

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**TESIS**

**FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y LA CREACIÓN DE  
EMPREDIMIENTOS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO, PERIODO 2018-2021**

**PRESENTADA POR:**

Br. LISSETH TATIANA CARBAJAL ROJAS

Br. NELY SOLEDAD HUAYPUNA HUAYLLA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE ECONOMISTA**

**ASESOR:**

Mgt. MIGUEL ANGEL MENDOZA ABARCA

**CUSCO-PERÚ**

**2025**



# Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

## INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Miguel A. Mendoza Abarca.....  
..... quien aplica el software de detección de similitud al  
trabajo de investigación/tesis titulada: .....

Fuentes de financiamiento y la creación de emprendimientos  
de los estudiantes de la Universidad Nacional de San  
Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.....

Presentado por: Lisbeth Tatiana Corbajal Rojas DNI N° 72957975.....;

presentado por: Nely Soledad Huayana Huayla DNI N° 74757238.....

Para optar el título Profesional/Grado Académico de Economista.....

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3..... veces, mediante el  
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de**  
**Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 1.....%.

### Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**  
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 03 de Noviembre..... de 20 25.....

Firma

Post firma MIGUEL A. MENDOZA ABARCA

Nro. de DNI 23813741.....

ORCID del Asesor 0000-0001-9906-7122.....

#### Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:51998892.....

# Liseth Tatiana - Nely Soledad Carbajal Rojas - Hu...

## fuentes de finaciamiento y la creacion de emprendimientos de los estudiantes de la universidad nacional san antonio abad d...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:519988592

Fecha de entrega

29 oct 2025, 11:16 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 nov 2025, 8:08 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

fuentes de finaciamiento y la creacion de emprendimientos de los estudaintes de la universida....docx

Tamaño del archivo

17.6 MB

233 páginas

69.001 palabras

404.593 caracteres




# 1% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

## Fuentes principales

- 1%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

### **Presentación**

Señor Dr. Rafael Fernando Vargas Salinas Decano de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y señores miembros del jurado.

Presentamos a vuestra consideración el trabajo de investigación intitulado: “Las fuentes de financiamiento y la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021” para obtener la aprobación correspondiente para la obtención del título de Economista. Esta investigación busca identificar la influencia de las fuentes de financiamiento internas o externas en el desarrollo de emprendimientos, evaluando sus características, accesibilidad y efectividad; se espera que los resultados obtenidos aporten información relevante para fortalecer las estrategias de financiamiento, promoviendo el emprendimiento y la innovación entre la comunidad universitaria.

**Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo, en primer lugar, a nuestras familias, que han sido nuestro pilar y fuente de fortaleza durante todo este camino. A nuestros padres, por sus consejos, apoyo incondicional y el ejemplo de perseverancia que siempre nos han brindado; a nuestros hermanos, por creer en nosotros y alentarnos en los momentos más desafiantes.

A nuestros amigos, que nos han acompañado en esta travesía con palabras de ánimo, compañía y sonrisas, incluso en los días más complicados.

Y, por último, a nosotros mismos, porque juntos hemos enfrentado este reto con esfuerzo, compromiso y dedicación, demostrando que el trabajo en equipo y el apoyo nos llevan a cumplir nuestras metas. Este logro es el reflejo de lo que podemos alcanzar cuando unimos fuerzas.

Con cariño:

Lisseth Tatiana y Nely Soledad

### **Agradecimiento**

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por brindarnos la formación académica y las herramientas necesarias para desarrollar este trabajo.

A nuestros docentes que con su dedicación, conocimientos y orientación nos han inspirado a superar los desafíos académicos y profesionales. Su compromiso con la enseñanza y el aprendizaje ha sido fundamental para nuestra formación.

Extendemos nuestra gratitud a nuestro asesor de tesis, Dr. Miguel Mendoza Abarca, por su guía y sus valiosas recomendaciones a lo largo de todo el proceso. Sus aportes han sido esenciales para el desarrollo y la culminación de este trabajo.

Finalmente, reconocemos el apoyo de nuestros compañeros y colaboradores que, con sus ideas y retroalimentación, contribuyeron al enriquecimiento de nuestra investigación; este logro es el resultado del esfuerzo y respaldo de una comunidad académica comprometida.

Atte: Lisseth Tatiana y Nely Soledad

## Índice

Presentación .....	II
Dedicatoria .....	III
Agradecimiento .....	IV
Índice .....	V
Índice de Tablas .....	VIII
Índice de Figuras .....	X
Resumen .....	XII
Abstract .....	XIII
Introducción .....	XIV
Capítulo I Planteamiento del Problema .....	1
1.1. Identificación del Problema Objeto de Investigación .....	1
1.2. Planteamiento del Problema .....	8
1.2.1. Problema General .....	8
1.2.2. Problemas Específicos .....	8
1.3. Justificación de la Investigación .....	8
1.3.1. Justificación Teórica .....	8
1.3.2 Justificación Metodológica .....	8
1.3.3. Justificación Social .....	9
1.3.4. Justificación Personal .....	9
Capítulo II Objetivos de la Investigación .....	25
2.1. Objetivo General .....	25
2.2. Objetivos Específicos .....	25
2.3. Delimitación .....	25



2.3.1. Delimitación Espacial .....	25
2.3.2. Delimitación temporal.....	25
Capítulo III Marco Teórico.....	26
3.1. Antecedentes de la Investigación .....	26
3.1.1. Antecedentes Internacionales.....	26
3.1.2. Antecedentes nacionales .....	29
3.1.3. Antecedentes locales .....	32
3.2. Bases teóricas .....	33
3.2.1. Teoría del Emprendimiento de Schumpeter.....	34
3.2.2. Teoría de la innovación.....	41
3.2.3. Teoría relacionadas al financiamiento .....	43
3.2.4. Teoría de la Motivación de Logro de David McClelland (1989).....	46
3.2.5. Emprendimiento.....	58
3.2.6. Generalidades de Emprendimiento .....	60
3.2.7. Financiamiento.....	73
3.3. Unidad de emprendimiento de la UNSAAC .....	83
3.4. Marco conceptual.....	89
Capítulo IV Hipótesis de la Investigación .....	92
4.1. Hipótesis General.....	92
4.2. Hipótesis Especificas .....	92
4.3. Variables de la Investigación .....	92
4.3.1. Variables .....	92
4.3.2. Operacionalización de variables .....	93
Capítulo V Metodología de Investigación .....	96
5.1. Ámbito de Investigación .....	96

5.2. Tipo de Investigación .....	96
5.3. Enfoque la Investigación.....	96
5.4. Diseño de la Investigación .....	97
5.5. Alcance de la Investigación .....	97
5.6. Población y Muestra.....	98
5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	99
5.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de Datos .....	101
Capítulo VI Resultados y Discusión .....	104
6.1. Resultados Descriptivos .....	104
6.2. Resultados inferenciales.....	139
6.3. Preguntas complementarias a los ganadores de concursos de emprendimientos.....	150
6.4. Discusión.....	160
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones .....	171
7.1. Conclusiones .....	171
7.2. Recomendaciones.....	173
Referencias Bibliográficas .....	175
Apéndices y Anexos .....	194

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Presupuesto para la unidad de investigación UNSAAC: 2018 - 2021.....	87
<b>Tabla 2</b> Cuadro de operacionalización de variables.....	93
<b>Tabla 3</b> Concurso o programa de aceleración en el que participaron los emprendedores ....	109
<b>Tabla 4</b> Año en el que los emprendedores participaron en el concurso o programa de aceleración .....	110
<b>Tabla 5</b> Motivos por los que los emprendedores participaron en los concursos o programas de aceleración .....	110
<b>Tabla 6</b> Medio por el cual los participantes se enteraron del concurso o programa de aceleración .....	113
<b>Tabla 7</b> Fuentes de financiamiento internas usadas para el inicio de los emprendimientos .	115
<b>Tabla 8</b> Monto de financiamiento interno inicial para el inicio del emprendimiento.....	117
<b>Tabla 9</b> Factores principales que influyeron en la decisión de usar fuentes de financiamiento internas.....	118
<b>Tabla 10</b> Factores principales que influyeron en la decisión de usar fuentes de financiamiento externas .....	121
<b>Tabla 11</b> Dificultades al intentar acceder a estas fuentes de financiamiento externas .....	122
<b>Tabla 12</b> Monto de financiamiento externo percibido .....	123
<b>Tabla 13</b> Factores externos que influyeron en la imposibilidad de concretar el emprendimiento .....	132
<b>Tabla 14</b> Razón principal por la que decidiste cerrar tu emprendimiento o startup .....	136
<b>Tabla 15</b> Medidas implementadas para evitar el cierre del emprendimiento .....	137
<b>Tabla 16</b> Variables e indicadores del Modelo Logit I.....	140
<b>Tabla 17</b> Estimación del Modelo Logit I .....	141
<b>Tabla 18</b> Variables e indicadores del Modelo Logit II .....	143

<b>Tabla 19</b> Estimación del Modelo Logit II.....	143
<b>Tabla 20</b> Variables e indicadores del Modelo Logit III.....	146
<b>Tabla 21</b> Estimación del Modelo Logit III.....	146
<b>Tabla 20</b> Evolución de financiamiento y emprendedores estudiantes de la Unsaac.....	149
<b>Tabla 21</b> Comparativa sobre el financiamiento interno .....	160
<b>Tabla 22</b> Comparativa sobre el financiamiento externo .....	161
<b>Tabla 23</b> Comparativa sobre el financiamiento y el éxito en la creación de empresas.....	163
<b>Tabla 24</b> Comparativa sobre las dificultades que enfrentan los emprendedores universitarios .....	164
<b>Tabla 25</b> Comparativa sobre las etapas de financiamiento .....	166
<b>Tabla 26</b> Comparativa sobre sobre motivos de emprendimiento.....	167

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Género de los emprendedores .....	104
<b>Figura 2</b> Edad de los emprendedores .....	104
<b>Figura 3</b> Rubro de los emprendimientos .....	105
<b>Figura 4</b> Año de creación del emprendimiento .....	106
<b>Figura 5</b> Frecuencias del número de socios con los que iniciaron los emprendimientos ....	106
<b>Figura 6</b> Frecuencias respecto al tipo de emprendimiento, negocio o startup .....	107
<b>Figura 7</b> Situación de registro legal .....	108
<b>Figura 8</b> Participación en concursos y programas de aceleración brindados por la universidad .....	108
<b>Figura 9</b> Fuentes de financiamiento internas para los emprendimientos .....	115
<b>Figura 10</b> Porcentajes de financiamiento interno de los emprendimientos .....	116
<b>Figura 11</b> Recurrencia hacia fuentes internas .....	117
<b>Figura 12</b> Impactos de fuentes de financiamiento internas en la creación y desarrollo de emprendimientos.....	119
<b>Figura 13</b> Fuentes de financiamiento externa para los emprendimientos.....	119
<b>Figura 14</b> Tipos de fuentes de financiamiento externa usadas para el inicio de los emprendimientos.....	120
<b>Figura 15</b> Porcentaje de fuente de financiamiento externa usadas para el inicio de los emprendimientos.....	121
<b>Figura 16</b> Impacto de las fuentes de financiamiento externas en la creación y desarrollo del emprendimiento .....	123
<b>Figura 17</b> Financiamiento para la fase: Búsqueda de idea.....	124
<b>Figura 18</b> Surgimiento de la idea para iniciar tu emprendimiento .....	124
<b>Figura 19</b> Análisis o evaluación antes de desarrollar la idea .....	125

<b>Figura 20</b> Financiamiento para la fase: Validación de la idea .....	126
<b>Figura 21</b> Validación de la viabilidad de la idea .....	126
<b>Figura 22</b> Resultados del proceso de validación de la idea .....	127
<b>Figura 23</b> Financiamiento para la fase: Identificación de recursos .....	128
<b>Figura 24</b> Identificación de tipo de recursos necesario para iniciar el emprendimiento .....	128
<b>Figura 25</b> Dificultades para identificar o acceder a los recursos para iniciar el emprendimiento .....	129
<b>Figura 26</b> Financiamiento para la fase: Creación del emprendimiento .....	130
<b>Figura 27</b> Aspectos prioritarios durante la creación del emprendimiento .....	130
<b>Figura 28</b> Mayor desafío al crear el emprendimiento.....	131
<b>Figura 29</b> Financiamiento para la fase: Primeros años de operación .....	133
<b>Figura 30</b> Principales desafíos en los primeros años de operación.....	133
<b>Figura 31</b> Tiempo de funcionamiento del emprendimiento o startup desde la creación del Producto Mínimo Viable.....	134
<b>Figura 32</b> Ganancias mensuales netas del emprendimiento .....	135
<b>Figura 33</b> Tiempo de retorno de la inversión realizada .....	135
<b>Figura 34</b> Llegó a dar a fin su emprendimiento.....	136
<b>Figura 35</b> Fuentes de financiamiento según fase del proceso de emprendimiento.....	138

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021. La metodología empleada fue exploratoria descriptiva, con un enfoque mixto y un diseño no experimental; la población de estudio estuvo compuesta por 160 concursantes de los emprendimientos de la universidad, mientras que la muestra consistió en 63 concursantes que fueron encuestados y 4 que participaron en entrevistas. Los resultados obtenidos indican que el financiamiento interno incrementa la probabilidad de éxito en un 14.9% (valor de significancia 0.015), destacando la importancia de contar con recursos propios en las etapas iniciales. Las fuentes de financiamiento externas, con una significancia de 0.046, aumentan la probabilidad de éxito en un 31.5%, aunque los montos elevados de deuda pueden reducirla en un 21.6%. Asimismo, emprender en sectores como alimentación, moda, turismo y salud incrementa la probabilidad de éxito en un 31.33%. Participar en programas como OPEN FUTURE y Startup Lab UNSAAC también mejora las probabilidades de éxito, especialmente el segundo, con un aumento del 42.9%. Sin embargo, se observó que desafíos como conflictos entre socios (-101%), problemas en el desarrollo de productos (-35.5%) y falta de experiencia (-81.3%) disminuyen significativamente las probabilidades de éxito. En conclusión, se evidencia que las fuentes de financiamiento tienen una influencia significativa en la creación de los emprendimientos.

*Palabras clave:* Emprendimiento, Financiamiento, Fuentes de Financiamiento Internas, Fuentes de Financiamiento Externas.

### **Abstract**

The research aimed to determine how sources of financing influence the creation of entrepreneurial ventures among students at the National University of San Antonio Abad of Cusco, period 2018-2021. The methodology used was exploratory-descriptive, with a mixed approach and a non-experimental design; the study population consisted of 160 participants from the university's entrepreneurship competitions, while the sample included 63 participants who completed surveys and 4 who took part in interviews. The results indicate that internal financing increases the probability of success by 14.9% (significance value 0.015), highlighting the importance of having personal resources in the initial stages. External financing sources, with a significance of 0.046, increase the probability of success by 31.5%, although high debt amounts can reduce it by 21.6%. Furthermore, venturing into sectors such as food, fashion, tourism, and health increases the probability of success by 31.33%. Participation in programs like OPEN FUTURE and Startup Lab UNSAAC also improves success probabilities, especially the latter, with an increase of 42.9%. However, challenges such as conflicts between partners (-101%), product development issues (-35.5%), and lack of experience (-81.3%) significantly reduce the probability of success. In conclusion, it is evident that financing sources have a significant influence on the creation of businesses.

*Keywords:* Entrepreneurship, Financing, Internal Financing Sources, External Financing Sources.



## **Introducción**

Las fuentes de financiamiento son un desafío en la creación de nuevos emprendimientos, principalmente en entornos universitarios donde estudiantes buscan que sus ideas innovadoras se puedan materializar. Teniendo este contexto, la universidad tiene un rol relevante en la promoción y formación de emprendedores, los cuales, en el futuro contribuirán a la economía, además de contribuir en la innovación en diferentes sectores económicos; actualmente, los estudios relacionados con este tema aún se encuentran en una fase incipiente; sin embargo, las cifras disponibles demuestran que este sector goza de una creciente participación de la juventud.

Es por ello que se busca determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos de los estudiantes de la UNSAAC, tomando en consideración que en los últimos años hubo desafíos y oportunidades que surgieron en el ecosistema de emprendimiento, tales como: acceso a financiamiento, paso de las actividades presenciales a virtuales, incertidumbre por la pandemia COVID-19, inestabilidad económica, entre otros.

Mediante este estudio, se espera en primer lugar enriquecer el conocimiento sobre las fuentes de financiamiento utilizadas en la creación de emprendimientos, adoptando enfoques teóricos que se ajusten a nuestros propósitos; y en segundo lugar, destacar las fuentes de financiamientos no tradicionales tales como: fondos de incubadoras, programas de financiamiento, y otros relevantes en el ecosistema de emprendimiento. Ya que el emprendimiento tiene un rol clave en la economía al proporcionar, en un largo plazo, oportunidades de empleo para la población, además de ofrecer soluciones innovadoras a problemáticas actuales.

Para ello, la investigación estuvo estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I: En este capítulo se identificó el problema, se establecieron los objetivos de estudio y se justificó la necesidad de este estudio desde las perspectivas teórica, metodológica, social y personal. Se delimitó espacial y temporalmente el estudio, especificando los aspectos geográficos y el periodo de investigación.

Capítulo II: Este capítulo proporcionó los antecedentes de investigaciones previas, diferenciando entre antecedentes internacionales, nacionales y locales, los cuales sirvieron como base para contextualizar el estudio. Se expusieron las teorías relacionadas con el tema y se definió el marco conceptual, aclarando los términos clave utilizados en la investigación; además, se presentó la hipótesis y se definieron las variables estudiadas, detallando su operacionalización y la forma en que se medirían dentro del contexto del estudio.

Capítulo III: En este capítulo se describió el tipo, diseño, alcance y enfoque de estudio; además, se presentó la población y muestra, destacando los participantes seleccionados para el estudio y se describieron las técnicas utilizadas para la recolección de datos.

Capítulo IV: Se presentaron los resultados obtenidos en la investigación. Primero se expusieron los resultados descriptivos, que proporcionaron una visión general de los datos recolectados. Luego se detallaron los resultados inferenciales, los cuales analizaron las relaciones entre las variables de estudio. Finalmente, se incluyeron las respuestas complementarias obtenidas de los ganadores de los concursos de emprendimientos, las cuales enriquecieron los resultados y proporcionaron una visión más detallada sobre los factores que contribuyen al éxito de los emprendimientos.

En la discusión se analizaron los resultados obtenidos en relación con la teoría existente y los antecedentes investigativos. Finalmente se presentaron las conclusiones que resumieron los principales hallazgos de la investigación y se ofrecieron recomendaciones.

## **Capítulo I**

### **Planteamiento del Problema**

#### **1.1. Identificación del Problema Objeto de Investigación**

En 2022, las inversiones en start-ups a nivel mundial cayeron drásticamente, con una reducción del 35% respecto al año anterior, lo que representó una pérdida de 236.000 millones de dólares; sin embargo, África fue la excepción, experimentando un leve crecimiento del 5% en inversiones en empresas emergentes, con un total de 6.500 millones de dólares invertidos; Nigeria sigue siendo el líder en inversiones, junto con Kenia, Sudáfrica y Egipto, que juntos concentran el 75% de la inversión en el continente; a pesar de la desaceleración global, los ecosistemas africanos han mostrado resiliencia, destacándose sectores como energía, logística, comercio y telecomunicaciones, además de fintech, inteligencia artificial y cleantech: la diversificación de sectores refleja una mayor sofisticación en los inversores, mientras que la transferencia de soluciones africanas, como las enfocadas en energía y sostenibilidad, han ganado relevancia a nivel global (Bajo, 2023).

