enormidades de poner en marcha una idea emprendedora en los emprendedores, post covid 19 del Distrito de Tumbes. Los resultados obtenidos fueron que de acuerdo al análisis de los datos de las encuestas señalaron que su motivación para emprender fue encontrar una oportunidad dentro de la crisis representando un 26% y de poner en práctica sus conocimientos un 30%, un 24% emprendió su negocio debido a su necesidad de generar ingresos y 20% debido a una tradición familia.

Existieron coincidencias entre las conclusiones de la investigación realizadas en los emprendedores como persona natural con negocio post Covid 19 en el Distrito de Tumbes y los resultados en el trabajo de tesis de Elizalde (2021).

**Para el objetivo específico 3:** Analizar la influencia del riesgo de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

El emprendimiento y el riesgo de emprender se evalúa el tal sentido que el emprendedor esta dispuesto a invertir sus recursos en la idea innovadora, desde punto de vista financiero, así como su tiempo. La evaluación del riesgo constituye una característica fundamental en el acto de emprender, ya que el emprendedor es

un “Tomador de riesgos” que pondera los beneficios y asume los peligros que encuentran inherentes al poner en marcha la idea emprendedora. Por lo tanto, la influencia del riesgo influye en tomar decisiones calculadas con una visión clara y asumir los peligros se está involucrado. (Rodríguez, 2011).

La dimensión el riesgo de emprender, tuvieron un resultado de nivel alto con el 2.9% de las respuestas, del 59.8% para el nivel medio y del 37.3% para el nivel bajo, influenciando en la generación de empleo.

Calderon (2021) en su trabajo de tesis “Análisis de la estrategia publicitaria digital del emprendimiento trujillano Cookies and Dreams durante la pandemia de la Covid-19, en 2020”. Plantea plantea la aplicación de una campaña publicitaria durante un contexto de crisis, con beneficios de la estrategia aplicada, reflejada en las respuestas otorgadas por la dueña del negocio, por lo que coincide que el emprendedor pondera los beneficios y asume los peligros que están inherentes a la consecución de la idea, aquí se sintetiza la importancia de la influencia del riesgo al emprender. Construyendo con lo planteado por Rodríguez (2011).

**Para el objetivo específico 4:** Describir la influencia de la innovación en el emprendimiento sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

Emprendimiento y innovación, “Es la herramienta específica de los emprendedores, el medio por el cual explotan el cambio como una oportunidad para un negocio diferente o un servicio diferente” (Schumpeter, 1935).

La dimensión de innovación tuvo un nivel alto en las respuestas de los emprendedores como persona natural con negocio del 34.0%, para el nivel medio fue del 56.5% y para el nivel bajo alcanzó el 9.5%, con una influencia en la variable generación de empleo.

Muñiz & Llaguno (2021) en su trabajo de investigación para optar el grado de licenciada cuyo trabajo tiene por título: “Redes sociales y el surgimiento de nuevos emprendimientos en tiempos de pandemia Covid-19”. Concluyó que el estudio de

las redes sociales han sido una herramienta útil para los emprendimientos que han surgido en medio de la pandemia Covid-19 y para los que se han mantenido y se han adoptado, por lo que indicaron que las redes sociales son importantes en el desarrollo de nuevos emprendimientos, estas han sido utilizadas en gran frecuencia como medio de publicidad y comunicación por parte de los dueños de emprendimientos. A raíz de ello la innovación dentro de cualquier negocio es crucial para mantenerse y ser competitivo en el mercado.

Entre los resultados de las investigaciones realizadas a los emprendedores como persona natural con negocio en el Distrito de Tumbes y las conclusiones de Muñiz & Llaguno (2021).