El emprendimiento universitario muestra un desarrollo destacado en los últimos años reflejado en estudios como Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS), iniciado en la Universidad de Berna en 2003; este proyecto mide intenciones y actividades emprendedoras de estudiantes en más de 3.000 universidades de 58 países, incluyendo España, líder mundial en participación estudiantil, con 98.226 universitarios en 2021; en España, aunque el 70% de los estudiantes prefieren ser empleados tras graduarse, un 13% desea emprender, cifra que aumenta al 23,1% en cinco años y además, el 18,9% estuvo involucrado en la creación de empresas en 2021, duplicando el dato de 2014. Sin embargo, persisten desafíos, como la baja participación femenina y la escasa formación en emprendimiento (63,5% de los estudiantes no la ha recibido) (Ruiz, 2023).

América Latina y el Caribe se distinguen por la preeminencia de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) con bajos niveles de productividad y una alta tasa de informalidad; además, enfrentan desafíos como notables obstáculos para el crecimiento, escasa cultura de innovación y la falta de desarrollo en sus mercados financieros; sin embargo, en las últimas décadas, el emprendimiento ha surgido como una oportunidad significativa para transformar numerosas sociedades caracterizadas por ingresos limitados, pasando de economías de subsistencia a economías dinámicas que se distinguen por su continua innovación y la creciente generación de empleo remunerado (Ferraro & Rojo , 2018).

Respecto al apoyo financiero hacia los emprendimientos según la investigación “Asia Pacífico (APF)” de Canadá los niveles de emprendimiento respecto al ecosistema de inversión de impacto es opuesto, los datos indican que el 70% de los emprendedores necesita de financiamiento, debido a que es una de las principales falencias; en este sentido, un 40% indica que a falta de recursos financieros los negocios fracasan (Cano *et al.*, 2015); asimismo, en Colombia el emprendimiento de la población femenina es notable y se encuentra después de Guatemala (28,20%) con un porcentaje del 26%; se mencionan también países como Chile (25,20%), Panamá (24,60%) y Uruguay (23,90%); además, están Estados Unidos (18,10%), Puerto Rico (17,90%), Brasil (17,20%) y Venezuela (15%), lo anterior de acuerdo al estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM); por lo que se resalta el ánimo empresarial de la población femenina con una participación activa, demostrando que es posible acortar las brechas de género (Escobar, 2023).

En América Latina, numerosas universidades han implementado programas de emprendimiento, destacándose instituciones como la Universidad Nacional del Rosario en Chile, la Universidad Nacional del Oriente en Bolivia, la Universidad Nacional de Colombia, la Universidad Nacional de Costa Rica, la Universidad de La Habana, la Universidad Nacional de Educación en Ecuador, y varias más en países como El Salvador, Honduras, Guatemala,

México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela y Brasil, a pesar de la presencia de estas iniciativas universitarias, se destaca la necesidad de que los gobiernos desarrollen estrategias específicas para fomentar el crecimiento empresarial, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas; en este contexto, cada país ha implementado estrategias para la creación de micro, pequeñas y medianas empresas, involucrando a las universidades a través de programas de formación y apoyo al emprendimiento de los jóvenes universitarios, promoviendo la creación de estímulos mediante oficinas de transferencia de tecnología (Esquivel et al., 2023). Acorde a Navarro et al. (2022), los desafíos principales en este contexto radican en la capacidad de las universidades para adaptarse a las nuevas demandas de los estudiantes y la economía, integrando temas de emprendimiento en sus currículas y prácticas de enseñanza, lo cual suele ser un proceso lento debido a la rigidez estructural y las resistencias internas, a pesar de reconocer los cambios económicos y tecnológicos, muchas universidades enfrentan dificultades para ajustarse a estos, lo que genera un riesgo de desconexión con las necesidades actuales del mercado laboral y empresarial; además, aunque algunas instituciones han logrado avances en este ámbito, la falta de un marco regulatorio claro y la falta de experiencia generalizada en el tema dificultan una integración efectiva al ecosistema de emprendimiento; sin embargo, el creciente interés de los estudiantes en el emprendimiento y el ejemplo de universidades pioneras ofrece un camino para superar estos obstáculos y conectar mejor a las universidades con la dinámica de innovación y cambio empresarial.

Perú es un país que se caracteriza por ser emprendedor, ya que se encuentra en uno de los mejores en este rubro según el GEM, dado que la tasa de la actividad emprendedora (número de emprendimientos entre la PEA) es 40, 20%, la más alta del mundo y un emprendedor exitoso según Lederman (2014), es el sujeto que convierte una idea creativa en una iniciativa rentable, los cuales tienen éxito en situaciones donde los factores económicos e

institucionales son favorables; sin embargo, los problemas más habituales que afronta un emprendedor en el Perú son: la falta de financiamiento y/o poca capacidad empresarial que les permita tener un crecimiento sostenible y/o acelerado. En estos últimos años, el emprendimiento tuvo un auge considerable, partiendo de las implicancias de la emergencia sanitaria, donde muchas personas se vieron obligadas a desarrollar iniciativas creativas e innovadoras para su sustento económico y donde los recursos digitales fueron una gran herramienta para el fin práctico de la comercialización; cabe resaltar que, las personas que realizan ventas online, refieren una venta física de sus productos en 54% a 23% (IPSOS, 2022); además, los emprendimientos necesitan de financiamiento para continuar con sus actividades, de lo contrario cesan sus operaciones, es así que para el año 2020 el 15% de los emprendedores dejaron de operar debido a la falta de fuentes de financiamiento, de ellos, el 30% de la juventud emprendedora afirma que no les fue posible continuar con sus actividades por esta razón, además, se afirma que el 75% de los emprendedores del país comprenden personas de entre 21 y 40 años (Vega, 2020).

Por otro lado, los ecosistemas de financiamiento en el Perú son relativamente nuevos, desde el 2012 el Ministerio de Producción puso a disposición diferentes iniciativas para promover las empresas recién creadas para la innovación en el país y las universidades han sido un pilar fundamental para desarrollar el emprendimiento peruano, pues acorde al ranking de los países con mayor nivel de emprendimiento, el Perú se encuentra en primer lugar; asimismo, la Universidad de Piura ofrece un programa de emprendimiento que respalda la Red de Universidades Emprendedoras Iberoamericanas; de manera similar, la Universidad del Pacífico de Perú ha implementado el Programa de Emprendimiento “Emprende”, que promueve la cultura emprendedora, capacitando a los jóvenes en áreas como innovación, generación de empleo y productividad, este programa también facilita la colaboración con

mecanismos de apoyo para el desarrollo y patente de proyectos emprendedores (Esquivel et al., 2023).

En el ecosistema emprendedor de Perú, la principal conexión entre universidades y el gobierno central se establece a través de CONCYTEC y su gestión de iniciativas como Innóvate Perú, que apoya la cofinanciación de proyectos innovadores; pese a ello la relación entre universidades y empresas sigue siendo limitada, debido a la escasa participación de los docentes en investigación y desarrollo aplicados a la empresa, así como a la absorción del capital humano por las empresas que valoran las competencias formativas adquiridas; en cuanto a la necesidad de incubadoras de empresas universitarias, se observa que las universidades peruanas aún enfrentan desafíos para adaptarse a la industria 4.0, lo que limita el impulso hacia la creación de empresas tecnológicas y a pesar de ello, algunos avances se reflejan en la creación de spin-offs y start-ups, aunque la transferencia de conocimiento tecnológico aún está en una etapa incipiente. En relación con la formación emprendedora, un bajo porcentaje de estudiantes se interesa por la creación de empresas tecnológicas, con solo un 20% de interés en emprendimiento tecnológico (Bravo, et al., 2021); el programa de capital de riesgo liderado por Berkeley Venture Capital fue un ejemplo destacado de la colaboración entre universidades y organizaciones de inversión para fomentar el emprendimiento juvenil. En esta iniciativa, 18 startups incubadas en el Centro de Emprendimiento Innova Ulima participaron junto a más de 30 proyectos internacionales, demostrando el impacto de las instituciones académicas en el ecosistema empresarial (Universidad de Lima, 2024).

Sin embargo, muchas universidades del país muestran que una falta de enfoque en la innovación y la tecnología limita el impacto de las universidades en el desarrollo socioeconómico; las universidades peruanas, aunque han establecido oficinas de apoyo al emprendimiento y programas de incubación, siguen enfrentando la falta de investigación aplicada y la escasa relación entre emprendimiento e investigación; además, las incubadoras

en las principales universidades públicas del país aún están en proceso de madurez, con desafíos en la cooperación, inversión y escalamiento de start-ups; además, las iniciativas de mentoría y asesoría son algunas de las prácticas que ayudan a fortalecer el ecosistema, pero la escasa producción de patentes y la dependencia de financiamiento institucional limitan la eficacia de estas incubadoras tecnológicas (Véliz et al., 2023).

En el departamento del Cusco el ecosistema de emprendimiento cuenta con la participación del Gobierno regional, de las universidades y del empresariado; sin embargo, en comparación con los ecosistemas de Piura, Arequipa o Huancayo, Cusco, el ecosistema local aún es pequeño.

La ciudad del Cusco para el año 2022, fortaleció las estrategias para el desarrollo e innovación, con un fondo no reembolsable que ascendió a la suma de S/ 1.8 millones para la inserción de “ProInnovate” a través del concurso “Dinamización de Ecosistemas Regionales de Innovación y Emprendimiento – DER” cuyo fin es la integración cooperativa entre las entidades académicas, gubernamentales y empresariales que promuevan el desarrollo de la producción por medio de propuestas innovadoras y transformadoras de la localidad, es así que el Cusco fue la sede para el “Segundo Encuentro Interregional Innova Suyu” con la presencia de más de 150 líderes con la intención de establecer redes de cooperación sólidas con una proyección inmediata, mediata y con una proyección mayor (El Peruano, 2022).

Los emprendimientos son fenómenos que están en crecimiento constante, sin embargo, existe un sesgo considerable de información y estudios referidos al tema, por ello es necesario este estudio, acerca de las fuentes de financiamiento en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC); además, en la ciudad del Cusco la Dirección de Emprendimiento y Gestión de la UNSAAC, impulsó entre el 2018 y 2021, espacios para dinamizar el emprendimiento estudiantil con la alianza con Telefonica - Wayra a través del Open Future (2018) y Hult Prize (2019), que fue



un concurso de emprendimiento social que otorgaba 1 millón de dólares en capital semilla para la idea más innovadora, Semillero de Emprendedores (2020); Impact Startup Competition (2021); pero a pesar de la oferta por la Dirección de Emprendimiento, el 38.8% estudiantado percibe que no se ejecutan los convenios previstos para “dinamizar ecosistemas de innovación y emprendimiento”, y también el 52% cuestiona la gestión de los recursos financieros orientados a impulsar startups estudiantiles.

El caso de “Nostoc, Burbujas Andinas”, uno de los emprendimientos de base científica (Foodtech) que obtuvo primer lugar en Hult Prize UNSAAC (2019), luego paso a concursar a nivel internacional y obtuvo el primer lugar en Hult Prize Bogotá y quedó entre los 10 finalistas globales de Hult Prize, ilustra las consecuencias de la brecha existente; el equipo necesitó cubrir viáticos para participar en el Global Accelerator de Londres, programa de aceleración presencial de 2 meses en Londres (El Castillo de Ashridge) con expertos y mentores internacionales para acelerar la validación de su Producto Mínimo Viable (PMV). Con mínimo apoyo institucional y sin capital semilla (para realizar la investigación y validación del PMV), la participación internacional se frustró y lo cual se agravó cuando el Decreto Supremo N°044-2020-PCM suspendió temporalmente el transporte internacional a partir del 17 de marzo de 2020, restringiendo cualquier desplazamiento al exterior en plena pandemia, el equipo se quedó varado en México cuando viajaba a Londres para la sustentación del emprendimiento después de llevar el programa de aceleración de forma virtual y desarrollar su PMV incompleto debido al financiamiento limitado.

El estudio de la situación mencionada es crucial porque permite identificar y abordar los obstáculos de un emprendedor universitario, así como aportar evidencia para cerrar la brecha entre el entusiasmo emprendedor de los estudiantes antonianos y los recursos financieros que necesitan para convertir sus ideas en empresas sostenibles; además, comprender la falta de acceso a financiamiento adecuado y las limitaciones en la capacitación

empresadora es esencial para diseñar políticas y programas efectivos que promuevan el emprendimiento, estimulen el crecimiento económico y generen empleo en la comunidad.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

### ***1.2.1. Problema General***

¿De qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?

### ***1.2.2. Problemas Específicos***

- ¿Cómo es la influencia de las fuentes de financiamiento internas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?
- ¿Cómo es la influencia de las fuentes de financiamiento externas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?

## **1.3. Justificación de la Investigación**

### ***1.3.1. Justificación Teórica***

El estudio es fundamental para la comprensión de las dinámicas que acontecen en el proceso del emprendimiento universitario y las barreras acontecidas al querer acceder a fuentes de financiamiento; los resultados proporcionarán información valiosa para el diseño de políticas y programas para el emprendimiento en el ámbito académico, facilitando el acceso a recursos y apoyando la creación de nuevas empresas contribuyendo a la dinámica económica del país.

### ***1.3.2 Justificación Metodológica***

La investigación se justifica dentro de un marco metodológico diseñado específicamente para abordar el análisis de las fuentes de financiamiento en la creación de

emprendimientos en el contexto universitario, para ello se optará por una metodología mixta combinando técnicas cuantitativas (encuestas) y cualitativas (entrevistas) para captar la amplitud, profundidad y particularidades del fenómeno a estudiar (Hernández-Sampieri y otros, 2014), contemplando la descripción y caracterización de las variables para de esta forma detallar los rasgos de los emprendimientos creados de la UNSAAC.

### ***1.3.3. Justificación Social***

La realidad de muchos emprendimientos creados en la UNSAAC y los problemas para acceder a una fuente de financiamiento es un fenómeno que impulsa la investigación, pues este análisis permitirá conocer las barreras y oportunidades a las cuales se enfrentan los alumnos de la universidad; además de proponer estrategias que fortalezcan el ecosistema emprendedor universitario y contribuyan a un desarrollo sostenible de la región; además de constituir un referente para las futuras investigaciones que estudien fenómenos similares, en este sentido establece información nueva para el conocimiento en la materia.

### ***1.3.4. Justificación Personal***

Esta investigación es una ocasión para aplicar conocimientos de la ciencia económica y conocimientos en el ámbito de emprendimiento adquiridos durante la formación profesional; además, para profundizar en conocimiento del ecosistema emprendedor de la UNSAAC; así como para optar el título de Economista.

## **Capítulo II**

### **Objetivos de la Investigación**

#### **2.1. Objetivo General**

Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

#### **2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento internas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.
- Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento externas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

#### **2.3. Delimitación**

##### ***2.3.1. Delimitación Espacial***

La investigación se realizó en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC).

##### ***2.3.2. Delimitación temporal***

La investigación y aplicación de instrumentos para recolección de datos estuvo realizada en el periodo 2018-2021.

## Capítulo III

### Marco Teórico

#### 3.1. Antecedentes de la Investigación

##### 3.1.1. *Antecedentes Internacionales*

Messina y Pena (2013) en el estudio titulado “Alternativas de financiación para emprendedores” tuvo por objetivo realizar un análisis de las fuentes de financiamiento destinados a los emprendimientos, el acceso, la capacidad de adaptarse al medio emprendedor; la metodología, fue de tipo descriptivo y cuenta con la utilización de fuentes primarias y secundarias; se analiza el apoyo económico a los emprendedores en Uruguay, con especial énfasis en el programa CCEmprende haciendo una comparación con las experiencias de otros países del MERCOSUR y de España, como referente europeo, para identificar buenas prácticas y oportunidades de mejora, teniendo en cuenta que, el financiamiento es un componente del proceso emprendedor que se relaciona con otros factores; la Tasa de Discontinuación de los Negocios muestra una tendencia decreciente desde el 2006 hasta el 2009, cuando se estabiliza y aumenta al 4,3% en el 2011 y el apoyo económico influye en la facturación de los emprendedores, ya que el 59% de los que lo recibieron pudieron generar ingresos; sin embargo, el 21% del financiamiento existente tiene restricciones de edad para los emprendedores, siendo el promedio máximo de 35 años; además, el 43% del financiamiento disponible no requiere capacitación previa o en curso para los emprendedores, mientras que el 57% restante sí la exige o solicita una entidad patrocinante que avale al emprendedor y por lo tanto, se puede afirmar que el financiamiento no es la solución definitiva para el emprendimiento, sino que debe integrarse al proceso emprendedor como un elemento más.

El estudio de Vergara (2022) titulado “Las fuentes de financiamiento de la actividad emprendedora en Uruguay” tiene como propósito verificar si hay una correspondencia entre las etapas del proceso emprendedor y los tipos de financiamiento disponibles, para ello, se

utilizó una metodología mixta por medio de la aplicación de encuestas y entrevistas a 120 emprendedores y la revisión de la oferta de las instituciones financieras; los resultados indicaron que las opciones de financiamiento se reducen a medida que el emprendimiento avanza y crece, especialmente en la fase de consolidación y asimismo, se encontró que el 51% de los emprendedores no realizó un análisis de alternativas de financiamiento y que el 87% recurrió a fondos propios para iniciar o sostener sus proyectos.

Díaz (2018) en su tesis titulado “El crowdfunding como forma de financiamiento y su impacto en el desarrollo de emprendimientos universitarios en tecnologías de la información y comunicación en Quito” tuvo como objetivo profundizar y sintetizar como el Crowdfunding es una nueva herramienta de financiamiento en emprendimientos de innovación tecnológica, se muestra cual es el aporte en la innovación y creación de emprendimientos tecnológicos los cuales atraigan al consumidor y al inversionista; la metodología del estudio fue exploratoria – descriptiva; demostrando que 75% de emprendedores financia sus proyectos con sus propios recursos ya que son más accesibles y de bajos costos y aunque buscan apoyo en universidades o instituciones privadas, la mayoría no obtiene el financiamiento necesario; en cuanto al crowdfunding, solo el 20% de los proyectos financiados alcanzaron sus metas, reflejando su baja efectividad, y a nivel nacional, el éxito es solo del 16%, lo que indica una falta de conocimiento y participación en estas plataformas; en conclusión, el crowdfunding en Ecuador es poco conocido y tiene una baja efectividad (16%) en proyectos universitarios y la falta de conocimiento y audiencia limita su uso, pero tiene un gran potencial, especialmente en el sector de las TIC.

Owen y Vedanthachari (2023) en la investigación “Explorando el Papel de la Política del Gobierno del Reino Unido en el Desarrollo del Ecosistema de Financiamiento Emprendedor Universitario para Cleantech”, el objetivo fue explorar el apoyo gubernamental a través del programa “Innovation Knowledge Centre” (IKC) para facilitar la transición de la

investigación universitaria a la innovación industrial, específicamente dentro del sector Cleantech, y analizar el emergente ecosistema de financiamiento emprendedor universidad-industria; la metodología fue cualitativa de estudio de caso e incluyó una revisión bibliográfica y 51 entrevistas con informantes clave: Responsables políticos, líderes de investigación universitaria, oficiales de transferencia de tecnología, personal especializado en la “traducción” de la investigación a la industria, beneficiarios de PYME, organismos comerciales y proveedores de financiación privada en etapas tempranas; los resultados revelaron matices en diferentes sectores emergentes de innovación, especialmente en Cleantech, centrándose en su grado de madurez, localización y potencial para generar impacto, se encontró que las universidades y la financiación pública juegan roles catalizadores en el apoyo a las industrias en la base de la escalera de financiamiento de innovación; además se pone en énfasis la necesidad de un ecosistema más integrado e inclusivo que implique a diversos actores para mejorar el impacto de la innovación y como conclusión se demuestra la necesidad de una inversión gubernamental a largo plazo con recursos financieros profundos y una política integrada de financiamiento emprendedor universitario para apoyar la innovación en Cleantech; además, fomentar el desarrollo de ecosistemas abiertos e inclusivos entre los diferentes actores es crucial para lograr un impacto sostenible.

Douglas et al. (2022) en su investigación “Acceso Percibido a la Financiación, Autoeficacia Emprendedora, Actitud hacia el Emprendimiento, Habilidad Emprendedora e Intenciones Emprendedoras: Una Perspectiva de la Juventud de Botswana” se planteó por objetivo determinar los factores que influyen en la habilidad emprendedora de los jóvenes de Botswana y su efecto sobre las intenciones emprendedoras; en particular, se buscó responder si el acceso percibido a la financiación, autoeficacia y actitud emprendedora influyen en su habilidad de emprendimiento, y si esta habilidad, a su vez, afecta sus intenciones emprendedoras; la metodología empleada fue descriptiva y explicativa, recogiendo datos a

través de encuestas en cinco universidades de Botswana y la muestra fueron estudiantes de universidades públicas y privadas; los resultados mostraron que el acceso percibido a la financiación, la autoeficacia y actitud emprendedora explican un 76% de la variabilidad en la habilidad emprendedora, mientras que esta habilidad explica un 71% de la variabilidad en las intenciones emprendedoras; el estudio concluyó que el acceso a financiación, la confianza en las capacidades emprendedoras y la actitud positiva son claves en la habilidad emprendedora de los jóvenes, lo que, a su vez, aumenta sus intenciones emprendedoras.

Padilla et al. (2019) en el estudio “Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública” tuvieron por objetivo analizar el emprendimiento desde la perspectiva universitaria, enfocándose en el comportamiento de los estudiantes frente al emprendimiento, ya que, el principal obstáculo para desarrollar estas ideas emprendedoras es el factor económico, por la poca capacidad de acceso a capital o préstamos para desarrollar sus proyectos; el estudio fue cuantitativo de campo en la que la población objetivo fueron los universitarios de la carrera de administración y el instrumento fue la encuesta y el procesamiento se realizó en SPSS; de la muestra total, el 56,38% eran mujeres; 93,62% consideran que la titulación contribuye al emprendimiento universitario, y 95,74% creen que la malla curricular incluye los módulos adecuados; además, el 55,32% de los estudiantes utilizan la modalidad de titulación por emprendimiento como una vía para iniciar su propio negocio; los resultados muestran que el financiamiento, capacidad de pago y riesgo tienen una importancia moderada, con un porcentaje de 59,57%; sin embargo, existe un desconocimiento por parte de los estudiantes respecto a convenios para financiar proyectos, y el 77,66% de los encuestados sugieren una mejor socialización de estos acuerdos.

### ***3.1.2. Antecedentes nacionales***

Lopez et al. (2024) en la investigación “Factores que influyen en el emprendimiento de los jóvenes universitarios: Una revisión de la literatura”; se tuvo por objetivo, analizar las



características y perfil barreras de los jóvenes emprendedores las cuales influyen en su intención de emprender; para ello, se empleó una metodología de revisión documental, basada en 30 artículos de SciELO, ProQuest, Google Académico, Dialnet y Scopus; los hallazgos sugieren que el perfil del joven emprendedor se caracteriza por una actitud positiva y una disposición para iniciar negocios y entre los principales factores que impulsan su intención emprendedora se destacan el deseo de superación personal, la autorrealización, el incremento de ingresos y la seguridad económica; por otro lado, las limitaciones más frecuentes para emprender son insuficientes ingresos y acceso complicado a financiamiento; concluyendo que el perfil emprendedor, apoyo institucional, los factores económicos, el entorno favorable y la motivación personal son determinantes en la intención emprendedora de los jóvenes.

Rojas y Chávez (2024) elaboraron la investigación “Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios”, este estudio se enfocó en identificar los factores clave para el éxito de emprendimientos y las barreras que acontecen durante este proceso; se tuvo un estudio cuantitativo, descriptivo, transeccional y no experimental basado en una muestra de 194 estudiantes de administración y los resultados destacaron que la innovación, capital humano y habilidades emprendedoras determinan el éxito de emprendimientos; en cuanto al apoyo institucional, el 55.2% de los encuestados considera que tiene una importancia media, el 27.3% lo percibe como bajo y el 17.5% lo valora como alto y sobre el acceso a recursos financieros, el 50% de los estudiantes percibe una relevancia media de estos recursos para el éxito de sus emprendimientos, mostrando que, aunque el financiamiento es importante, las habilidades y toma de decisiones resultan claves; solo el 14.9% de los encuestados se siente confiado en su acceso a financiamiento y en cuanto a la innovación, el 46.9% de los estudiantes la considera crucial para el éxito empresarial, el 36.1% le da una importancia media y el 17% percibe que su capacidad de innovar es limitada; se concluye que hay una diversidad de percepciones de los estudiantes sobre los factores determinantes del éxito emprendedor.

Hernandez (2023) en el estudio “Financiamiento y emprendimiento de las Mipymes del distrito, El Porvenir, 2022” tuvo por objetivo identificar los factores clave que influyen en la formación de un emprendimiento estable e innovador, considerando el uso de diversas herramientas de financiamiento y explorando la actitud emprendedora, para ello, se adoptó un enfoque mixto y transversal conformada por 78 emprendedores quienes participaron de un cuestionario, complementado con una encuesta a asesores de crédito y al gerente de desarrollo económico mediante otro cuestionario; los resultados mostraron que un limitado acceso para el financiamiento, además el entorno, el seguimiento, verificación, poca difusión de programas y manejo de los créditos son factores relevantes en el proceso emprendedor.

Lazaro (2016) en el estudio “Análisis del proceso de financiamiento de las startups en el Perú desde la perspectiva de los emprendedores” explora de forma cualitativa el proceso de financiamiento de las Startups en Perú desde la perspectiva de sus fundadores; se entrevistó a seis fundadores o cofundadores, revelando cómo gestionan el financiamiento en distintas etapas de desarrollo de sus empresas y la mayoría de los fundadores adoptan un enfoque flexible, abordando las necesidades de financiamiento conforme surgen, apoyándose principalmente en su experiencia profesional y redes laborales; algunos han recibido apoyo externo para superar desafíos específicos, mientras que uno de los fundadores, con experiencia previa, ha obtenido financiamiento en mejores condiciones; además, el acceso a financiamiento no ha seguido un patrón fijo, ya que los fundadores han elegido alternativas a medida que se presentaban y a pesar de que las tres F's (familia, amigos y fools) no fueron una fuente principal de financiamiento, el uso de los fondos se centró en tecnología en etapas iniciales y, una vez desarrollado el producto, en actividades comerciales y marketing, cada ronda de financiamiento estuvo vinculada a la consecución de hitos específicos; en cuanto a la búsqueda de financiamiento, los fundadores aprovecharon sus redes laborales y de negocios, buscando alternativas como los financiamientos estatales no reembolsables y el proceso de evaluación y

negociación del financiamiento lo lideran los fundadores, quienes valoran sus Startups utilizando métodos no tradicionales; además, obtienen el financiamiento principalmente porque los inversionistas confían en las competencias del equipo, a menudo debido a relaciones previas, los fundadores también reciben apoyo legal para entender las cláusulas contractuales, tales como la liquidación preferente, anti dilución, drag along (derecho de arrastre) y tag along (derecho de acompañamiento).

### ***3.1.3. Antecedentes locales***

Puco (2021) en su investigación “Efectos de los emprendimientos universitarios en la generación de empleo en la provincia de Cusco al 2019” tiene como finalidad analizar el proceso de creación de los emprendimientos innovadores, donde se ha observado un aumento de la actividad emprendedora con características de innovación; asimismo, se busca determinar si estos emprendimientos contribuyen a la generación de empleo para los integrantes de las distintas incubadoras de empresas y para otras personas de manera directa o indirecta. La metodología fue cuantitativa, descriptiva y no experimental; se tuvo una población compuesta de emprendedores universitarios de las incubadoras Paqarina Wasi y Kamaq Wayna. Entre los principales hallazgos se destaca que los emprendimientos se generan en las aulas universitarias y cuentan con el apoyo de sus profesores o encargados de sus incubadoras, siendo el 75.7% de la muestra parte de la incubadora Paqarina Wasi de la UNSAAC, y el 24.3% parte de la incubadora Kamaq Wayna; además, 45.7% de los emprendedores muestran espíritu empresarial, 47.1% están interesados en resolver problemas ambientales y 35.7% problemas sociales; no se puede afirmar que los emprendedores universitarios hayan iniciado sus actividades por necesidad o desempleo, ya que se encuentran en etapa de formación académica y no tienen la posibilidad de tener un trabajo.

Loayza (2022) en su investigación: “Características del emprendedor social y su relación con el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en

Latinoamérica periodo 2014-2018”, tuvo como objetivo analizar las características del emprendedor y su influencia en su emprendimiento, por medio de un enfoque cuantitativo y no experimental; en cuanto a los mecanismos de financiamiento, la investigación revela algunas tendencias significativas según género, edad, educación entre otros aspectos; en general, las mujeres muestran una ligera preferencia por utilizar ingresos propios para financiar sus proyectos, mientras que varones optan por donaciones o subvenciones y en relación con la edad, los emprendedores más jóvenes (18 a 22 años) prefieren financiar proyectos dentro de una organización, mientras que aquellos de 23 a 29 años optan por desarrollar proyectos independientes; respecto al nivel educativo, los postulantes con estudios de posgrado tienden a generar ingresos dentro de sus propios proyectos, mientras que aquellos con educación secundaria buscan más frecuentemente subvenciones y donaciones; en general, la mayoría de los emprendedores, independientemente de su perfil, prefieren estrategias que combinan modelos con y sin fines de lucro para financiar sus iniciativas.

### **3.2. Bases teóricas**

La teoría económica central que respalda la presente investigación es la Teoría del Emprendimiento de Joseph Schumpeter (1934), la cual plantea que el emprendimiento es un motor esencial del desarrollo económico, pues los emprendedores generan innovaciones que transforman el sistema productivo, para que este proceso pueda concretarse, el acceso a fuentes de financiamiento resulta determinante, ya que permite a los emprendedores materializar sus ideas y asumir los riesgos propios de la actividad empresarial. Esta perspectiva se vincula directamente con la presente investigación, que busca analizar cómo las fuentes de financiamiento influyen en la creación y consolidación de nuevos emprendimientos. Este enfoque se complementa con aportes de otras teorías vinculadas a la innovación, como las propuestas de Peter Drucker (1985), y al financiamiento, como la Teoría del Pecking Order, formulada por Myers y Majluf (1984) que describe la jerarquía en las decisiones de

financiamiento. Asimismo, se consideran aportes desde el campo de la psicología económica y conductual, tales como la Teoría conductual del emprendimiento, la Teoría de las perspectivas de Kahneman y Tversky, la Teoría de la Conducta Planificada al Emprendimiento y la Teoría de la Motivación de Logro de David McClelland (1989) que enriquecen la comprensión de los factores cognitivos, emocionales y motivacionales que intervienen en la toma de decisiones emprendedoras. Tales teorías son desarrolladas a continuación:

### ***3.2.1. Teoría del Emprendimiento de Schumpeter***

Schumpeter (1934) parte de la noción de desarrollo económico en el cual concibe el proceso de producción como la combinación de fuerzas materiales e inmateriales. Las fuerzas materiales incluyen los factores de producción: trabajo, tierra y capital (medios de producción producidos), mientras que las inmateriales abarcan la tecnología, la innovación y los aspectos socio- culturales; según su modelo, el aumento de la producción depende de la variación de estos factores y del entorno socio- cultural, siendo estos últimos los que impulsan cambios más dinámicos en la economía; asimismo, el desarrollo económico no proviene únicamente de cambios sociales o naturales, ni del incremento de capital o población, sino del impulso generado por nuevos bienes de consumo, métodos de producción y transporte, mercados, fuentes de materias primas y formas de organización industrial. Estas innovaciones, especialmente las radicales, provocan cambios revolucionarios que transforman la estructura económica; este proceso, que denomina “destrucción creadora”, describe cómo el capitalismo se renueva constantemente desde dentro, eliminando lo obsoleto y generando lo nuevo. Dicho mecanismo es el núcleo del sistema capitalista, y toda empresa que desee sobrevivir debe adaptarse a él para mantenerse vigente.

Es por ello que Schumpeter (1942) aporta a la teoría de la innovación; dicho término “innovación” se usaba desde el siglo XVIII principalmente para referirse a novedades y fue Joseph Schumpeter quien pudo integrar este concepto dentro de la teoría económica; quien

planteó que los consumidores no son los impulsores del cambio económico, sino aquellos emprendedores innovadores, ya que son estos los que realmente transforman la economía cuando inventan productos nuevos, crean diferentes formas de producir y abren mercados que no existían; en esencia, la innovación se distingue de la invención debido a que busca la aplicación práctica inmediata, especialmente dentro del ámbito empresarial, donde se traduce en ganancias o reducción de costos, por lo que Schumpeter define a la innovación como la aquella acción de producir cosas diferentes o las mismas a través de diferentes métodos y esta concepción se orienta principalmente a entenderla como un motor de cambio en los modelos de producción ya sea a través de nuevos productos o procesos transformadores. (Arroyo et al., 2020)

De esta manera la teoría de Schumpeter (1934), refiere que los sujetos que emprenden son individuos extraordinarios que aplican y promueven combinaciones o innovaciones, de esta forma revoluciona y transforma las formas para producir y emprender, el aporte fundamental de estas personas radica en el cambio y la inserción de nuevas formas de hacer algo, de ocuparse de las necesidades y potenciar los recursos disponibles (Quevedo, 2019).

La concepción de emprendimiento de Schumpeter marcó un punto de inflexión en la historia económica; para este autor, el emprendimiento no se limita a crear y gestionar negocios de manera exitosa, sino que es un proceso dinámico que impulsa el desarrollo económico mediante la innovación. En su obra Teoría del Desarrollo Económico, Schumpeter (1934) plantea que el sistema de libre empresa progresa continuamente gracias a nuevos productos y servicios, siendo el emprendimiento el motor del crecimiento y la fuente principal de mejoras e innovaciones.

El emprendedor es el innovador que identifica y aplica mejoras técnicas, introduce invenciones en el mercado y transforma la estructura económica. El desarrollo económico sigue la secuencia: emprendedor → emprendimiento → innovación → negocio → crecimiento

económico. Su lema “innovar o perecer” refleja que la recompensa principal es el beneficio, aunque también intervienen motivaciones como el deseo de superación, la competencia y la satisfacción personal (Mehmood et al., 2019).

Schumpeter (1934) señala que el emprendimiento no es una profesión permanente y que los emprendedores no constituyen una clase social fija, aunque su éxito puede ubicarlos en ciertas posiciones privilegiadas. La esencia de este emprendimiento es la innovación, entendida como la introducción de algo nuevo —ideas, métodos o dispositivos— que impulsa el desarrollo de empresas, regiones y países. En un entorno de cambios tecnológicos, las industrias y productos antiguos desaparecen, y la creatividad e innovación se convierten en pilares del futuro económico.

Es por ello que las empresas deben buscar constantemente nuevas oportunidades, procesos y productos, ya que la innovación asegura su permanencia y crecimiento. Si bien el beneficio económico es una recompensa, para el emprendedor schumpeteriano también existen motivaciones superiores, como la contribución al bienestar social, la erradicación de la pobreza o la ayuda a los más necesitados (Mehmood et al., 2019).

### **3.2.1.1. Teoría clásica del emprendimiento**

La teoría clásica del emprendimiento surge en el siglo XVIII con Richard Cantillon (1755) quien definió al emprendedor como aquel que asume riesgos al comprar a un precio fijo y vender a un precio incierto, participando en el equilibrio entre oferta y demanda, más adelante, Jean Baptiste Say (1803) amplió esta visión al incorporar las habilidades gerenciales, sosteniendo que el emprendedor no solo asume riesgos, sino que también coordina y combina los factores de producción.

Durante el periodo de 1860 a 1940, economistas austriacos, alemanes y estadounidenses (entre ellos Joseph Schumpeter, Fredrick Hawley, John Bates Clark y Frank Knight) enriquecieron el campo, estos aportes conforman el núcleo de la teoría clásica, que concibe al

emprendimiento principalmente como un fenómeno económico centrado en el riesgo, la innovación y la gestión de recursos productivos; posteriormente, el estudio del emprendimiento trascendió la economía y fue retomado por disciplinas como la psicología, la sociología y la administración, lo que dio lugar a enfoques más amplios y multidisciplinarios, sin embargo, los cimientos de la teoría clásica siguen siendo fundamentales, pues establecieron las bases para comprender al emprendedor como un actor clave en la creación de valor, el equilibrio del mercado y el desarrollo económico (Terán & Guerrero, 2020).

La perspectiva clásica destacó la importancia del libre intercambio, la división del trabajo y la competencia como motores del crecimiento económico; dentro de este marco, se reconoció al emprendedor como la figura encargada de dirigir y coordinar los procesos de producción y distribución en un mercado regido por las fuerzas competitivas (Smith, 1776; Say, 1803; Ricardo, 1817), no obstante, esta visión recibió cuestionamientos, pues se señaló que no lograba dar cuenta del carácter transformador y disruptivo que asumieron los emprendedores en pleno desarrollo de la revolución industrial (Murphy et al., 2006).

De esta manera, se reconoce al emprendedor como innovador, organizador, líder y portador de riesgos, pero persisten debates sobre si estas cualidades son innatas o adquiridas, y sobre la influencia de factores económicos, sociales y culturales, además, sin embargo estas teorías no explican los primeros pasos del proceso emprendedor ni la transición hacia la obtención de beneficios, lo que abre paso a estudios relacionados sobre el papel de la innovación, las oportunidades y los recursos (Terán & Guerrero, 2020).

### **3.2.1.2. Teoría del beneficio del empresario**

El surgimiento de los planteamientos de Knight se enmarca en la controversia de fines del siglo XIX respecto a la justa distribución de los beneficios empresariales, donde introduce al emprendedor como un nuevo agente económico distinto del capitalista, en su obra *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio* (1921), Knight plantea que el verdadero origen del beneficio radica



en la incertidumbre, diferenciándola del riesgo: el riesgo puede medirse y asegurarse, mientras que la incertidumbre es impredecible y no asegurable, según él, el emprendedor cumple la función esencial de enfrentar la incertidumbre, tomar decisiones sobre el futuro y garantizar estabilidad a otros factores productivos, lo que explica la existencia de utilidades en mercados reales con competencia imperfecta y dinámicos, aunque posteriormente complementó su teoría vinculando el beneficio a las variaciones del capital en los estados financieros, su principal aporte fue destacar el papel del empresario como transformador de la incertidumbre en oportunidades económicas, consolidando así una visión más realista de la economía y del proceso productivo (Tarapuez et al., 2008).

En su planteamiento sobre el beneficio y el emprendedor, Knight (1947) sitúa a este último como pieza central del sistema económico, al señalar que no solo coordina los factores de producción, sino que también asume los riesgos no asegurables derivados de la incertidumbre, aunque reconoce cierta ambigüedad en distinguir al emprendedor del capitalista o del director contratado, resalta que el empresario aporta capital, toma decisiones y soporta la incertidumbre, lo que le otorga un papel esencialmente dinámico en mercados en constante cambio. Knight (1947) describe al emprendedor como una persona con inteligencia, creatividad, energía, optimismo y capacidad de innovación, cuyo beneficio surge como residuo después de cubrir las rentas fijas y depende tanto de su juicio empresarial como del azar, asimismo, subraya que el éxito no se explica solo por el capital, sino por la combinación de capacidad, esfuerzo y suerte, y valora el carácter innovador y asociativo de los emprendedores, vinculando su función a la eficiencia productiva y al progreso económico.