## CAPITULO V. CONCLUSIONES

Tras el análisis de los resultados, en la investigación sobre el emprendimiento de negocios y su influencia en la generación de empleo en el Distrito de Tumbes, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

1. El cálculo del coeficiente de Spearman del 32.5% pudiéndose apreciar que existió una relación de asociatividad e influencia de grado débil entre el emprendimiento de negocios y la generación de empleo. Considerando que, a raíz de la pandemia, muchos emprendedores han sido capaces de detectar las necesidades, aprovechando las oportunidades, asumiendo el riesgo de emprender apoyándose en las herramientas tecnológicas que ofrecía el mercado, esto generó puestos de empleo y autoempleo en el Distrito de Tumbes.
2. El cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 38.7% indicándonos que si hubo relación de asociatividad e influencia de grado débil entre la necesidad de emprender y la generación de empleo. Gran parte de los emprendedores tuvieron esa habilidad, la cual consiste en saber detectar las necesidades insatisfechas que existen en el mercado.
3. Con un coeficiente Rho de Spearman de 56.6% indicándonos que, si hubo relación de asociatividad e influencia de grado medio entre la oportunidad de emprender y la generación de empleo, tal es el caso de la pandemia de la Covid 19, donde muchos emprendedores aprovecharon las oportunidades de negocio a pesar de lo difícil de crisis en todos los sectores empresariales, creando y diseñando productos y servicios innovadores.
4. El cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 42.5% indicándonos que si

hubo relación de asociatividad de grado débil entre el riesgo de emprender y generación de empleo. Ello engloba a que el emprendedor se considera una persona “tomador de riesgos”, debe tener una visión clara de que lo que tiene planeado ejecutar y tomar acciones de manera calculada, tomando en cuenta su idea a plasmar se encuentra expuesta a incertidumbre.

5. El cálculo del coeficiente Rho Spearman de 48.3% indicándonos que, si hubo relación de asociatividad de grado débil entre la innovación y generación de empleo, los emprendedores han utilizado la innovación de manera que les permita generar una ventaja competitiva de sus competidores, realizando campañas publicitarias y ventas como tal.

## **CAPITULO VI. RECOMENDACIONES**

Con las conclusiones de la investigación anteriormente descritas, se procede a plantear las siguientes recomendaciones:

1. A las autoridades e instituciones del Distrito de Tumbes, otorgar los mecanismos y herramientas necesarias para generar oportunidades de emprender un negocio como respuesta los altos niveles de desempleo, considerando el emprendimiento como medio para promover la compra y venta local, a fin de potenciar la economía y el desarrollo de pequeños negocios en Tumbes.
2. Buscar alternativas o nichos de negocio que le permita emprender con productos o servicios con características diferenciadoras con la finalidad de buscar mejores oportunidades en programas nacionales concursales.
3. Buscar alternativas de emprendimiento con ideas creativas e innovadoras de tal manera que le permita acceder a financiamientos y establecer negocios factibles considerando las oportunidades que brinda los mercados actuales.
4. Asumir riesgos considerando un enfoque de análisis incluyendo factores internos y externos en el sector empresarial, tales es el caso de las tasas de cambio, proveedores, clientes factibles evitando sobre endeudarse y reducir los riesgos de perder su capital y tiempo dedicado en la idea de negocio.
5. Agenciarse a personas capacitadas en tecnologías de información, con la finalidad de utilizar efectivamente estas tecnologías, viéndose reflejado en el incremento de sus niveles ventas y posicionamiento de su producto o servicio en el mercado.

## CAPITULO VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AE Acción Emprendedora. (2019). *Acción Emprendedora*. Obtenido de Acción Emprendedora: <https://accionemprendedora.org.pe/nosotros/>
- Alcaraz R, R. (2011). *EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO Cuarta Edición*. México: McGrawHill. Obtenido de [https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTOGUIA 1 El emprendedor de Exito.pdf](https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTOGUIA%201%20El%20emprendedor%20de%20Exito.pdf)
- Alzate C, A. (2017). *Emprendimiento*. Bogotá: AREANDINA. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Apolinario M, N., & Freyre L, G. (2021). "Análisis del impacto de la pandemia COVID – 19 y las formas de reactivación de los emprendimientos en el centro del cantón General Villamil Playas, 2020.". *Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de economista*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CARRERA DE ECONOMÍA, Guayaquil. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54544/1/APOLIN\\_1.PDF](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54544/1/APOLIN_1.PDF)
- ASEP. (2014). *Asociación de Emprendedores de Perú*. Obtenido de Asociación de Emprendedores de Perú: <https://asep.pe/quienes-somos/>
- Bernal, C. A. (2006). *"Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales"*. México: Pearson. Obtenido de