### **3.2.1.3. Teoría del ajuste de Kirzner**

La teoría del ajuste de Kirzner (1995) parte de la crítica a la visión estática de la microeconomía neoclásica y propone entender el mercado como un proceso dinámico de descubrimientos, para Kirzner, la competencia no es un estado de equilibrio con información

perfecta, sino un mecanismo de búsqueda y aprendizaje en medio de la incertidumbre, los agentes del mercado (sean oferentes o demandantes) actúan con información incompleta y muchas veces equivocada, pero es precisamente este estado de ignorancia el que abre espacio a la función empresarial, el empresario kirzniano se caracteriza por su capacidad de estar alerta y detectar oportunidades que otros no han visto, cada descubrimiento corrige errores previos y genera beneficios, entendidos como "ganancias descubiertas", este proceso permite que, aunque nunca se alcance un equilibrio perfecto, el mercado se acerque progresivamente a él gracias a la acción empresarial.

En este marco, el ajuste de Kirzner se entiende como la sucesión de correcciones que resultan de los descubrimientos realizados por los agentes, los precios, lejos de ser señales infalibles, son productos de este aprendizaje continuo y funcionan como indicadores de información imperfecta, de este modo, la coordinación en el mercado no se explica por una “mano invisible” estática (Smith), sino por el flujo constante de descubrimientos que realizan los decisores económicos (Valencia & Patlán, 2011).

Es así que para Kirzner (1973) la característica central del emprendedor radica en su capacidad de mantenerse atento a señales y datos que otros no perciben y sostiene que la función empresarial cumple un papel de ajuste dentro del mercado, pues cuando este se encuentra en desequilibrio surgen posibilidades de obtener beneficios; en ese escenario, los emprendedores identifican tales oportunidades y actúan sobre ellas, contribuyendo así a corregir las descoordinaciones y acercar el sistema hacia un nuevo equilibrio.

#### **3.2.1.4. Emprendimiento schumpeteriano y finanzas dinámicas y crédito**

El emprendimiento schumpeteriano, asociado con la innovación es un concepto activo y dinámico. Representa creatividad y cambio. “El emprendimiento es un comportamiento dinámico, creativo, orientado al crecimiento y que implica asumir riesgos” (Schermerhorn & Bachrach, 2020). Supone cambios a lo largo del tiempo y el espacio, transformando

periódicamente la estructura organizativa (Ahmed, 2016). La innovación es el proceso de tomar una idea nueva y ponerla en práctica, y abarca todos los aspectos del negocio: procesos, productos, organización, etc. (Schumpeter, 1934).

En el sistema de Schumpeter, el emprendimiento se ve ampliamente facilitado por el crédito bancario (Puri & Misra, 1995), dado que los bancos comerciales son depósitos de fondos públicos y proveedores de recursos para todas las empresas productivas. Por lo tanto, no existen obstáculos financieros para el emprendimiento ni para la implementación de sus innovaciones. Según Schumpeter (1934), financiar a los emprendedores, sus empresas e innovaciones significa financiar el desarrollo económico, lo que a su vez impulsa el empleo, el crecimiento de los ingresos, el consumo y el bienestar. El modelo de emprendimiento schumpeteriano es extraordinario porque contempla todos los recursos necesarios para emprender; además, representa una situación beneficiosa para los bancos, que encuentran en los emprendedores clientes estables, productivos y dinámicos.

De esta manera, el emprendimiento schumpeteriano es un agente de cambio económico y empresarial a través de un flujo continuo de innovaciones, invenciones y mejoras, de carácter técnico, organizativo, de productos, de marketing, etc. (Schumpeter, 1934). Como expresó Adelman (1961) “al igual que el capitalista marxista, que acumula por el simple hecho de acumular, el innovador schumpeteriano innova, al menos en parte, por el simple hecho de innovar”. Según Schumpeter (1942), el capitalismo y la democracia tienen fuentes eternas de desarrollo principalmente en la figura de los emprendedores.

La teoría schumpeteriana se refleja claramente en las operaciones de empresas pequeñas, medianas y grandes, siempre en búsqueda de mejoras que aumenten sus ingresos, beneficios y valor de mercado (Monica, 2019).

No obstante, la experiencia de la crisis financiera global de 2008 muestra que los bancos se desviaron de sus principios básicos de otorgar créditos productivos, seguros y rentables,

involucrándose en financiamientos riesgosos o de dudosa recuperación; por lo que se requiere restablecer un vínculo sólido entre banca y emprendimiento; en la actualidad, además de los bancos, existen inversionistas ángeles y fondos de capital de riesgo con amplios recursos para invertir en startups que llevan el emprendimiento a nuevas alturas (Mehmood et al., 2019).

### **3.2.2. Teoría de la innovación**

Desde el enfoque de Drucker (1985) la innovación constituye un pilar esencial dentro del emprendimiento, ya que implica transformar los recursos existentes para que puedan generar un nuevo valor económico; además, subraya que innovar no se restringe únicamente a los avances tecnológicos, sino que también puede originarse por transformaciones en la sociedad, en las características de la población o en la manera en que las personas interpretan su entorno; asimismo, Drucker (1985) menciona que innovar no es cuestión de suerte ni de genialidades espontáneas, sino un trabajo que debe realizarse de manera ordenada y con un propósito claro; por lo que, todo empieza por observar con atención las oportunidades que ofrece la realidad, es decir, observar aquellos problemas que se deben resolver, identificar las necesidades nuevas y los cambios en el entorno y luego también es clave salir, ver, escuchar y hacer preguntas para entender bien que se necesita; además, se debe tener en cuenta que una buena innovación debe ser sencilla y debe enfocarse en una sola cosa, porque si es complicada o busca hacer muchas cosas a la vez, terminará confundiendo a la gente; así mismo se debe considerar que, lo nuevo debe tener una aplicación inmediata y no solo ser una “idea brillante” sin uso práctico. También se señala que innovar requiere conocimientos, esfuerzo y creatividad, y que, aunque no todos se caracterizan por ser grandes inventores, cualquiera puede mejorar algo en su entorno; por último, se debe recordar que, la innovación solo tiene sentido si responde a lo que las personas realmente necesitan y están listas para usar, por eso siempre debe estar cerca del mercado y de quienes lo van a usar (Betancourt, 2023).

A lo largo del tiempo, distintos autores han aportado ideas clave sobre la innovación, construyendo un camino teórico que ha enriquecido su comprensión, como Peter Drucker en 1985 que fue uno de los primeros en destacar que las innovaciones exitosas surgen al aprovechar los cambios dentro y fuera de la empresa, luego, Michael Porter que identificó causas comunes de la innovación que pueden dar ventaja competitiva y más adelante Christensen propuso los principios de la innovación disruptiva, señalando que los mercados nuevos no pueden analizarse con herramientas tradicionales y que las fortalezas de una empresa pueden volverse sus limitaciones; así mismo, Gary Hamel, por su parte, introdujo el concepto de innovación de modelo de negocio, enfocado en cambiar la forma de competir, y junto con Breen, planteó la innovación en la dirección como una manera radical de transformar la gestión para mejorar el rendimiento; además, Kim y Mauborgne añadieron la estrategia del “océano azul”, centrada en generar valor mediante ideas nuevas que escapen de la competencia tradicional y Prahalad con sus colaboradores desarrollaron la idea de crear valor con el cliente, y más tarde, junto con Krishnan, hablaron de una nueva era de la innovación basada en redes globales y habilidades modernas y finalmente, Hamel subrayó que el primer paso para innovar continuamente es aprender a mirar el mundo con nuevos ojos; si bien estas concepciones tienen enfoques distintos, en conjunto, muestran cómo la innovación ha evolucionado desde explotar cambios, hasta transformar profundamente la manera de gestionar y crear valor; además dejan en claro que innovar no solo es introducir algo nuevo, sino comprender el entorno, adaptarse a él y sobre todo, anticiparse a los cambios para construir ventajas sostenibles en el tiempo (Blacutt, 2021).

Por lo tanto, la innovación, es un proceso de transformación económica impulsado por el emprendimiento, que genera cambios disruptivos en el mercado; consiste en la creación de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio que reemplazan a los existentes, lo que da lugar a nuevas fuentes de ganancias y destruye las estructuras establecidas; a través

de la innovación, se introducen mejoras que permiten a las empresas mantenerse competitivas y, al mismo tiempo, revoluciona los mercados al generar nuevos bienes, empresas o profesiones (Callegari & Nybakk, 2022); por lo que se asocia la actividad empresarial y la innovación destacando que ambos factores actúan como mecanismos del cambio económico y a través de su teoría introduce que las innovaciones actúan como perturbaciones necesarias para el desarrollo. (Betancourt, 2023)

### ***3.2.3. Teorías relacionadas al financiamiento***

Existen varias teorías de financiamiento, entre ellas se encuentra la teoría “Teoría del Pecking Order” el cual es un modelo propuesto por Myers y Majluf (1984) y parte de una idea simple: Cuando una empresa necesita dinero para invertir en un proyecto rentable, sigue un orden lógico de preferencia al momento de buscar financiamiento; según esta teoría, las empresas primero usan su propio dinero, como las utilidades retenidas (ganancias que no se han repartido); si eso no es suficiente, entonces recurren a préstamos (deuda), y como última opción, emiten nuevas acciones; este comportamiento se explica porque, cuando se busca financiamiento, no todos tienen la misma información; los gerentes saben más que los inversionistas externos, en algunos casos se caracteriza por:

- Preferencia de emitir deuda antes que acciones, porque los inversionistas confían más en los instrumentos que tienen menor riesgo.
- Si una organización no tiene suficiente dinero propio ni puede conseguir préstamos a bajo costo, puede dejar pasar oportunidades de inversión que eran rentables.
- Las entidades ahorran cuando no tienen en qué invertir, y ese ahorro lo destinan a futuros proyectos importantes.
- Si una organización con buena salud financiera se fusiona con otra que no lo está, ambas pueden salir ganando.

Además, esta teoría también se relaciona con conceptos como la selección adversa y los costos de agencia; la selección adversa ocurre porque los inversionistas no tienen toda la información que tienen los gerentes, por lo que se vuelven más cautelosos cuando la empresa busca financiamiento externo; los costos de agencia aparecen cuando pedir dinero implica que los gerentes deben revelar más sobre la empresa y aceptar controles externos; como eso puede ser incómodo, prefieren financiarse internamente (Arévalo et al., 2021).

En el caso de pequeños proyectos, según el modelo Pecking Order, existe una preferencia por financiarse internamente (con utilidades retenidas) y solo recurren al crédito si es estrictamente necesario debido a que estas enfrentan más asimetrías de información, lo que las hace más dependientes de su propio capital o de préstamos informales.

Otra teoría relacionada es la llamada “las preposiciones de Modigliani y Miller” que sostiene que, en un mercado ideal, no importa si una empresa se financia con deuda o con capital propio, porque su valor no cambia: los inversionistas ajustan sus expectativas según el riesgo; sin embargo, en la realidad sí importa cómo se financia una empresa, ya que existen impuestos, y los intereses de los préstamos pueden descontarse, lo que hace que endeudarse sea más barato que usar solo capital de los socios; por eso, muchas empresas prefieren financiarse con deuda para reducir impuestos y aumentar su valor; aunque inicialmente los autores pensaban que el financiamiento no influía, luego reconocieron que los impuestos sí afectan estas decisiones; es por ello que la teoría del financiamiento de Drimer (2023) menciona que, al crear un nuevo emprendimiento es clave tener entendimiento de la forma en la que se va financiar, ya que esto no solo depende de números, sino también de factores estratégicos y de control; además, a diferencia de las grandes empresas, donde el financiamiento suele basarse en deuda para aprovechar beneficios fiscales, en un negocio pequeño el equilibrio de poder es crucial, ya que, si buscas inversionistas, ellos podrían exigir participación en decisiones, mientras que un préstamo te permite mantener el control pero

aumenta el riesgo financiero; así mismo, aunque los impuestos afectan el costo real del financiamiento, no son el único factor; también importan la liquidez, el riesgo y las condiciones del mercado y para emprendimientos que no cotizan en bolsa, el cálculo debe adaptarse, usando no solo datos de mercado sino también información interna, como la utilidad operativa, para tomar decisiones más realistas. (Drimer, 2023)

Así mismo, la administración financiera usa cada vez más modelos y métodos nuevos para entender mejor los riesgos y beneficios de financiar actividades, y dentro de este campo, las estrategias de financiamiento son planes que combinan políticas, herramientas y reglas para conseguir los recursos necesarios y alcanzar objetivos de desarrollo a nivel nacional, por lo que, el crecimiento del sector financiero es muy importante porque ayuda a unir las fuentes de financiamiento con las metas a largo plazo de los países; además, el financiamiento es esencial para que nuevos negocios o grandes empresas puedan comenzar, mantenerse actualizados y enfrentar momentos de falta de dinero. (Maldonado, 2022)

Asimismo, la estructura de capital es la forma en la que una empresa tiende a organizar el dinero que necesita para operar, combinando dos fuentes que son, el dinero que aportan los dueños y el dinero que se obtiene pidiendo préstamos; por un lado, el dinero de los accionistas incluye las inversiones que se realizan en acciones comunes y las ganancias que la empresa decide no repartir y por otro lado, la deuda corresponde a préstamos que la empresa debe pagar y que le genera un costo; además, cada una de estas fuentes, implica un costo diferente, es así que por un lado los accionistas asumen más riesgo, esperan mayores ganancias, mientras que aquellos que se prestan dinero asumen menos riesgo y aceptan rendimientos menores; así mismo, de acuerdo con la teoría de la jerarquía financiera, cuando una empresa necesita dinero para operar o crecer, sigue un orden para decidir cómo financiarse, ello basado en cuánta información tienen los demás sobre su situación; es decir, primero intentan usar recursos propios, como las ganancias obtenidas o aportes extra de los accionistas, si eso no alcanza,



recurren a préstamos en el sistema financiero, y como última opción, emiten nuevas acciones, lo que implica compartir la propiedad de la empresa y esta elección se basa en buscar siempre el financiamiento que les cueste menos dinero. (Gómez, 2019)

### **3.2.4. *Teorías psicológicas del emprendimiento vinculadas a la economía***

#### **3.2.4.1. Teoría conductual del emprendimiento**

La teoría conductual del emprendimiento parte de la teoría del emprendimiento, la misma que ha sido considerada un pilar de la teoría económica bajo el paradigma de la racionalidad, donde el emprendedor se concibe como un “súper calculador” que maximiza su utilidad a través de procesos racionales y metodológicos, sin embargo, este enfoque clásico, centrado en el Homo economicus, ha mostrado limitaciones, ya que los modelos económicos tradicionales predicen pobremente el comportamiento real de las personas y autores como Kahneman y Tversky (1979) evidenciaron que las decisiones bajo incertidumbre no siempre siguen la aversión al riesgo, sino que pueden ser buscadoras de riesgo en el ámbito de las pérdidas, dando origen a la teoría prospectiva y abriendo paso a la economía conductual.

La teoría conductual del emprendimiento representa un cambio fundamental frente a la visión clásica, pues cuestiona la idea de que los emprendedores actúan siempre como agentes perfectamente racionales y desde la perspectiva racional, se asumía que el emprendedor calculaba todas las alternativas posibles y tomaba la decisión óptima en función de la maximización de su utilidad, sin que emociones o factores externos influyeran en el proceso; sin embargo, la experiencia demuestra que los emprendedores, al igual que otros agentes económicos, se ven influidos por percepciones subjetivas, emociones y limitaciones cognitivas que alteran sus decisiones y en este sentido, la teoría conductual del emprendimiento se apoya de manera implícita en la teoría económica conductual, la cual reconoce que las decisiones económicas no pueden comprenderse plenamente sin integrar la psicología humana; de esta

manera, se establece un puente entre economía y psicología, la primera aporta los modelos de decisión bajo riesgo e incertidumbre, mientras que la segunda explica cómo los sesgos cognitivos y emocionales moldean las elecciones, por lo que, el emprendedor es visto como un individuo normal que intenta ser racional, pero que inevitablemente actúa dentro de los límites impuestos por su mente y sus emociones; este enfoque permite entender mejor por qué algunos proyectos empresariales prosperan mientras otros fracasan, ya que el comportamiento emprendedor no depende únicamente de cálculos objetivos, sino también de la forma en que la psicología influye en la percepción de riesgos, oportunidades y decisiones estratégicas (Ben & Ezzeddine, 2020).

Es así que, la teoría del emprendimiento conductual, aún emergente, se enfoca en cómo los sesgos psicológicos, cognitivos y emocionales influyen en las decisiones de los emprendedores, entre los más relevantes destacan el sesgo de sobreconfianza y el sesgo de optimismo, que pueden facilitar la creación de nuevas empresas, pero también aumentar el riesgo de fracaso, la limitada evidencia empírica se debe a la dificultad de medir estos sesgos, aunque se han usado referentes de las finanzas conductuales.

- Sobreconfianza: los emprendedores tienden a sobrestimar sus conocimientos, habilidades y capacidad de predicción, lo que puede llevarlos a asumir riesgos excesivos o a ignorar información relevante.
- Optimismo: los emprendedores suelen ser demasiado optimistas respecto al futuro y atribuyen el éxito a sus propias acciones, lo que los lleva a sobrestimar su control y minimizar riesgos, una variante es el optimismo disposicional, que refleja expectativas generales positivas, aunque puede generar expectativas poco realistas.
- Otros sesgos relevantes: contabilidad mental (separar decisiones que deberían integrarse), efecto disposición (vender demasiado pronto los éxitos y mantener los fracasos), encuadre o framing (decidir según cómo se presenta un problema),

y la teoría de las perspectivas de Kahneman y Tversky (1979), que muestra cómo las personas pueden ser aversas al riesgo en las ganancias, pero buscadoras de riesgo en las pérdidas.

- Emociones: factores como la esperanza y el miedo influyen en las decisiones bajo incertidumbre, afectando las metas y aspiraciones de los emprendedores (Lopes, 1987).

Es así que, la teoría del emprendimiento conductual busca explicar cómo los sesgos psicológicos condicionan las decisiones de los emprendedores, afectando la creación, desarrollo y sostenibilidad de las nuevas empresas.

#### **3.2.4.2. Teoría de las perspectivas de Kahneman y Tversky**

La teoría de las perspectivas de Kahneman y Tversky (1979) se presenta como un soporte esencial para comprender cómo los emprendedores toman decisiones bajo condiciones de riesgo e incertidumbre, a diferencia de la teoría de la utilidad esperada, que parte de la idea de que las personas evalúan las alternativas de manera puramente racional en función de los resultados finales, la teoría de las perspectivas demuestra que en la práctica los individuos (y en particular los emprendedores) se guían por cómo perciben las ganancias y pérdidas relativas en comparación con un punto de referencia. esta diferencia resulta crucial, porque permite explicar por qué muchas decisiones empresariales parecen “irracionales” a la luz de los modelos clásicos, pero tienen sentido cuando se consideran los sesgos psicológicos que influyen en el proceso.

El modelo introduce tres conceptos centrales que ayudan a interpretar la conducta emprendedora, el primero es la aversión a la pérdida, que señala que las personas sufren más al perder una cantidad de dinero que la satisfacción que experimentan al ganar esa misma cantidad, en el caso de los emprendedores, esto se traduce en una tendencia a asumir riesgos adicionales con tal de evitar pérdidas, incluso cuando estas decisiones aumentan la posibilidad

de fracaso, el segundo es el efecto certeza, que describe la preferencia por resultados percibidos como seguros frente a alternativas más inciertas, aunque estadísticamente sean más favorables; en los negocios, esto explica por qué algunos emprendedores renuncian a oportunidades de mayor rentabilidad por priorizar la estabilidad inmediata y finalmente, la sensibilidad decreciente ante variaciones monetarias indica que no todas las ganancias o pérdidas se valoran igual pues ganar determinada cantidad de dinero puede ser muy significativo para alguien que empieza un negocio, pero apenas relevante para quien ya ha acumulado una gran inversión (Kahneman & Tversky, 1979).

Estos principios ayudan a entender patrones frecuentes en el comportamiento emprendedor, por un lado, muchos muestran una marcada sobre-reacción frente a la posibilidad de perder, lo que los lleva a invertir más tiempo y recursos para “salvar” proyectos en declive, por otro, también manifiestan un optimismo desmedido ante posibles ganancias, lo que los impulsa a sobreestimar ventas futuras, a subvalorar riesgos financieros o a expandirse demasiado rápido reflejando una mezcla de prudencia extrema frente a las pérdidas y entusiasmo excesivo frente a las oportunidades, una combinación que puede potenciar tanto la innovación y el crecimiento como el fracaso temprano de un emprendimiento; por lo que, la teoría de las perspectivas ofrece un marco realista para analizar la psicología de la decisión emprendedora, mostrando que los empresarios no actúan como agentes perfectamente racionales, sino como individuos que responden a percepciones subjetivas de riesgo y recompensa, así, este enfoque permite comprender mejor las causas detrás del éxito o fracaso de los proyectos y aporta herramientas valiosas para el diseño de políticas, programas de apoyo y estrategias de gestión que tomen en cuenta la dimensión humana del emprendimiento (Aguado, 2023).

### **3.2.4.3. Teoría de la Conducta Planificada al Emprendimiento**

La Teoría de la Conducta Planificada desarrollado por Krueger (1993) y Ajzen, (1991) indican que el emprendimiento no solo aporta una perspectiva psicológica del comportamiento humano, sino que también se relaciona con la lógica económica de la toma de decisiones racionales y esto se debe a que asume que los individuos evalúan costos, beneficios y probabilidades de éxito antes de actuar, lo que conecta con los supuestos de la teoría microeconómica del comportamiento y bajo este enfoque, emprender no es un acto puramente racional, sino una conducta planificada en la que intervienen tres determinantes principales: La actitud hacia el emprendimiento, las normas subjetivas que reflejan la influencia social y el control conductual percibido, entendido como la confianza del individuo en su capacidad y en la disponibilidad de recursos y oportunidades; estos factores configuran un marco donde la decisión de emprender depende tanto de evaluaciones personales como de percepciones de apoyo social y de eficacia individual; además, la teoría de la conducta planificada permite desagregar dimensiones específicas, como la diferencia entre actitudes afectivas e instrumentales o entre autoeficacia y controlabilidad percibida, lo cual amplía el análisis del proceso emprendedor y de este modo, el modelo no solo explica por qué algunas personas desarrollan mayor intención de iniciar un negocio, sino que también reconoce el papel de variables moderadoras, como el género, que pueden incidir en la fortaleza del control percibido y en consecuencia, en la probabilidad de materializar la intención emprendedora (Vera et al., 2023).

Por otro lado, se resalta que, el emprendimiento se comprende mejor cuando se integran diferentes dimensiones motivacionales y contextuales, al respecto, teóricos resaltan la necesidad de logro como motor central del emprendedor y que muchas veces es la experiencia de eventos desestabilizadores la que activa la búsqueda de oportunidades y desencadena la acción emprendedora y a esto se suma la importancia de una cultura emprendedora que

trascienda la simple mentalidad individual y que coloca en primer plano las prácticas sociales y valores compartidos que favorecen la innovación y en la misma línea, los rasgos identificados por diversos autores como, el deseo de independencia, propensión al riesgo, orientación a la innovación y búsqueda de competencia, refuerzan la idea de que el emprendimiento no responde únicamente a un cálculo racional, sino que constituye un proceso en el que confluyen motivaciones internas, experiencias vitales y dinámicas culturales que configuran un perfil complejo y diverso del emprendedor (Solís & Castillo, 2021).

#### **3.2.4.4. Teoría de los rasgos de personalidad**

Para Coon (2004) los rasgos de personalidad se entienden como disposiciones relativamente estables que las personas manifiestan en distintos contextos, desde la perspectiva de la teoría de los rasgos señala que estas cualidades son inherentes y duraderas y predisponen a ciertos individuos a involucrarse en actividades emprendedoras; en este marco, se reconoce que quienes emprenden suelen orientarse hacia la identificación de oportunidades, destacan por su creatividad e innovación, y poseen habilidades de gestión y conocimientos sólidos en el ámbito empresarial. además, suelen caracterizarse por una actitud optimista, una notable resiliencia emocional, gran energía y dedicación al trabajo, así como por una fuerte perseverancia y un marcado espíritu competitivo que los impulsa a sobresalir.

Esta idea parte de teorías como la teoría de las necesidades, también llamada teoría de las tres necesidades o teoría de las necesidades adquiridas, fue propuesta por David McClelland (1977) para explicar cómo los motivos personales influyen en la conducta y la motivación en el trabajo, esta teoría plantea que, a partir de la experiencia de vida, las personas desarrollan tres tipos principales de necesidades: logro, afiliación y poder, quienes buscan logro tienden a enfocarse en metas alcanzables y muestran preferencia por el trabajo independiente; los motivados por la afiliación priorizan las relaciones y funcionan mejor en entornos colaborativos. Mientras que aquellos con alta necesidad de poder se orientan hacia la influencia

y el liderazgo; McClelland resalta que estas motivaciones no son fijas, sino que evolucionan con el tiempo y pueden incluso modificarse mediante entrenamiento (Ebsco, 2024).

Por su parte la teoría de la motivación de logro de Atkinson sostiene que la motivación depende de dos fuerzas opuestas: la esperanza de éxito y el miedo al fracaso, quienes se guían por la esperanza de éxito prefieren retos moderados, fijan metas claras y sienten orgullo cuando logran sus objetivos, en cambio, los orientados por el miedo al fracaso tienden a evitar riesgos, eligen tareas muy fáciles o imposibles y actúan con ansiedad para evitar la crítica o la vergüenza. Atkinson (1964) creó fórmulas matemáticas para explicar esta dinámica y calcular la motivación total, aunque es una teoría útil para entender y predecir cómo las personas enfrentan tareas en la escuela o el trabajo, se critica por simplificar demasiado la motivación y no considerar otros factores como la cultura o la motivación intrínseca.

Tanto la teoría de las necesidades de McClelland (1977) como la teoría de la motivación de logro de Atkinson (1964) se relacionan con los rasgos de personalidad, ya que explican cómo características internas relativamente estables, como la orientación al logro, la búsqueda de afiliación, la inclinación al poder o la tendencia a evitar el fracaso, influyen directamente en la forma en que las personas se motivan, asumen retos y se desempeñan en distintos contextos.

Estas teorías guardan coherencia con la propuesta de Kirzner (1973), quien sostiene que el emprendedor actúa al identificar oportunidades explotables, y con Drucker (1985) para quien estas oportunidades pueden incluso ser creadas, en conjunto, estas perspectivas muestran que el emprendimiento no depende únicamente de las cualidades personales, sino también de la interacción entre estas y el contexto de oportunidades, lo cual refuerza la necesidad de un enfoque interdisciplinario que articule aportes de la psicología, la economía y la gestión empresarial.

El emprendimiento se ha consolidado como un motor clave del desarrollo económico, su estudio ha distinguido entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad, siendo este último el que mayores beneficios aporta al crecimiento económico, la literatura señala que los rasgos de personalidad del emprendedor influyen de manera directa en sus motivaciones y en el éxito de sus proyectos, así, mientras el emprendimiento por oportunidad suele asociarse con características como apertura, consciencia y autonomía, el emprendimiento por necesidad se relaciona más con rasgos como proactividad, extroversión y búsqueda de familiaridad, en este sentido, comprender la relación entre motivaciones personales y características psicológicas permite diferenciar los tipos de emprendimiento y su impacto en la economía (González et al., 2021).

#### **3.2.4.5. Teoría de la Motivación de Logro de David McClelland (1989)**

David McClelland (1989) desarrolló la Teoría de las Motivaciones Humanas, identificando tres motivos inconscientes que influyen en el comportamiento: necesidad de logro, orientada a superar estándares de excelencia y alcanzar metas con riesgos moderados; necesidad de poder, centrada en influir y tener impacto en otros, asociada al liderazgo y la competitividad; y necesidad de afiliación, vinculada al deseo de mantener relaciones cercanas y colaborar en grupo. Según McClelland (1989), todas las personas poseen estos motivos en distinta intensidad, y su combinación determina el desempeño ocupacional: por ejemplo, una alta necesidad de logro, baja necesidad de afiliación y moderado necesidad de poder es típico de emprendedores exitosos; además, estudió cómo las tendencias motivacionales colectivas se reflejan en la cultura y pueden influir en fenómenos sociales y económicos.

En la sociedad ambiciosa, McClelland (1977) planteó que una alta necesidad de logro incrementa la probabilidad de que las personas se interesen por los negocios y tengan éxito en ellos, ya que esta actividad exige asumir riesgos, ser responsables de los propios actos, atender a la retroalimentación de costos y beneficios, e innovar en productos o servicios. Definió la



motivación de logro como el impulso de sobresalir, alcanzar metas y mejorar continuamente por la satisfacción intrínseca de hacer las cosas cada vez mejor. Experimentos como el de French (1955) demostraron que las personas con alta necesidad de logro prefieren tareas moderadamente difíciles, en las que la probabilidad de éxito sea alta, pues ofrecen mayores oportunidades para mejorar. Asimismo, McClelland (1989) observó que estos individuos asumen personalmente la responsabilidad de sus resultados, buscan activamente retroalimentación y evitan la rutina explorando métodos más eficaces para alcanzar objetivos.

Otros estudios empíricos confirmaron que las personas con alta necesidad de logro se benefician más de entornos que ofrecen retroalimentación inmediata y que su persistencia depende de la dificultad percibida en la tarea (1961). McClelland (1989) también señaló que este motivo se asocia a mayor movilidad ascendente y a una orientación positiva hacia el trabajo, viéndolo como una fuente de satisfacción y no como un obstáculo para la vida personal; en términos sociales y económicos, concluyó que la motivación de logro es un factor clave para el desarrollo económico, ayudando a comprender cómo un motivo básico influye en el bienestar de las naciones y en el éxito profesional de los individuos.

### ***3.2.5. Teorías sociológicas y de gestión vinculadas al emprendimiento***

#### **3.2.5.1. Teoría del cambio social**

Weber (1969) permite concluir, primero, que la posición de los individuos en las jerarquías económica, social y política depende en última instancia de sus conductas, disposiciones y cualidades personales, ya que la competencia por las oportunidades de vida selecciona a quienes poseen las características necesarias para triunfar, en segundo lugar, Weber plantea que la estratificación no se limita a la división en clases económicas, sino que abarca otros órdenes de poder autónomos, como el social y el político, restando centralidad a la noción marxista de clase; así, su teoría abre paso a una visión más amplia de la

estratificación, en la que conviven diferentes jerarquías y grupos sociales, incluidos actores como las élites políticas, más allá de la sola dimensión económica.

Dentro del marco del emprendimiento, Weber (1947) indica que el emprendimiento está impulsado por la ética y valores culturales, especialmente la ética protestante, que fomenta disciplina, racionalidad y búsqueda de ganancias y destaca el rol de la religión pues el emprendimiento no puede entenderse al margen de las creencias religiosas, pues la religión influye en la formación de una cultura emprendedora, su planteamiento destaca que el “espíritu del capitalismo” impulsa al emprendedor a buscar de manera constante mayores ganancias; que la disposición aventurera está condicionada por la fuerza del impulso interno; que la ética protestante puede fomentar una mentalidad emprendedora sin importar el contexto cultural, la personalidad o las experiencias sociales del individuo; y que la búsqueda de utilidades se concreta a través de estrategias como ofrecer precios bajos y generar altos volúmenes de transacciones, lo que constituye un mecanismo clave para la acumulación de beneficios (Akhter & Sumi, 2014).

### **3.2.5.2. Teoría de la redes sociales**

Aldrich y Ruef (2006) destacan que, antes de iniciar un negocio, los emprendedores dependen en gran medida de las redes que ya poseen, pues estas facilitan el acceso a recursos críticos; en este sentido, las conexiones familiares adquieren un papel central, ya que no solo brindan apoyo económico inicial, sino también respaldo emocional, confianza y credibilidad frente a terceros, aspectos fundamentales para enfrentar la incertidumbre de los primeros pasos del emprendimiento, estas redes permiten acceder a capital financiero mediante préstamos informales, aportes de ahorro o incluso inversión directa, pero además proporcionan capital social, al conectar al emprendedor con otros actores clave, como proveedores, clientes potenciales o aliados estratégicos, asimismo, las familias transmiten conocimientos, valores de trabajo y experiencias previas que fortalecen las capacidades del emprendedor, favoreciendo

tanto la toma de decisiones como la construcción de una visión a largo plazo, así, los lazos familiares no solo son un punto de partida para obtener recursos tangibles e intangibles, sino que también funcionan como un espacio de confianza que permite experimentar, equivocarse y perseverar en el proceso de crear y consolidar un negocio.

Además, las redes sociales han pasado de ser simples espacios de interacción a convertirse en plataformas estratégicas para el emprendimiento, pues brindan a los emprendedores la posibilidad de comunicarse con distintos públicos, acceder a recursos clave y consolidar la legitimidad de sus proyectos, estas pueden clasificarse en redes horizontales, como Facebook o Twitter, que tienen un alcance general, y redes verticales, orientadas a nichos específicos como los profesionales, el ocio o los intereses mixtos, a través de ellas, los usuarios construyen perfiles, comparten información, participan en comunidades y establecen relaciones de confianza, más allá de su función social, también existen espacios enfocados en foros, blogs, microblogs, intercambio de fotos, videos o contactos profesionales, lo que diversifica sus usos en función de las necesidades del emprendedor, su potencial radica en que permiten segmentar audiencias, identificar preferencias de los clientes y obtener datos útiles para la toma de decisiones, en este sentido las redes sociales contribuyen al emprendimiento desde tres perspectivas: la estructural, al facilitar conexiones; la relacional, al fortalecer vínculos de confianza; y la cognitiva, al generar aprendizajes compartidos, de este modo, estas herramientas digitales se convierten en aliadas esenciales para enfrentar la incertidumbre, reducir riesgos y ampliar las oportunidades de éxito en el entorno emprendedor (Carrión et al., 2018).

### **3.2.5.3. Teorías basada en oportunidades**

A diferencia de la visión schumpeteriana, que atribuye a los emprendedores la capacidad de generar transformaciones disruptivas, la teoría de la oportunidad plantea que su papel no es originar los cambios, sino identificar y aprovechar las posibilidades que estos

generan (Drucker, 1985). Desde esta perspectiva, los emprendedores se distinguen no por centrarse en los problemas, sino por reconocer las oportunidades que emergen del dinamismo social, económico y tecnológico, en esta misma línea, Stevenson y Harmeling (1990) sostienen que la esencia de la gestión emprendedora radica en la búsqueda y explotación de dichas oportunidades, sin que la disponibilidad de recursos propios constituya una limitación inicial, lo que resalta la importancia de la visión, la creatividad y la capacidad de movilizar medios externos para concretar proyectos.

Drucker (1985) presentó que la innovación y el emprendimiento como actividades sistemáticas que deben incorporarse en el quehacer diario de cualquier directivo, defendiendo la importancia de aprovechar oportunidades más que enfocarse en problemas; para este autor, el verdadero emprendedor no busca solo maximizar beneficios, sino identificar qué debe hacerse y orientar los recursos hacia ello, destacando la eficacia por encima de la mera eficiencia y su visión trascendió el ámbito empresarial, abogando por una sociedad emprendedora capaz de enfrentar desafíos como el desempleo y la modernización institucional mostrando una teoría práctica y visionaria que unió gestión, innovación y emprendimiento como motores de transformación económica y social.

#### **3.2.5.4. Teorías basada en los recursos**

La teoría del emprendimiento basada en los recursos, propuesta por Alvarez y Busenitz (2001) sostiene que la disponibilidad y el acceso a recursos es un factor decisivo en el emprendimiento orientado a oportunidades. En este marco, no solo los recursos financieros son relevantes, sino también los sociales y humanos, tal como lo señala Aldrich (1999), así, contar con redes de apoyo, contactos estratégicos, conocimientos, habilidades y experiencias resulta clave para potenciar las capacidades del emprendedor. De acuerdo con Davidsson y Honig (2003) cuando los individuos disponen de mayores recursos, incrementan su habilidad para identificar oportunidades en el entorno y, además, para actuar de manera efectiva sobre ellas,

logrando transformar ideas en proyectos concretos y sostenibles, en este sentido, la teoría enfatiza que la acción emprendedora no depende únicamente de la motivación o creatividad personal, sino también de la estructura de recursos que respalda al emprendedor y condiciona su capacidad de desenvolverse en el mercado.

Asimismo, esta teoría reconoce desde sus inicios la importancia del emprendimiento; no obstante, con el tiempo muchos de sus desarrollos han dejado de lado la creatividad y el acto emprendedor, mientras se ha puesto el acento en la heterogeneidad de los recursos, la perspectiva emprendedora subraya la diversidad de creencias sobre su valor; al entender que estas creencias también constituyen recursos, se superan aparentes contradicciones y se favorece una visión más integradora, bajo esta mirada, el emprendimiento no se limita a la mera posesión de recursos, sino que reside en la capacidad del individuo para interpretarlos, resignificarlos y transformarlos en nuevas combinaciones con potencial de generar valor, ello implica reconocer que el emprendedor actúa como un mediador creativo que convierte limitaciones en posibilidades, dando lugar a recursos heterogéneos que no existían previamente; así, el proceso emprendedor puede concebirse como un ciclo dinámico donde la identificación de oportunidades se complementa con la organización estratégica de los medios disponibles, permitiendo no solo obtener ventajas competitivas sostenibles, sino también consolidar el emprendimiento como un campo legítimo y fundamental para explicar la innovación, la diferenciación y el desarrollo económico en distintos contextos (Alvarez & Busenitz, 2001).

### **3.2.6. *Emprendimiento***

El termino emprendimiento es el impulso de un plan con particularidades y propósitos que las diferencia como: incertidumbre, innovación y oportunidad; este plan es la exploración de respuestas inteligentes a la resolución de una necesidad humana (Formichella, 2004).

Es gestionado por un sujeto o conjunto de ellos que se denominan “emprendedor” o “emprendedores”, término que data desde comienzos del siglo XVIII de la vocablo en francés “entrepreneur” definido públicamente por Richard Cantillon como aquella persona pionera que se echaba a la aventura con poca certeza del camino que recorrería y del que este mismo hallaría, referida principalmente a los hombres de esa época que se aventuraban a la búsqueda del Nuevo Mundo con la incertidumbre de lo que hallarían en su travesía (Formichella, 2004). Esto da origen, a mediados del siglo XX al término en inglés “entrepreneurship”, el cual está relacionado a las expresiones empresariado y emprendimiento, es la conjunción de acciones necesarias para constituir y administrar una empresa, con alto sentido de iniciativa y aversión al riesgo que generalmente se desarrolla en espacios con pocos recursos y con esta premisa Flórez (2018) define el emprendimiento como una capacidad inherente de la persona de comenzar y materializar una idea orientada a la creación de valor social y económico, estimulado por la incertidumbre.