[https://books.google.com.pe/books?id=h4X\\_eFai59oC&pg=PA56&dq=meto](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=metodo+inductivo+y+deductivo&hl=es-)

[419&sa=X&ved=2ahUKEwj4sobtofXxAhUjH7kGHQpmC1sQ6AEwBHoECA](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=metodo+inductivo+y+deductivo&hl=es-)

[YQAg#v=onepage&q=metodo%20inductivo%20y%20deductivo&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&pg=PA56&dq=metodo+inductivo+y+deductivo&hl=es-)

Boza E, R. (2019). *“EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL Y POBREZA: CASO ARTESANÍA TEXTIL DEL DISTRITO DE YAULI, HUANCVELICA, PERÚ, 2016”*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA, HUANCVELICA.

Obtenido de

<http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2936/TESIS-2019->

[ADMINISTRACI%c3%93N-](http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2936/TESIS-2019-)

[BOZA%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2936/TESIS-2019-)

Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in ENTREPRENEURSHIP 4th edition*.

New York. Obtenido de

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781118256121>

Calderon A, A. (2021). *“ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA DIGITAL DEL EMPRENDIMIENTO TRUJILLANO COOKIES AND DREAMS DURANTE LA PANDEMIA DE LA COVID-19, EN 2020.”*. UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE FACULTAD DE COMUNICACIONES, Trujillo.

Obtenido de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27517/Calderon%20>

[Ascencio,%20Ana%20Lucia.pdf?sequence=11](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27517/Calderon%20)

Cantillon, R. (1975). *The Circulation and Exchange of Goods and Merchandise, in H. London : Macmillan.*

Carrasco, S. (2007). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos

E.I.R.L. Obtenido de

doi:<https://drive.google.com/file/d/1BbBJQ8AmqI3MwABOOCzLYHuinae650QI/view>

Casson, M. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. New York: Barnes y Noble Books. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=vo-0aXjiLcoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=vo-0aXjiLcoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Cuesta, S. (2017). *Gestión de Talento Humano y del conocimiento*. Bogotá: Ecoe ediciones. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202019000400163](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163)

Drucker, P. F. (1985). *INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP*. California: Perfectbound. Obtenido de <file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation%20and%20entrepreneurship.PDF>

ECONÓMICO, O. P. (2015). *EMPLEO*. México.

Elizalde V, J. (2021). *Análisis de los emprendimientos en tiempo de pandemia covid-19 en el sector de Urdesa Central – Guayaquil, año 2020*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54683/1/ELIZALDE%20VALAR EZO%20JUANA.pdf>

EMPLEO, M. D. (2020). *DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO LABORAL EN TUMBES: Observatorio Socio Económico Laboral(OSEL) TUMBES*. TUMBES: Red de observatorios OSEL TUMBES. Obtenido de <https://www2.trabajo.gob.pe/promocion-del-empleo-y->

autoempleo/informacion-del-mercado-de-trabajo/red-observatorios-socio-economicos/osel-tumbes/publicaciones-osel-tumbes/

Empleo, M. d. (2021). *REPORTE DEL EMPLEO FORMAL EN LA REGIÓN TUMBES A DICIEMBRE 2021*. Tumbes. Obtenido de <https://www2.trabajo.gob.pe/estadisticas/observatorio-de-la-formalizacion-laboral/reportes-regionales/>

Espinoza, M. (2003). *Trabajo decente y protección social*. Santiago. Obtenido de [https://ilo.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay/alma993689193402676/41ILO\\_INST:41ILO\\_V2](https://ilo.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay/alma993689193402676/41ILO_INST:41ILO_V2)

Freire, A. (2004). *PASIÓN POR EMPRENDER DE LA IDEA A LA CRUDA REALIDAD*. Buenos Aires: AGUILAR. Obtenido de <https://claseadministracion.files.wordpress.com/2012/04/pasionporemprender.pdf>