Bustos (2017) menciona que uno los principales análisis que se realiza referido a este término fueron realizados por el economista francés Jean Baptiste Say en el siglo XVIII, en el que contrasta al capitalista clásico y el emprendedor; además, acentúa al emprendedor sobre el capitalista clásico principalmente por que el emprendedor había desarrollado capacidades de dirección, administración e innovación en los procesos de producción. En el siglo XIX Alfred Marshall identifica al emprendedor por su capacidad de liderar y sus habilidades en el ámbito de organización industrial como un trabajador superior. y Joseph Schumpeter adiciona el concepto de innovación, debido a la capacidad del emprendedor de incorporar innovadores productos como resultado nuevos métodos de producción, distribución y formas organizativas, el cual generaba mayor desarrollo económico (relacionado con un incremento de empleo, ingresos y nuevas formas organizativas); además, relaciona la figura del emprendedor a manera de un sujeto innovador, visionario, no común, soñador, que tiene iniciativa y es creadora de

oportunidades, son estas características las que ahora en el pleno siglo XXI se conocen como el “ADN emprendedor”.

Según Foemichella (2004), Peter Drucker en el siglo XX fortalece el concepto de Schumpeter, caracterizando al emprendedor como una persona con la capacidad de innovar, además aclara que la actividad de comenzar negocio no necesariamente se considera como un emprendimiento, ya que este puede no poseer la característica de “innovación”; además, adiciona que el “espíritu innovador no es inherente al hombre”, ya que estas cualidades son adquiridas y desarrolladas en el proceso socialización del hombre con su entorno; realza también la influencia de la educación en la “aptitud emprendedora” y el rol de la educación, como la universitaria, la cual se ha centrado, sobre todo las universidades hispanoamericanas, en metodologías tradicionales que no favorecen estas “aptitudes emprendedoras” y por último observa, que las aptitudes emprendedoras favorecen positivamente del desarrollo de los proyectos.

### ***3.2.7. Generalidades de Emprendimiento***

#### **3.2.7.1. Emprendedor**

Gerber (2005) sostiene que el emprendedor es un visionario, y es esta, una cualidad con la que todos nacemos, sin embargo, cita textualmente “Esta cualidad puede florecer, si es alimentada, de lo contrario, sin estimulación, se trunca y muere” (p.34); haciendo así referencia que la importancia del entorno para su crecimiento y desarrollo. Según García (2008) los emprendedores cuentan con habilidades para tomar riesgos y concebir una idea, desarrollarla y convertirla en realidad; además, los espacios donde se desenvuelven suelen tener grandes necesidades o estas aparecen en la adversidad, lo cual lleva a tener una capacidad de adaptación e innovación.

### **3.2.7.2.Características del Emprendedor**

Adie y Cárdenas (2021) afirman que estas características en el siguiente orden de prioridad son fundamentales para que el inversor este motivado a invertir a la espera de un retorno alto de la inversión hecha y estos son los siguientes:

1. Entusiasmo
2. Confianza
3. Experiencia
4. Carismático en las diversas entrevistas
5. Experiencias verificables

En países desarrollados con la experiencia han desarrollado fuentes de financiamiento y han dado frutos; sin embargo, en países latinoamericanos la brecha financiera ha desarrollado la necesidad de impulsar y desarrollar esta propuesta para dar paso a una cultura emprendedora incluyente (CEPLAN, 2017).

### **3.2.7.3.Tipos de Emprendedores**

#### **A. Los Emprendedores Visionarios**

Según Monsalve (2020) destaca que tienen la capacidad de identificar claramente lo que desean lograr, no solo en términos profesionales, sino también en las diferentes esferas de su vida. Su visión es un concepto integral y multidimensional que afecta tanto su vida personal como profesional, interrelacionando aspectos como la familia, la economía, el aprendizaje y la espiritualidad; la visión emprendedora es una herramienta que hace posible que el visualice y emprenda los objetivos a alcanzar, guiando sus acciones y decisiones hacia el éxito de su proyecto.

Para García et al. (2013) son aquellos que tienen una imagen clara y detallada del futuro que desean alcanzar. Su visión no solo se limita a los objetivos de su negocio, sino que abarca todas las facetas de su vida, integrando aspectos personales, profesionales y sociales. Esta



visión les permite orientar sus esfuerzos y tomar decisiones estratégicas para construir el futuro que imaginan, guiados por una clara predicción de lo que quieren lograr y cómo hacerlo. Por parte de la BBVA (2023) comparten ciertas cualidades que los definen.

- Primero, tienen la habilidad de anticiparse al futuro, detectando oportunidades que otros no ven.
- Además, buscan crear más que un simple negocio, enfocándose en ofrecer productos o servicios que den solución a problemas y con ello mejore el estilo de vida.
- Su enfoque está en el largo plazo, desarrollando proyectos pensados para el futuro, con un objetivo que trascienda la rentabilidad inmediata.
- La innovación es fundamental en su proceso, ya que buscan generar cambios significativos.
- Por último, son resilientes, enfrentando dificultades con flexibilidad, rapidez en decisiones y capacidad de hacer frente a la incertidumbre.

### **B. Los Emprendedores por Necesidad**

Alvarez (2019) menciona que, son aquellos que se ven obligados a emprender debido a circunstancias desfavorables, como la falta de empleo o trabajos precarios, más que por una elección personal motivada por una oportunidad. Este fenómeno, conocido como motivación "push", se contrapone a la motivación "pull", donde las personas emprenden por una oportunidad atractiva.

Los emprendedores por necesidad son aquellos que se ven obligados a emprender debido a la falta de alternativas laborales, especialmente en contextos de pobreza o alta tasa de desempleo; este tipo de emprendimiento no busca el crecimiento económico, sino la supervivencia o la satisfacción de necesidades básicas, y suele estar asociado a una falta de preparación y visión empresarial (Díaz & Cancino, 2014). A menudo, los emprendedores por necesidad inician su actividad sin considerar adecuadamente las demandas del mercado ni la

competencia, lo que puede llevar a la falta de éxito o sostenibilidad a largo plazo. Para la BBVA (2024) surgen cuando las personas se ven obligadas a emprender debido a factores externos, como la falta de empleo, dificultades económicas o problemas personales; a diferencia del emprendimiento por oportunidad, que está motivado por la pasión o identificación de una oportunidad de mercado, los emprendedores por necesidad no tienen un interés vocacional en su proyecto, sino que buscan mejorar su situación personal y económica.

### **C. Los Emprendedores por Azar**

Según Konnola (2017) son aquellos emprendedores que inician su negocio no por una motivación planeada o una pasión específica, sino debido a circunstancias imprevistas o situaciones de necesidad. Estos emprendedores podrían estar reaccionando ante factores externos como la falta de empleo, crisis económicas o desafíos personales, más que buscando una oportunidad de negocio de forma activa.

Para Miranda (2018) se refiere a una persona que se involucra en el emprendimiento no por una intención planificada o por un deseo premeditado, sino debido a circunstancias inesperadas o situaciones que lo obligan a actuar. Este tipo de emprendedor, caracterizado por la falta de un enfoque claro o pasión específica, se enfrenta a situaciones donde la necesidad, más que la oportunidad, lo lleva a emprender.

Así mismo, el propio Miranda (2018) menciona que, su proceso creativo se puede entender como una reacción adaptativa, influenciada por su entorno social, ético y moral, y guiada por las normas y comportamientos que emergen de las circunstancias que lo rodean. La creatividad del emprendedor por azar, en este caso, no es necesariamente fruto de un proceso sistemático de planificación, sino una respuesta a las condiciones cambiantes del mundo en el que se desarrolla.

## **D. Los Emprendedores Especialistas**

García et al. (2013) pone énfasis en la flexibilidad, la iteración y la validación constante del modelo de negocio. Mencionan algunas ideas clave relacionadas con los emprendedores especialistas:

- **Visión del negocio como hipótesis:** El emprendedor no debe ver su visión inicial como algo fijo, sino como una serie de hipótesis que necesitan ser validadas y ajustadas constantemente.
- **Desarrollo iterativo:** Los emprendedores especialistas comprenden la importancia de desarrollar, probar y ajustar de manera ágil.
- **Mentalidad de experimentación:** La capacidad de experimentar continuamente y obtener retroalimentación del cliente es crucial.
- **Abandono de modelos tradicionales:** Los emprendedores especialistas no se aferran a los procesos tradicionales de productos que se aplican a negocios consolidados.
- **Agilidad y rapidez:** La rapidez de decisiones es vital; los emprendedores especialistas no esperan años para ver los resultados de sus esfuerzos, sino que se adaptan en cuestión de días o semanas, garantizando que los recursos se inviertan de manera eficiente y sin pérdida de tiempo en lo que no funciona.

### **3.2.7.4. Innovación y Emprendimiento**

Flórez (2018) refiere que la innovación es un eje transversal porque es un elemento que manifiesta y expone la dimensión de la creatividad, inventiva del conocimiento, siendo así fundamental para que se pueda contribuir a la equidad, al desarrollo económico y social. Según Acevedo y Linares (2008), la innovación es el proceso de transformar una idea, una invención o una necesidad en algo útil, como un producto, una técnica o un servicio, que pueda venderse

y ser aceptado por las personas en el mercado; es un proceso que depende tanto de conocimiento científico como empírico.

La innovación en el emprendimiento consiste en aplicar ideas nuevas o mejorar productos, servicios o procesos para crear valor y responder mejor a lo que el mercado necesita: es fundamental para que los emprendedores se destaquen y sean competitivos, ya que les ayuda a ajustar sus negocios a los cambios del entorno y a las expectativas de los clientes, además de permitirles encontrar soluciones creativas a los problemas que enfrentan. Existen varias formas de innovación en el emprendimiento, entre las que destacan la innovación de producto, que implica el desarrollo de nuevos productos o la mejora de los que ya existen; y la innovación de proceso, que busca optimizar la producción, distribución o gestión dentro de la empresa; además, la innovación de modelo de negocio juega un rol clave pues involucra la transformación de las estructuras y estrategias de los negocios, mientras que la innovación tecnológica se enfoca en el uso de tecnologías que mejoran o crean productos y servicios. La innovación también puede tener un enfoque social, especialmente en emprendimientos que buscan resolver problemas sociales o medioambientales. En este contexto, la innovación social busca tener un buen impacto en la comunidad con el fin de mejorar la vida de las personas; en general, la innovación en el emprendimiento no se limita solo a lo nuevo, sino que también implica la mejora continua y la capacidad de adaptarse a las oportunidades que surgen en el mercado y el entorno (Vélez & Ortiz, 2016).

#### **3.2.7.5. Métodos de innovación: Design thinking (pensamiento de diseño)**

De acuerdo con Innovation Factory Institute (2017) el Design Thinking es uno de los métodos más relevantes para fomentar la innovación, ya que se centra en comprender las necesidades del usuario, generar ideas creativas y desarrollar soluciones viables. En este sentido, la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) incorpora este enfoque en su malla curricular, específicamente en el curso Economía del Emprendimiento e

Innovación, como una herramienta estratégica para impulsar la creatividad y la capacidad de resolución de problemas en sus estudiantes.

El Design Thinking es un enfoque de trabajo centrado en las personas que ha ganado gran popularidad por su capacidad para generar soluciones de manera ágil y creativa. Su valor radica en que, antes de proponer respuestas, busca comprender profundamente el problema desde la perspectiva de quienes usarán el producto o servicio. Este método fomenta la empatía, la creatividad y la experimentación, permitiendo a los equipos identificar con claridad las necesidades reales de los usuarios y desarrollar propuestas innovadoras que respondan a ellas (Uribe, 2021).

El proceso de Design Thinking se estructura en cinco etapas clave:

- Empatizar: ponerse en el lugar del usuario para comprender sus necesidades, emociones y experiencias.
- Definir: analizar la información obtenida y concretar el problema que se busca resolver.
- Idear: generar la mayor cantidad posible de ideas y alternativas de solución, fomentando la creatividad sin restricciones iniciales.
- Prototipar: transformar las ideas más prometedoras en modelos o representaciones tangibles que permitan visualizarlas y evaluarlas.
- Testear: poner a prueba los prototipos con usuarios reales para identificar aciertos, áreas de mejora y posibles ajustes (Uribe, 2021).

Este ciclo es iterativo, es decir, puede repetirse tantas veces como sea necesario para refinar las soluciones, lo que favorece la adaptación continua y la reducción de riesgos en el desarrollo de nuevos productos o servicios (Uribe, 2021).

### 3.2.7.6.El Proceso Emprendedor

El proceso emprendedor es un camino dinámico y desafiante que implica varias etapas interrelacionadas; estas fases se suceden de manera continua, siendo fundamentales para transformar una idea en un negocio viable; Según Garzozzi et al. (2018) este proceso parte de la generación de ideas a la gestión de recursos para el financiamiento y la implementación de actividades que aseguren el éxito del emprendimiento. A continuación, se describen y amplían las fases del proceso emprendedor:

Entre las fases están:

- A. Búsqueda de ideas:** La búsqueda de ideas es la primera fase del proceso emprendedor, en la que el emprendedor explora diversas fuentes de inspiración para desarrollar nuevas oportunidades de negocio, este proceso puede surgir de la observación de necesidades no satisfechas en el mercado, problemas que requieren soluciones innovadoras o avances tecnológicos que abren nuevas posibilidades y las ideas pueden surgir también a partir de experiencias personales, conversaciones con otros emprendedores o la identificación de tendencias emergentes en la sociedad o en la industria; durante esta fase, es esencial que el emprendedor se enfoque en la viabilidad y la oportunidad de la idea en relación con las necesidades del mercado; la creatividad es clave, pero también lo es la investigación para evaluar si hay un mercado dispuesto a adoptar la solución propuesta; además, el uso de técnicas como el brainstorming, el análisis de tendencias y la exploración de nichos de mercado permite al emprendedor filtrar las mejores ideas que podrían convertirse en negocios exitosos (Garzozzi et al., 2018).
- B. Validación de la idea:** Una vez que se tiene una idea, el siguiente paso crítico es la validación de la idea, este proceso tiene como objetivo verificar si la solución propuesta realmente satisface una necesidad en el mercado y si hay suficiente demanda; por lo

que, la validación implica obtener retroalimentación de los potenciales clientes, ya sea a través de encuestas, entrevistas, pruebas de concepto o prototipos. El emprendedor debe crear un mínimo producto viable (MPV) que le permita evaluar cómo los usuarios interactúan con el producto o servicio y si están dispuestos a pagar por él; además, la validación también implica ajustar la idea según los comentarios y las respuestas del mercado, si la validación es positiva, el emprendedor puede avanzar a las siguientes fases. En caso contrario, el proceso puede implicar la iteración de la idea o el abandono de la misma, ahorrando recursos antes de comprometerse completamente con el desarrollo del producto (Garzozzi et al., 2018).

**C. Identificación de recursos:** Una vez validada la idea, el siguiente paso es identificar los recursos necesarios para transformar esa idea en un emprendimiento funcional. Los recursos incluyen no solo financiamiento, sino también talento humano, infraestructura, tecnología, materiales y tiempo. Aquí, los emprendedores deben identificar qué recursos tienen disponibles y cuáles deben buscar. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, como ahorros personales, préstamos, inversionistas ángeles, fondos de capital riesgo, crowdfunding, o apoyos gubernamentales; a menudo, los emprendedores recurren a mentores o asesores para identificar fuentes de financiación y aprender a manejar los recursos de manera eficiente, además, la red de contactos y las asociaciones estratégicas también juegan un papel crucial en la identificación de recursos y en la ampliación de oportunidades de negocio (Garzozzi et al., 2018).

**D. Creación del emprendimiento:** La fase de creación del emprendimiento implica la construcción y estructuración formal del negocio; en esta etapa, el emprendedor se dedica a establecer la organización empresarial, que incluye la definición de su modelo de negocio, la planificación estratégica, la creación de la estructura jurídica (como la creación de una sociedad o empresa), y la conformación del equipo inicial; además, el

modelo de negocio debe ser claro y bien definido, abarcando cómo se generarán los ingresos, cómo se distribuirán los productos o servicios, quiénes serán los proveedores y socios estratégicos, y cuáles son los valores que guiarán las operaciones del negocio, en esta fase, el emprendedor debe comenzar a crear la marca, desarrollar su presencia en el mercado, y planificar sus primeras estrategias de ventas y marketing (Garzozzi et al., 2018).

**E. Primeros años del emprendimiento:** Los primeros años del emprendimiento son una fase crítica que puede determinar la viabilidad a largo plazo del negocio. Durante esta etapa, el emprendedor debe enfocarse en la gestión operativa, la optimización de procesos, la adquisición de clientes, y la sostenibilidad financiera del proyecto; es el momento de poner en práctica las estrategias iniciales, ajustar el producto o servicio según las necesidades del mercado, y escalar el negocio en función de la demanda, los primeros años son también un periodo de aprendizaje constante, en el que el emprendedor enfrenta desafíos relacionados con la administración del flujo de caja, la expansión del equipo, y la fidelización de los primeros clientes; además, se debe prestar atención al crecimiento controlado, evitando la sobre expansión que pueda comprometer la estabilidad financiera. El emprendimiento también enfrenta riesgos durante esta etapa, como la falta de rentabilidad en los primeros meses o años y para mitigar estos riesgos, el emprendedor debe ser flexible y capaz de pivotar si es necesario. La capacidad de adaptarse a las circunstancias cambiantes del mercado y de gestionar eficientemente los recursos es clave para superar esta fase (Garzozzi et al., 2018).

#### **3.2.7.7.Cultura emprendedora**

Para Flórez (2018), la cultura emprendedora se define como el escenario favorable el cual propicia un adecuado desenvolvimiento de emprendedores, además esta reconoce la



importancia económica y social de cultivar un “ADN emprendedor” en la sociedad. Además, agrega que esta cultura emprendedora refiere a una participación de la sociedad civil para incentivar, apoyar e impulsar el emprendimiento, además de que reconocer la importancia para las sociedades y el crecimiento de su economía.

En el Perú está “cultura emprendedora” está totalmente arraigada como resultado de décadas de inestabilidad económica (Black, 2020).

### **3.2.7.8.Emprendimientos en Perú**

La decisión de emprender en Perú va en función a diferentes aspectos; Mendoza y Leasaski (2010) consideran que la probabilidad de emprender está condicionada de forma positiva con la edad, la cantidad de integrantes de los hogares y capital social, y de forma negativa en el ingreso y educación personal alcanzada.

Para Gluzmann et al. (2012), a partir del análisis de información de la ENAHO, señala que la probabilidad de que una persona sea emprendedora aumenta principalmente cuando es mayor de edad, jefe de hogar y tiene estado civil casado. Por el contrario, dicha probabilidad disminuye cuando la persona cuenta con educación superior, reside en zonas urbanas, su hogar tiene varios integrantes con ingresos y hay niños menores de 12 años.

Por su parte Leon (2017) indica que hay más probabilidad de ser empresario en medida que sean mujeres, casadas, jefas de sus hogares, sean mayores de edad, tenga trabajo, experiencia laboral, sea inmigrante y cuente con casa propia; por el contrario, esta probabilidad es menor si tiene estudios superiores, tenga ingresos mayores y cuente con más integrantes en su familia.

Los tres estudios, de alcance nacional y con datos agregados, asumen implícitamente que existe homogeneidad entre las distintas regiones o departamentos, sin considerar posibles particularidades o diferencias territoriales.

### **3.2.7.9. Instituciones que Apoyan el Emprendimiento en Perú**

Existen organizaciones y programas son fundamentales para el ecosistema de emprendimiento en Perú, proporcionando el apoyo necesario para que las startups puedan crecer y tener éxito.

- StartUp Perú: Es una iniciativa del Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación (ProInnovate) del Ministerio de la Producción. Su objetivo es fortalecer el ecosistema de emprendimiento e innovación en Perú, ofreciendo capital semilla y acompañamiento técnico a startups innovadoras. StartUp Perú ha apoyado a varias startups lideradas por universitarios.
- ProInnovate: Es una entidad del Estado Peruano que financia proyectos de innovación y tecnología. Ofrecen financiamiento a empresas que desarrollen soluciones tecnológicas innovadoras y colaboran con entidades externas. ProInnovate ha financiado proyectos innovadores en universidades. Por ejemplo, la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI) recibió apoyo para desarrollar una nueva tecnología de drones para monitoreo agrícola, ayudando a estudiantes e investigadores a comercializar esta innovación (UNI, 2024).
- Cámara de Comercio de Lima: La Cámara de Comercio de Lima ofrece diversos programas y recursos para apoyar a emprendedores y pequeñas empresas, incluyendo capacitaciones, eventos y acceso a una red de contactos profesionales; además, ha colaborado con universidades como la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) para organizar concursos de emprendimiento y programas de incubación, apoyando a estudiantes con recursos y mentoría para desarrollar sus ideas de negocio (PUCP, 2024).
- Incubadoras de Universidades: Las incubadoras de universidades en Perú, como la de UTEC Venture, apoyan no solo a sus estudiantes sino también a otros emprendedores.

Estas incubadoras brindan recursos, mentoría y espacios de trabajo para ayudar a desarrollar y escalar startups (UTEC, 2020).

- Red de Inversionistas Ángeles del PAD: La Red de Inversionistas Ángeles del PAD es una comunidad de inversionistas ángeles que buscan apoyar a startups con potencial de crecimiento, proporcionando capital y asesoramiento estratégico. La Red de Inversionistas Ángeles del PAD ha invertido en startups lideradas por universitarios de distintas instituciones, proporcionando capital y asesoramiento estratégico. (Universidad de Piura , 2022)
- Kunan: Plataforma que conecta emprendedores con mentores, financiamiento y recursos necesarios para desarrollar sus ideas y llevarlas al mercado. Kunan ha trabajado con varias universidades para conectar a estudiantes emprendedores con mentores y recursos como la PUCP (KUNAN, 2019).
- Movistar Perú: Ofrece programas de aceleración y apoyo a startups, proporcionando acceso a tecnología, infraestructura y una red de contactos empresariales. Movistar Perú ha lanzado programas de aceleración en colaboración con universidades como la Universidad de Lima o la PUCP, ofreciendo apoyo a proyectos tecnológicos (KUNAN, 2019).
- Fundación MAPFRE: Tiene programas de responsabilidad social que incluyen apoyo a emprendedores y proyectos innovadores, con el objetivo de fomentar el desarrollo económico y social. MAPFRE participa directamente en varios programas que persiguen, según Joan Cuscó, director global de Transformación, “romper el valle de la muerte entre el mundo académico y el mundo del emprendimiento” (párr.2); este objetivo se consigue colaborando con las universidades para acercar los recursos al talento emprendedor e impulsar sus ideas hacia un escenario real (MAPFRE, 2021).

- Programas de Aceleración HUB Udep: Son iniciativas que buscan acelerar el desarrollo de startups mediante la provisión de recursos, mentoría y acceso a una red de contactos y oportunidades de negocio. HUB Udep ha acelerado startups universitarias como Agros, una plataforma de comercio agrícola desarrollada por estudiantes de la Universidad de Piura. HUB Udep proporcionó mentoría, acceso a redes de contacto y apoyo financiero (Universidad de Piura, 2023).

### **3.2.8. *Financiamiento***

El financiamiento es la acción de proveer fondos a una entidad o individuo para que pueda llevar a cabo una actividad o negocio, es decir, recursos monetarios y crediticios para que pueda realizar sus objetivos. (Horna , 2020); por otro lado, las fuentes de financiamiento son aquellas entidades o instituciones públicas o privadas que le posibilitan a la empresa el financiamiento por medio de medidas como los préstamos o créditos para garantizar los recursos y los medios de producción a la empresa (Pilay et al., 2019).

Herrero (2006) sostiene que, estas fuentes constituyen el origen para que las empresas puedan obtener capital para el desarrollo y ejecución de actividades, así como empujar a un crecimiento.

Además Mogollón (2011), refiere que la financiación es fundamental para que un negocio tenga éxito, para adquirir los medios que se necesiten para dar inicio a las acciones, proporcionando capital en el momento justo; estas fuentes son internas también llamadas propias o externas.

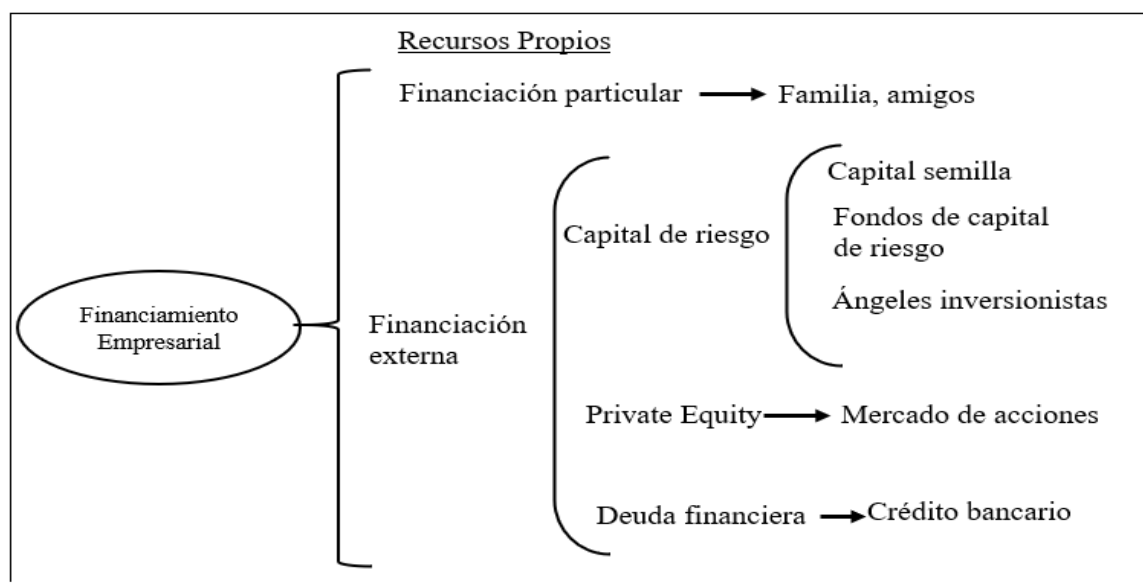
- Las internas se van a caracterizar por ser propiedad de los mismos propietarios y los usan crear y poner en marcha el emprendimiento.
- Las fuentes de financiación particulares son aquellos a los que acude el emprendedor siendo estas propios de amigos o familia.

- Las fuentes de financiamiento externas dotarán al emprendedor de dinero para lo que disponga y estos son: bancos, capital de riesgo, bonos, inversionistas ángeles.

La tipificación de las fuentes de financiamiento se apoya en el alcance de Herrero (2006), cuya tipificación de las fuentes de financiamiento son internas y externas, estas se desarrollan en los siguientes párrafos.

**Figura 1**

*Tipos de financiamiento*



*Nota:* Adaptado de ¿Cuáles son las fuentes de financiación de una empresa más usadas? de Trenza (2018). <https://anatrenza.com/fuentes-de-financiacion-empresa/>

### 3.2.8.1. Fuentes de financiamiento internas

Según Mogollón (2011), estas fuentes se dan dependiendo a los emprendedores o empresarios se van dotando de diferentes medios o recursos empresariales y es de esta manera toman una forma interna (propia) o externa y atendiendo a estos criterios la clasificación es de la siguiente forma:

**Ahorros personales:** El ahorro personal es el acto de reservar una parte de los ingresos de una persona para su uso futuro, en lugar de gastar todo el dinero de inmediato. Este ahorro puede destinarse a metas específicas, como la compra de una vivienda, la educación, un fondo de emergencia o la jubilación; el ahorro personal permite a las personas tener una mayor

seguridad financiera, enfrentando imprevistos o alcanzando sus objetivos a largo plazo, mientras se evita el endeudamiento innecesario; además, el ahorro personal fomenta la disciplina financiera y la planificación para el futuro; asimismo, el ahorro personal se refiere a la práctica de guardar una porción de los ingresos para futuros gastos o inversiones; la forma más común de ahorro es a través de cuentas de ahorro, seguidas por ahorros destinados a la vivienda y en algunos casos, ahorros en casa o negocio. El ahorro personal no solo cumple la función de crear un fondo de respaldo, sino que también permite financiar el inicio y el funcionamiento de negocios (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2012); para mantener o iniciar un negocio, es esencial que se cuente con un fondo de ahorro que permita alcanzar metas a corto, mediano o largo plazo y establecer una meta clara, como el capital necesario para emprender, motivará a la persona a seguir un plan; además, aumentar sus ingresos mediante fuentes adicionales y evitar los gastos hormiga, esos pequeños gastos innecesarios del día a día, contribuirá a generar el dinero necesario; finalmente, elaborar un presupuesto ayudará a recortar gastos innecesarios, y priorizar los gastos, comparando precios, permitirá incrementar los ahorros y acercarse al objetivo (COFIDE, 2013).

**Capital propio:** Se refiere a los fondos que una persona utiliza para financiar sus propios proyectos o necesidades sin recurrir a préstamos o crédito externo. Estos fondos provienen de sus ahorros personales, ingresos acumulados, inversiones previas o cualquier otra fuente de recursos propios; es decir, se trata del dinero que la persona tiene disponible y ha generado por sus propios medios, ya sea por su trabajo, ahorros a largo plazo o rentabilidad de inversiones, este tipo de financiación es común en las etapas iniciales de una startup, especialmente cuando la empresa no tiene un historial crediticio que le permita acceder a fondos externos y también es útil cuando la empresa necesita ampliar su capital para mejorar su solvencia. Entre las ventajas de la financiación propia se destacan varios puntos importantes; en primer lugar, permite a la persona mantener independencia financiera, ya que

no depende de fuentes externas de financiación, además, los fondos propios se obtienen de manera inmediata, lo que facilita un acceso rápido al capital necesario y a diferencia de los préstamos externos, la financiación propia no genera intereses, lo que puede incrementar la rentabilidad a largo plazo; sin embargo, la financiación propia también tiene sus desventajas y uno de los principales inconvenientes es la posible pérdida de control, también existe el riesgo de pérdida total de la inversión si la empresa no tiene éxito, ya que el capital aportado no se devuelve. Por último, el capital propio puede limitar la rentabilidad, ya que requiere inmovilizar grandes sumas de dinero que podrían utilizarse en otras inversiones más productivas (Dobañ, 2024).

**Préstamos de familia:** Para Longenecker et al. (2012) en su mayoría los dueños de las empresas, al iniciar esta acudieron en primer lugar a sus propios ahorros o los de su familia, cuando estos ya no son suficientes acuden a los bancos o prestamos, el tomar la decisión de adquirir algún prestamos los dueños toman en cuenta, los costos, interés, papeleos, por ende, muchas veces prefieren recurrir a los prestamos familiares, esto producido por el interés de los micro empresarios o emprendedores en adquirir prestamos en un corto tiempo con un reducido papeleo y tasas de interés muy bajas.

**Prestamos de amigos:** Se considera que este tipo de préstamo forma parte de las fuentes informales de financiamiento, y que esta se da cuando el dueño o emprendedor no logró un préstamo dentro de la familia y recurre a las personas más cercanas (Raccanello, 2013).

Torres et al. (2017) indican que las fuentes internas son aquellas que son generados por El financiamiento interno es una de las fuentes más importantes para el crecimiento de una empresa; consiste en el uso de los recursos propios que genera la empresa a través de sus operaciones, dentro de las que se encuentran: aportaciones de los socios, utilidades reinvertidas, depreciaciones y amortizaciones, incrementos de pasivos acumulados y venta de activos; estas formas de financiamiento interno tienen la ventaja de no depender de agentes externos, reducir

el costo de capital y mantener el control accionario de la empresa. Los autores toman en cuenta a Aching, para hacer la siguiente clasificación:

**Aportaciones de los socios:** Este capital es el dinero que los socios fundadores aportan a la empresa, lo que les da derecho a participar en su gestión, a tener voz y voto en las asambleas de accionistas y a influir en las decisiones sobre el manejo de la empresa; este capital se puede formar al inicio de la empresa o posteriormente mediante la reinversión de las ganancias obtenidas. (Torres et al., 2017)

**Utilidades reinvertidas:** Hace referencia a la reinversión donde, Gitman y Zutter (2012) indican que forma parte de la fuente de financiamiento importante donde recurre una empresa, además, refieren que las empresas que son consideradas financieramente saludables son las que tienen una buena estructura de capital que posteriormente producen montos significativos en sus utilidades relacionadas a las ventas y las aportaciones de los capitales.

**Reservas de capital:** Torres et al. (2017) refiere que este tipo de reservas son aquellos. Los apartados contables de utilidades son conceptos que reflejan la capacidad de una empresa para generar beneficios económicos a partir de sus actividades operativas y de sus inversiones; estos apartados se clasifican en dos tipos: las utilidades de las operaciones y las reservas de capital; las utilidades de las operaciones son aquellas que se obtienen por la diferencia entre los ingresos y los gastos de la empresa, sin considerar los efectos financieros, tributarios o extraordinarios; las reservas de capital son aquellas que se forman por la reinversión de parte de las utilidades de las operaciones o por aportes de los socios o accionistas; estas reservas representan una fuente de recursos económicos que fortalecen el patrimonio de la empresa y le permiten afrontar situaciones adversas o aprovechar oportunidades de crecimiento. Una empresa o pyme financieramente sana es aquella que logra mantener un nivel adecuado de apartados contables de utilidades, que le aseguran la permanencia en el mercado y la



rentabilidad de sus inversiones, así como una buena relación entre sus ventas y sus aportes de capital.

**Incremento de pasivos acumulados:** Refiere al reconocimiento mensual de los impuestos, muy aparte de los pagos, pensiones, provisiones, como fondo de las contingencias, si llegan a ocurrir accidentes, devaluaciones, incendios u otros (Aching, 2006), además. Levy (2008) indica que, son las deudas que se producen por los servicios que son recibidos y cancelados, tomando en cuenta los salarios, impuestos para el gobierno, los pasivos devengados que no pueden ser modificados por las empresas, por otro lado, los salarios si pueden ser manipulados hasta cierto punto.

**Venta de activos:** hace referencia a la fuente interna de financiamiento, ya que por la venta de bienes se puede generar recursos, considerando que estos bienes ya no están en uso, siendo estos, equipos de oficina, transporte, cómputo (Gitman & Zutter, 2012).

### **3.2.8.2. Fuentes de financiamiento externas**

#### **a. Capital Semilla**

El capital semilla es el dinero que se necesita para iniciar una empresa, que les permite cubrir los gastos operativos y atraer financiación de capital riesgo; este tipo de fondos se suele obtener a cambio de una participación en el capital de la empresa, aunque con menos exigencias contractuales que la financiación de capital convencional; debido a que los bancos y los inversores de capital ven el capital semilla como una inversión "arriesgada" por parte de los impulsores de una nueva empresa, los proveedores de capital pueden esperar a que el negocio esté más consolidado antes de realizar grandes inversiones de capital riesgo. (Umaña, 2019).

Tapia (2020) afirma que es el dinero que se requiere para iniciar un negocio, y suele ser un capital limitado, porque el negocio está en fase de diseño o desarrollo. Es una inversión de alto riesgo, pero también de alta rentabilidad. Se utiliza para hacer estudios de mercado, cubrir gastos operativos básicos y preparar al negocio para crecer. Es una modalidad del capital

de riesgo acerca del financiamiento preliminar para la creación y desarrollo de un producto o inversión.

#### **b. Fondo de capital de riesgo**

El capital de riesgo dirige importantes recursos financieros hacia negocios emergentes con alto potencial de riesgo y rentabilidad, brindando a una nueva generación de emprendedores los medios necesarios para competir con empresas establecidas. Este sistema se consolida como una herramienta clave para financiar la innovación, al destinar la mayoría de los fondos a sectores como software, telecomunicaciones, internet, biotecnología, nanotecnología y energías renovables. Además, la industria de capital de riesgo cubre la brecha entre la oferta y la demanda de financiación para proyectos empresariales innovadores que no cuentan con el apoyo de las fuentes tradicionales de crédito; al asumir el riesgo inherente a estas iniciativas, los inversores de capital riesgo esperan obtener una alta rentabilidad en el futuro, ya sea mediante la venta de sus participaciones o la salida a bolsa de las empresas financiadas. La brecha de capital o brecha de financiación es un desafío común que enfrentan las empresas emergentes en las fases de expansión y alto crecimiento; estas empresas requieren más recursos financieros para cubrir las nuevas demandas del mercado, los costos de publicidad, la inversión para ampliar la capacidad productiva y la infraestructura, y la contratación de nuevo personal cualificado que garantice el éxito de la etapa de crecimiento. Por otro lado, las empresas de capital riesgo no son solo inversores pasivos, sino que se especializan en empresas jóvenes de alta tecnología que son difíciles de valorar y las supervisan de cerca; además, les brindan asesoramiento constante y, a menudo, juegan un papel importante en la selección del equipo directivo; su experiencia y contactos pueden ser muy útiles para un negocio en sus primeros años y pueden ayudar a la empresa a lanzar sus productos al mercado más rápidamente (Tapia, 2020).

Los fondos de inversión se componen de activos que no tienen personalidad jurídica propia, sino que son propiedad de varios inversores; la sociedad gestora es la encargada de administrar y representar estos activos, actuando como titular fiduciario sin ser dueña del fondo. Se trata de patrimonios gestionados por una entidad especializada (Estrada , 2010).

### **c. Ángeles inversionistas**

Los Ángeles Inversionistas (AI) son un tipo de financiadores que apoyan a las empresas emergentes con capital y experiencia, el origen de este concepto se remonta al siglo XX, cuando algunos individuos acaudalados decidieron invertir en las obras de teatro de Broadway, asumiendo el riesgo de perder su dinero si el espectáculo fracasaba; hoy en día, los AI son principalmente empresarios que han tenido éxito en sus propios negocios y que buscan ayudar a otros emprendedores a desarrollar sus ideas innovadoras. (Restrepo, 2013).

Estos se diferencian de otro tipo de inversores porque además del aporte en capital financiero adicionan como valor agregado su asesoría, networking, y gestión, ya que por lo general un buen número de ellos tienen algún tipo de experiencia en el sector productivo o de servicios, lo cual utilizan para garantizar de una u otra forma el cumplimiento de sus expectativas de inversión (Matíz & Mogollón , 2008).

El MEF (2012), considera a los ángeles inversionistas como un tipo de financiamiento que se cabaliza por aportes de capital, que a diferencia de los créditos normales o tradicionales, la empresa no tiene la obligación de devolver; se denomina inversionistas ángeles, a los emprendedores que tienen éxito y que invierten en empresas que se ubican en el inicio de su desarrollo y que poseen un alto potencial de crecimiento y estos inversores están en la búsqueda constante de empresas en las cuales buscan invertir. Los inversores ángeles son personas que aportan su experiencia y capital a proyectos innovadores y de alto potencial, que se encuentran en fases iniciales de desarrollo; su objetivo es apoyar el crecimiento de estos emprendimientos y obtener una rentabilidad a largo plazo por su participación accionaria; los inversores ángeles

suelen ofrecer también mentoría, asesoramiento y contactos a los emprendedores, lo que les ayuda a superar los desafíos y riesgos de sus negocios. (Cenpromype, 2020).