González , J., Cerón , C., & Álcazar , F. (2010). Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamaxi. En J. González, C. Carlos, & F. Álcazar, *Caracterización emprendedora de los empresarios en los Valles de Tundama y Sugamaxi*. Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64619990008.pdf>

Haro, L., Sánchez, R., & Juárez, P. (2006). *Justificaciones médicas de la jornada laboral máxima de ocho horas*. México: medigraphic. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/imss/im-2007/im072n.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metología de la investigación Sexta edición*. México: McGraw-Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hidalgo P, L. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. Ecuador. Obtenido de [ile:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/Dialnet-LaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803.pdf](file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/Dialnet-LaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803.pdf)

Hidalgo P, L. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación The culture of Entrepreneurship and education*. Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599803#:~:text=La%20cultura%20del%20emprendimiento%20es,o%20reingenier%C3%ADas%20de%20procesos%20existentes>.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual. (4 de Noviembre de 2021). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de Plataforma digital única del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/551571-indecopi-pese-a-la-pandemia-emprendedores-solicitaron-mas-de-31-mil-marcas-en-lo-que-va-del-2021-un-aumento-de-19-3-respecto-al-2020>

Ipsos Global. (2021). *Emprendimientos en tiempos de pandemia*. Lima. Obtenido de [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-01/ipsos\\_emprendimiento\\_en\\_tiempos\\_de\\_pandemia\\_-\\_enero\\_2021.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-01/ipsos_emprendimiento_en_tiempos_de_pandemia_-_enero_2021.pdf)

Jiménez G, B. (2022). *Influencia en el desempleo en la inflación de la region de Tumbes, 2003-2019*. Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2685/TESES%20-%20JIMENEZ%20GOMEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Luna C, J. (2020). *DESEMPEÑO DEL MERCADO LABORAL PERUANO Resultados 2020*. Lima: COMEXPERÚ. Obtenido de

<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/informe-anual-laboral-001.pdf>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercado*. México: Pearson.

Marambio, L. (2014). *Corporación Andina de Fomento(CAF)*. Venezuela: Deloitte. Obtenido de <https://www.caf.com/media/29902/ifin-caf-estados-financieros-auditados-2013-2014.pdf>

María, J. (2020). *TUMBES: PANORAMA LABORAL*. Tumbes: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1505107/Panorama%20Laboral%20N%C2%B0%2001-2020.pdf>

Ministerio de Producción . (2019). *ProInnovate*. Obtenido de ProInnovate: <https://www.proinnovate.gob.pe/>

Ministerio de Producción. (2019). *Tu Empresa*. Obtenido de Tu Empresa: <https://www.tuempresa.gob.pe/conoce-tu-%20empresa/>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2022). *REPORTE DEL EMPLEO FORMAL EN LA REGIÓN TUMBES A ENERO 2022*. Tumbes. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3293692/24.%20Tumbes%20-%20-%20Enero%202022.pdf>

Muñiz S, M., & Llaguno F, J. (2021). "REDES SOCIALES Y EL SURGIMIENTO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19". *TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL*. UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIA, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54729/1/Redes%20sociales%2>

0y%20el%20surgimiento%20de%20nuevos%20emprendimientos%20en%20  
0tiempos%20de%20pandemia%20Covid-19.pdf

Neffa, J. C., Panigo, D. T., & Pérez, P. E. (2014). *Actividad, empleo y desempleo*. Argentina: Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO. Obtenido de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/ceil-conicet/20171027042035/pdf\\_461.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/ceil-conicet/20171027042035/pdf_461.pdf)

*NEW VENTURE CREATION: ENTREPRENEURSHIP FOR THE 21st CENTURY*. (2009). New York: McGraw-Hill. Obtenido de [file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/new-venture-creation-entrepreneurship-for-the-21st-century-8nbsped-0073381551-9780073381558\\_compress.pdf](file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/new-venture-creation-entrepreneurship-for-the-21st-century-8nbsped-0073381551-9780073381558_compress.pdf)

PNUD. (2020). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de <https://www.undp.org/es/content/undp/es/home/coronavirus>

PUCP. (2019). *Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE)*. Obtenido de Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE): <https://www.pucp.edu.pe/unidad/centro-de-innovacion-y-desarrollo-emprendedor/>

Sánchez G, J. (01 de Mayo de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/necesidad-marketing.html>

Schumpeter, J. (1911). *The Theory of Economic Development*. MPRA. Obtenido de [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/69883/1/MPRA\\_paper\\_69883.pdf](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/69883/1/MPRA_paper_69883.pdf)

Schumpeter, J. (1935). *Análisis del Cambio Económico*. México: Fondo de la cultura económica. Obtenido de <https://cursa.ihmc.us/rid=1NCYQZM9N-1519FM6-201S/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>

Schumpeter, J. (1961). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle* translated from the German by Redvers. New York: Transaction Publishers. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=traductor+de+google&rlz=1C1CHBD\\_esPE951PE951&oq=tr&aqs=chrome.0.69i59l2j69i57j0i131i433i512j0i512j69i60l3.1311j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=traductor+de+google&rlz=1C1CHBD_esPE951PE951&oq=tr&aqs=chrome.0.69i59l2j69i57j0i131i433i512j0i512j69i60l3.1311j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Schumpeter, J. (1961). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle* translated from the German by Redvers. New York: Transaction Publishers. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=traductor+de+google&rlz=1C1CHBD\\_esPE951PE951&oq=tr&aqs=chrome.0.69i59l2j69i57j0i131i433i512j0i512j69i60l3.1311j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=traductor+de+google&rlz=1C1CHBD_esPE951PE951&oq=tr&aqs=chrome.0.69i59l2j69i57j0i131i433i512j0i512j69i60l3.1311j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-Opportunity Nexus*. EE.UU. Obtenido de <https://www.elgaronline.com/view/1843763826.00008.xml>

Somovía, J. (2000). *EL TRABAJO DECENTE Una lucha por la dignidad humana*. Santiago: Copyright. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms\\_380833.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_380833.pdf)

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2018). *Emprender SUNAT*. Obtenido de *Emprender SUNAT*: <https://emprender.sunat.gob.pe/>

Timmons, J. (1989). *The Entrepreneurial Mind*. Massachusetts: Brick House Pub Co. Obtenido de <https://eric.ed.gov/?id=ED392503>

- Timmons, J., & Spinalli, S. (2009). *NEW VENTURE CREATION: ENTREPRENEURSHIP FOR THE 21st CENTURY*. New York: McGraw-Hill. Obtenido de [file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/new-venture-creation-entrepreneurship-for-the-21st-century-8nbsped-0073381551-9780073381558\\_compress.pdf](file:///C:/Users/DIONERIS/Downloads/new-venture-creation-entrepreneurship-for-the-21st-century-8nbsped-0073381551-9780073381558_compress.pdf)
- Toyama M, J. (2010). *REMUNERACIONES, RENTAS Y LA SUNAT*. Perú: THEMYS. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/11638/12177>
- Universidad del Pacífico. (2019). *Emprende UP*. Obtenido de [Emprende UP: https://emprendeup.pe/nosotros/](https://emprendeup.pe/nosotros/)
- Uzuriaga E, N. (2021). *LA RED SOCIAL FACEBOOK EN LOS EMPRENDEDORES DEL GRUPO "HUACHO VENTAS" DEL NORTE CHICO DURANTE LA PANDEMIA 2020*. UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, Huacho. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/4855/NAARA%20ESTHER%20UZURIAGA%20ESPINOZA.pdf?sequence=1>
- Veugelers, R., Ruckert, & Weiss. (2019). "Bridging the Divide: New evidence about firms and. Obtenido de [https://scholar.google.com.pe/scholar?q=veugelers,+r.,+d.+r%C3%BCckert+y+c+weiss+\(2019\)&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=veugelers,+r.,+d.+r%C3%BCckert+y+c+weiss+(2019)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)
- Weller, J. (2020). La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. Naciones Unidas: CEPAL. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf)

## **CAPITULO VIII. ANEXOS**

## Anexos 1: Impactos de la pandemia del Covid-19 en el mercado laboral

Impactos positivos de la COVID-19 en el mercado laboral	Impactos negativos de la COVID-19 en el mercado laboral
<ul style="list-style-type: none"><li>- Creación y fomento de micros, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).</li><li>- El auge del teletrabajo en gran parte de las empresas.</li><li>- Incremento del comercio electrónico (Compras Online), tales como: ber, Beat, Cabify o Mercado Libre, entre otras.</li><li>- Incremento de uso de plataformas digitales como: Zoom, Google Meet, entre otros para fines laborales y comerciales.</li><li>- Incremento significativo del Servicio de Deliverys en empresas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Crisis del sistema sanitario, económico, financiera y humano.</li><li>- Aumento de tasas desempleo a nivel nacional.</li><li>- Incremento de los índices de subempleo.</li><li>- Incremento de las tasas de informalidad laboral.</li><li>- Cierres de negocios.</li><li>- Afectación de los sectores productivos tales como: Pesca, Turismo, Minería, Manufactura, Comercio, entre otros.</li><li>- Micros y pequeñas empresas perjudicadas por brechas digitales.</li><li>- Caída del Producto Bruto Interno Nacional, Regional y Nacional.</li><li>- Caída de las exportaciones de materias primas.</li><li>- Afectación en sus operaciones financieras en las Micros, Pequeñas y Medianas (Mipymes).</li><li>- Menores salarios e ingresos laborales en las familias.</li><li>- Precariedad laboral.</li><li>- Incremento de costos de formalidad.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia.



### Anexos 3: Operacionalización variable Generación de Empleo

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Generación de empleo</b>	Según Neffa, Panigo, & Perez (2014) "todas las personas que desarrollan una actividad laboral, por eso mismo están ocupadas, lo cual no siempre significa necesariamente que tengan un empleo asalariado" (p.11).	Se aplicará un cuestionario de 12 preguntas, que se medirán con opciones múltiples cada una de las dimensiones de la variable Emprendimiento.	Jornada laboral	Horas laboradas	Opción múltiple
				Horario de trabajo	
				Horas extras	
			Remuneración	Sueldos y salarios	
				Bonificaciones	
				Beneficios sociales	
Oportunidad de Crecimiento	Formación				
	Líneas de Carrera Flexibilidad para estudios				

Fuente: Elaboración propia.

## Anexos 4: Matriz de consistencia

**Título:** El emprendimiento de negocios y su influencia sobre la generación de empleo, post Covid-19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	POBLACION Y MUESTRA	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION
<b>El emprendimiento de negocios y su influencia sobre la generación de empleo, post pandemia Covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.</b>	<b>Problema general</b> ¿Cómo influye el emprendimiento de negocios sobre la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, año 2022?	<b>Objetivo general</b> Determinar de qué manera el emprendimiento de negocios influye sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.	El emprendimiento de negocios influye positivamente en la generación de empleo post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.	<b>Población</b> La población estará constituida por 1500 emprendimientos como persona natural con negocio del Distrito de Tumbes 2022.	<b>Tipo</b> Descriptivo Correlacional
	<b>Problemas específicos</b> ¿Cómo influye la necesidad de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022?? ¿Cómo influye la oportunidad de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022? ¿Cómo influye el riesgo de emprender en la generación de empleo post pandemia Covid 19 en el Distrito de Tumbes, 2022? ¿De qué forma se caracteriza la innovación en el emprendimiento de negocios post pandemia Covid 19 en el distrito de Tumbes, año 2022?	<b>Objetivos específicos</b> Analizar la influencia de la necesidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022. Conocer la influencia de la oportunidad de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022. Analizar la influencia del riesgo de emprender en la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022. Describir la influencia de la innovación en el emprendimiento sobre la generación de empleo post Covid 19, en el Distrito de Tumbes, Perú, 2022.			
				<b>Tipo de muestra</b> Aleatoria simple	<b>Escala de medición</b> Opción múltiple

Fuente: Elaboración propia.

## Anexos 5: Instrumento de recolección

### “El emprendimiento de negocios y su influencia sobre la generación de empleo, post Covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022”

#### Formulario

Este cuestionario tiene la finalidad de obtener información sobre la influencia del emprendimiento de negocios en la generación de empleo, post Covid 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022.

#### I. Datos generales

Edad..... Sexo

Nivel de educación.....Giro del negocio.....

Número de trabajadores.....

#### II. Escala de medición:

- 5. Totalmente de acuerdo TA
- 4. De acuerdo DA
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo NA, ND
- 2. En desacuerdo ED
- 1. Totalmente en desacuerdo TD

#### III. Preguntas

N°	AFIRMACION	ESCALA				
		1	2	3	4	5
	<b>EMPRENDIMIENTO</b>	TD	ED	NA/ND	DA	TA
<b>Necesidad</b>						
1	Considera que la canasta básica se ha visto afectada por el Covid 19.					
2	Reconoce que la pandemia afecto su situación laboral, en la que se encontraba.					
3	Reconoce que las oportunidades de empleo en su región son escasas en la actualidad.					
4	Considera que los ingresos extras son tan necesarios hoy en día en una familia.					
<b>Oportunidad</b>						

5	Reconoce que el emprendimiento es la mejor forma de generar ingresos para su familia.					
6	La pandemia del covid 19 abrió nuevas formas de generar ideas de negocio.					
7	Considera que la cercanía a zona de frontera es ventajosa para su negocio.					
8	Considera usted que la tecnología es un factor determinante para su negocio hoy en día.					
<b>Riesgo</b>						
9	Considera que el Covid 19 sigue siendo una amenaza para los negocios.					
10	La inestabilidad política genera distorsión en el crecimiento de su negocio.					
11	Cree usted que el cliente se ha vuelto más selectivo en sus productos y podría afectar a su negocio.					
12	El ingreso de migrantes y mano de obra barata puede ser una amenaza para su negocio.					
<b>Innovación</b>						
13	Reconoce que el uso de las redes sociales es esencial para promocionar sus productos.					
14	Considera que las aplicaciones móviles de pago como yape, lukita, plin o Tunki son necesarias para agilizar las operaciones de su negocio.					
15	Reconoce que el cliente post covid 19 se adapta fácilmente al uso de la tecnología para adquirir un producto.					

<b>16</b>	Su producto o servicio tiene un factor diferente del resto de la competencia que lo hace más atractivo.					
-----------	---	--	--	--	--	--

N°	AFIRMACION	ESCALA				
		1	2	3	4	5
GENERACION DE EMPLEO		TD	ED	NA/ND	DA	TA
<b>Jornada Laboral</b>						
<b>1</b>	Generalmente asigna un horario de trabajo al trabajador en su negocio.					
<b>2</b>	Su personal a cargo labora las 8 horas diarias, según las normativas vigentes.					
<b>3</b>	Reconoce las horas extras que laboran los colaboradores en su negocio.					
<b>4</b>	Asigna a sus colaboradores horarios flexibles acorde a la necesidad del negocio y del empleado.					
<b>Remuneración</b>						
<b>5</b>	Gran parte de sus colaboradores se encuentran en planilla.					
<b>6</b>	Generalmente asigna un sueldo según las escalas remunerativas a sus colaboradores.					
<b>7</b>	Reconoce incentivos salariales por productividad a sus colaboradores.					
<b>8</b>	Generalmente reconoce los beneficios sociales a sus colaboradores.					
<b>Oportunidad de crecimiento</b>						
<b>9</b>	Considera usted que es importante que el colaborador se siga especializando en las actividades que realiza.					
<b>10</b>	Brinda capacitaciones a sus colaboradores con la finalidad de mejorar su rendimiento.					

<b>11</b>	El trabajador según su desempeño puedo seguir ascendiendo en su negocio o empresa.					
<b>12</b>	Brinda facilidades para que el colaborador en el caso de estudiar, siga asistiendo a sus clases.					

*Muchas gracias por su atención*

## **Anexos 6. Grado de confiabilidad de la investigación**

---

Alfa de Cronbach de las variables	N° de elementos
0,7127	25

---

**Fuente: Elaboración propia.**