#### - **Tipos de inversores ángeles**

Mogollón (2011) indica que varios autores efectuaron un estudio sobre los ángeles inversores, pero a pesar de ello, no existe una tipología exacta para la clasificarlos, además, considerando que este tipo poseen características según los países y su nivel de crecimiento, cultura para el emprendimiento o la ubicación que poseen, por ello, la tipología de estos inversores se apoya en los alcances de De la Fuente (2021) descritos a continuación:

- **Ángeles maximizadores de riqueza:** Personas con poder adquisitivo y la experiencia en la creación de emprendimientos y a su vez también realizan la inversión en otros emprendimientos ya que dan mayor ganancia que otras inversiones.
- **Ángeles emprendedores:** Millonarios de perfil emprendedor, e invierten por diversión y lo consideran con mejores oportunidades que los mercados públicos.
- **Ángeles buscadores de ingresos:** Son aquellos sujetos que cuentan con menos riquezas y realizan inversiones con el objetivo de obtener ingresos.
- **Ángeles corporativos:** Empresas que realizan inversiones de modo similar al inversor ángeles individual, abriendo empresas de mayor magnitud en comparación a los pequeños emprendimientos.
- **Ángeles vírgenes:** Ellos tienen un capital que pueden disponer y buscan su primera inversión pero que no encuentran una atractiva.
- **Ángeles latentes:** Personas ricas que no lograron realizar sus inversiones en un periodo de tres años a más por no encontrar alternativas.

#### **d. Préstamo bancario**

El préstamo bancario es uno de los tipos de financiación más utilizados y consiste en la aportación de un importe (nominal), el cual se debe devolver en un plazo fijado y/o con una

periodicidad, más un interés; la operación también tiene unos gastos de operativa (comisiones) (Red Empren, 2020) y de la misma forma, Cenpromype (2020) afirma que una de las principales barreras que enfrentan los emprendedores a la hora de iniciar o consolidar sus negocios es el acceso al crédito.

#### **e. Fondos gubernamentales o subvenciones**

Las subvenciones son transferencias financieras que los gobiernos otorgan a productores, empresas o consumidores para fomentar ciertos comportamientos o apoyar actividades específicas. Estas ayudas pueden tomar diversas formas, como transferencias directas de dinero, concesiones fiscales, garantías de préstamos, o productos y servicios a precios reducidos (OMC, 2006); en los emprendimientos son recursos financieros proporcionados por el gobierno para apoyar a emprendedores en sus proyectos, estas ayudas pueden destinarse a cofinanciar los desembolsos de proyectos o iniciativas que busquen mejorar la competitividad o fomentar la innovación en el sector productivo. Un ejemplo de este tipo de fondos es el Programa de Innovación, Modernización Tecnológica y Emprendimiento, que se financia a través del Contrato de Préstamo N° 5287/OC-PE. Este programa tiene como objetivo apoyar a las empresas peruanas en su proceso de modernización y en la implementación de nuevas tecnologías, con el fin de mejorar su productividad y competitividad en el mercado. Asimismo, el Fondo MIPYME Emprendedor proporciona recursos a las MIPYMES para fortalecer su capacidad emprendedora, permitiéndoles acceder a financiación que facilite la creación o expansión de sus negocios. Estos fondos permiten a los emprendedores reducir las barreras financieras y acceder a recursos que de otro modo podrían no estar disponibles para ellos (N° 601-2024-PRODUCE/PROINNOVATE, 2024).

#### **3.2.8.3. Procesos de financiamiento de un emprendimiento**

- a. Financiación en la Etapa Semilla: En esta fase el emprendedor ya tiene su producto mínimo viable (PMV), tiene conocimiento de su mercado y tiene un equipo

multidisciplinario, realiza todas las actividades necesarias para iniciar operaciones y en este punto el capital que se invierte se denomina “capital semilla”, este financiamiento es muy riesgoso, y suele incluso invertirse en ideas de negocio.

- b. Financiación en la etapa de inicio o Startup: En esta fase ya se ha validado la idea negocio en el mercado, y es donde se llega o superar el punto de equilibrio; los emprendimientos han comenzado a producir y suele ser conocido como “el Valle de la Muerte” porque esta etapa tiene la duración de 3 a 5 años, y es donde los emprendimientos o empresas no suelen superar esta etapa. El capital invertido se le llama “capital startup”, es un financiamiento riesgoso.
- c. Financiación en la etapa de crecimiento temprano: En esta fase el emprendimiento se ha constituido en una empresa con viabilidad, ya se encuentra posicionado en su mercado con una proyección considerable; es menos riesgoso su financiamiento, aunque el requerimiento financiero es elevado.
- d. Financiación en la etapa de expansión: En esta fase la empresa ya alcanza un tamaño sostenible y tiene una fuerte participación en el mercado, tiene perspectivas de buscar e imbuir en otros mercados y tiene una administración sistematizada. El capital invertido suele dirigirse a la ampliación de producción, adquisición de activos fijos, entre otros.
- e. Financiación en la etapa de consolidación: En esta fase la empresa suele diferenciarse de sus competidores más cercanos obteniendo ingresos más altos y tiene una alta participación en los mercados, tiene un plan de expansión en ejecución. En esta etapa las empresas suelen fusionarse o son adquiridas por otras (Matiz & Parra , 2012).

### **3.3. Unidad de emprendimiento de la UNSAAC**

#### **3.3.1. Creación y marco institucional**

En cumplimiento de la Ley Universitaria N.º 30220 y del Estatuto de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC), el Consejo Universitario aprobó la creación de la Incubadora de Empresas Paqarina Wasi, administrada por la Dirección de Emprendimiento y Gestión del Vicerrectorado de Investigación (VRIN). Su sede administrativa se encuentra en esta dirección y su propósito central es promover la formación y el crecimiento de empresas y startups impulsadas por los propios estudiantes, a partir de proyectos de investigación o innovaciones tecnológicas (VRIN UNSAAC, 2025).

Paqarina Wasi (cuyo nombre en quechua significa Casa de nacimiento) simboliza el lugar donde las ideas nacen, crecen y se transforman en empresas sólidas. Desde su aprobación en 2018 (Resolución CU-496-2018-UNSAAC), funciona como un ecosistema que integra procesos de preincubación, incubación y aceleración, y que proporciona capacitación, acompañamiento de mentores, espacios de coworking y acceso a equipos y herramientas clave para el desarrollo de proyectos (VRIN UNSAAC, 2025).

### **3.3.2. Funciones estratégicas**

Entre sus principales responsabilidades destacan:

- Elaborar e implementar el reglamento de la incubadora y centros de producción junto con los estudiantes.
- Impulsar incubadoras en todas las facultades.
- Contratar especialistas para evaluar la viabilidad de los proyectos.
- Ofrecer mentoría y asesoría técnica, incluyendo spin-offs (VRIN UNSAAC, 2025).

### **3.3.3. Metodologías y ecosistema de innovación**

El trabajo de Paqarina Wasi se sustenta en metodologías reconocidas a nivel internacional como Design Thinking, que guían a los estudiantes desde la ideación y prototipado hasta la validación y lanzamiento de negocios. Este ecosistema no solo provee infraestructura física y tecnológica, sino también una amplia red de contactos, acceso a

financiamiento y un entorno colaborativo para potenciar la creatividad (VRIN UNSAAC, 2025).

#### **3.3.4. *Servicios y recursos disponibles***

- Programas de capacitación en I+D+I.
- Espacios de coworking equipados.
- Asesoría en planes de negocio y áreas contable, legal y financiera.
- Plataforma virtual para interacción entre emprendedores.
- Redes de contacto nacionales e internacionales.
- Orientación para acceder a fondos de financiamiento, crowdfunding y recursos concursables.
- Servicios tecnológicos como laboratorios y pruebas especializadas.
- Fondos semilla y de cooperación internacional para proyectos seleccionados (VRIN UNSAAC, 2025).

#### **3.3.5. *Impacto en la comunidad emprendedora***

Uno de los pilares más innovadores de este ecosistema fue la implementación de un fondo de crowdfunding administrado por la UNSAAC, que permitió financiar proyectos a cambio de una participación equitativa en sus utilidades, este modelo aseguró la sostenibilidad financiera de la incubadora y el crecimiento de su red de empresas incubadas; sin embargo, el monto específico destinado a este mecanismo de financiamiento no es detallado, lo que limita la posibilidad de dimensionar su alcance real. A lo largo de su funcionamiento, Paqarina Wasi ha contribuido a la consolidación de startups con potencial de crecimiento y sostenibilidad, fomentando alianzas estratégicas y promoviendo la comercialización de productos y servicios innovadores; entre sus logros más destacados está la creación de un fondo de crowdfunding propio, administrado por la UNSAAC (VRIN UNSAAC, 2025).



### **3.3.6. Misión y visión**

Misión: fortalecer la cultura emprendedora en la comunidad universitaria, conectando el conocimiento académico con la innovación tecnológica y empresarial para impulsar el desarrollo económico y social del Cusco (VRIN UNSAAC, 2025).

Visión: convertirse en un referente nacional en emprendimiento universitario, liderando la formación de empresas innovadoras y sostenibles con impacto positivo en la sociedad (VRIN UNSAAC, 2025).

### **3.3.7. Estructura organizativa**

La gestión de Paqarina Wasi se apoya en:

- Comité Técnico: expertos en preincubación e incubación encargados de la consultoría y preselección de proyectos.
- Comité de Evaluación: integrado por representantes de la UNSAAC, sectores público y privado, para seleccionar los proyectos a incubar.
- Directores de Unidad de Incubadora de Empresas: uno por cada facultad, con funciones de orientación y difusión de la cultura emprendedora, todos con certificación como mentores en incubación y aceleración (VRIN UNSAAC, 2025).

### **3.3.8. Proyección a futuro**

La Dirección de Emprendimiento y Gestión proyecta fortalecer el programa de internacionalización de Paqarina Wasi, buscando posicionar a las startups cusqueñas en el mercado latinoamericano y consolidar su papel como motor de innovación regional (VRIN UNSAAC, 2025).

### **3.3.9. Presupuesto**

El presupuesto asignado por el VRIN de la UNSAAC no presenta un desglose específico para actividades de emprendimiento. En los registros solo se incluyen gastos operativos, sin un monto claramente destinado a este propósito. Además, la información

disponible es limitada y se concentra únicamente en las partidas relacionadas con Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico – Investigación Aplicada, que son las únicas que se muestran en los reportes:

**Tabla 1**

*Presupuesto para la unidad de investigación UNSAAC: 2018 - 2021*

AÑO	NATURALEZA: ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS	PIM	EJECUTADO A DICIEMBRE	SALDO PIM-EJECUC.	E/PIM %
<b>2018</b>	<b>INVESTIGACION APLICADA</b>	<b>364,215</b>	<b>293,525.34</b>	<b>70,689.66</b>	<b>80.59</b>
	2.1. 1 5. 2 99 Otras Retribuciones y Complementos	47,550	23,050.00	24,500.00	48.48
	2.3. 1 8. 2 1 Material, Insumos, Instrumental y Accesorios Médicos, Quirúrgicos, Odontológicos y de Laboratorio	32,429	26,382.35	6,046.65	81.35
	2.3. 199. 199 Otros Bienes	3,313	2,710.00	603	81.8
	2.3. 2 1. 1 1 Pasajes y Gastos de Transporte	16,814	10,043.53	6,770.47	59.73
	2.3. 2 1. 1 2 Viáticos y Asignaciones por Comisión de Servicio	16,142	10,141.76	6,000.24	62.83
	2.3. 2 1. 2 1 Pasajes y Gastos de Transporte	3,484	1,961.18	1,522.82	56.29
	2.3. 2 1. 2 2 Viáticos y Asignaciones por Comisión de Servicio	640	640	0	100
	2.3. 2 2. 4 4 Servicio de Impresiones, Encuadernación y Empastado	15,930	15,900.00	30	99.81
	2.3. 2 7. 11 99 Servicios Diversos	87,890	87,889.22	0.78	100
	2.3. 2 7. 2 99 Otros Servicios Similares	9,600	6,450.00	3,150.00	67.19
	2.3. 2 7. 3 1 Realizado por Personas Jurídicas	1,500	0	1,500.00	0
	2.3. 2 7. 3 2 Realizado por Personas Naturales	1,000	0	1,000.00	0
	2.4. 1 2. 1 99 A Otros Organismos Internacionales	6,000	0	6,000.00	0
	2.5. 3 1. 1 1 A Estudiantes	32,000	18,500.00	13,500.00	57.81
	2.6. 3 2. 9 5 Equipos e Instrumentos de Medición	79,923	79,870.00	53	99.93
	2.6. 6 1. 2 1 Libros y Textos para Bibliotecas	10,000	9,987.30	12.7	99.87
	2.6. 6 1. 3 2 Softwares	0	0	0	0
<b>2019</b>	<b>INVESTIGACION APLICADA</b>	<b>227,252.00</b>	<b>134,938.40</b>	<b>92,313.60</b>	<b>59.38</b>
	2.6. 3 2. 2 1 Máquinas y Equipos	31,369.00	24,319.00	7,050.00	77.53
	2.6. 7 1. 5 1 Gastos por la Contratación de Personal	60,201.00	5,400.00	54,801.00	8.97
	2.6. 7 1. 5 2 Gastos por la Compra de Bienes	75,693.00	62,860.40	12,832.60	83.05
	2.4. 3 1. 1 1 A Estudiantes	15,000.00	13,283.80	1,716.20	88.56
<b>2020</b>	<b>INVESTIGACION APLICADA</b>	<b>277,225.00</b>	<b>120,788.20</b>	<b>156,436.80</b>	<b>43.57</b>
	2.6. 3 2. 2 1 Máquinas y Equipos	25,900.00	0	25,900.00	0
	2.6. 3 2. 3 3 Equipos de Telecomunicaciones	4,990.00	4,990.00	0	100
	2.6. 7 1. 5 1 Gastos por la Contratación de Personal	58,200.00	36,000.00	22,200.00	61.86
	2.6. 7 1. 5 2 Gastos por la Compra de Bienes	55,136.00	27,278.50	27,857.50	49.47
	2.6. 7 1. 5 3 Gastos por la Contratación de Servicios	132,999.00	52,519.70	80,479.30	39.49
<b>2021</b>	<b>INVESTIGACION APLICADA</b>	<b>266,310.00</b>	<b>163,188.24</b>	<b>103,121.76</b>	<b>61.28</b>
	2.6. 7 1. 5 1 Gastos por la Contratación de Personal	58,399.00	24,300.00	34,099.00	41.61
	2.6. 7 1. 5 2 Gastos por la Compra de Bienes	69,677.00	32,220.24	37,456.76	46.24
	2.6. 7 1. 5 3 Gastos por la Contratación de Servicios	138,234.00	106,668.00	31,566.00	77.16
	<b>INVESTIGACION APLICADA</b>	<b>71,748.00</b>	<b>12,051.47</b>	<b>59,696.53</b>	<b>16.8</b>
	2.1. 1 5. 2 99 Otras Retribuciones y Complementos	9,248.00	3,247.65	6,000.35	35.12
	2.3. 1 99. 1 3 Libros, Diarios, Revistas y Otros Bien	1,600.00	1,600.00	0	100
	2.3. 1 99. 1 99 Otros Bienes	0	0	0	0
	2.3. 2 1. 1 1 Pasajes y Gastos de Transporte	5,550.00	0	5,550.00	0
	2.3. 2 1. 1 2 Viáticos y Asignaciones por Comisión	8,750.00	0	8,750.00	0
	2.3. 2 1. 1 99 Otros Gastos	700	0	700	0
	2.3. 2 7. 1 99 Otros Servicios Similares	10,000.00	0	10,000.00	0
	2.3. 2 7. 2 99 Otros Servicios Similares	12,000.00	0	12,000.00	0
	2.5. 3 1. 1 1 A Estudiantes	5,900.00	0	5,900.00	0
	2.6. 3 2. 3 1 Equipos Computacionales y Periféricos	18,000.00	7,203.82	10,796.18	40.02

*Nota:* Obtenido de la Unidad de emprendimiento de la UNSAAC - 2024

Entre 2018 y 2021, el presupuesto del VRIN de la UNSAAC para investigación muestra montos anuales significativos; la ejecución presupuestal varió notablemente: en se observa que en 2018 el presupuesto institucional modificado (PIM) destinado a investigación aplicada ascendió a S/ 364,215, de los cuales se ejecutó el 80.59%, mostrando un nivel de gasto relativamente eficiente, sin embargo, en 2019 el PIM se redujo a S/ 227,252 y la ejecución cayó al 59.38%, evidenciando un menor aprovechamiento de los recursos. La situación se acentuó en 2020, año en el que, pese a contar con S/ 277,225 de PIM, solo se ejecutó el 43.57%, lo que refleja un retroceso significativo en la capacidad de gasto, para 2021, aunque el PIM fue de S/ 266,310, la ejecución alcanzó únicamente el 61.28%, mostrando cierta recuperación respecto al 2020, pero sin llegar a los niveles de 2018, este comportamiento se debe a la falta de capacidad operativa y de planificación interna del VRIN para transformar los presupuestos en proyectos concretos; en segundo lugar, las limitaciones burocráticas y la rigidez administrativa, que suelen retrasar los procesos de contratación, adquisición de bienes y pago de servicios, además, el impacto de la pandemia en 2020 paralizó parcialmente actividades de campo, compras y contrataciones, lo que explica el marcado descenso de ejecución en ese año, a ello se suma la débil articulación entre las unidades de investigación y el área administrativa, lo que generó una brecha entre la disponibilidad de fondos y su uso efectivo. En 2021, aunque se observa una ligera recuperación persisten las dificultades estructurales que impidieron alcanzar una ejecución plena, reflejando que el VRIN aún enfrenta retos en gestión presupuestal, coordinación académica y fortalecimiento institucional para consolidar una cultura de investigación eficiente y sostenida.

Cabe mencionar que, los gastos se concentraron principalmente en la contratación de personal, compra de bienes y servicios, así como adquisición de equipos, sin evidenciar partidas directas para programas o proyectos de incubación empresarial.

Debe señalarse que el año con mayor nivel de ejecución fue 2018, debido a la convocatoria del concurso denominado Hult Prize, uno de los concursos más relevantes entre el 2018 y 2021, el cuál brindaba un financiamiento de un millón de dólares a los estudiantes emprendedores que lograrán ganar a nivel global, el cuál implicaba que los estudiantes emprendedores viajen fuera del país a competir con otros países y desarrollen su Producto Mínimo Viable, además de su participación en el Hult Prize Global Accelerator en Londres.

### **3.4. Marco conceptual**

#### ***3.4.1. Creación del emprendimiento***

Es el momento en el que una idea validada se convierte en un negocio real. Implica la formalización legal, estructuración del modelo de negocio y la planificación de operaciones para su puesta en marcha en el mercado (Garzozzi et al., 2018).

#### ***3.4.2. Design thinking***

Es una metodología de innovación centrada en las personas que permite desarrollar soluciones creativas a partir de la empatía con el usuario. Se utiliza ampliamente en el desarrollo de productos y servicios dentro del emprendimiento (Uribe, 2021).

#### ***3.4.3. Ecosistema de emprendimiento***

Conjunto de actores, instituciones, políticas, redes y recursos que interactúan para apoyar la creación y el desarrollo de emprendimientos. Incluye universidades, incubadoras, entidades financieras, gobiernos y emprendedores (Véliz et al., 2023).

#### ***3.4.4. Emprendedor***

Persona que identifica una oportunidad de negocio, toma la iniciativa y asume riesgos para crear un nuevo producto, servicio o empresa. Se caracteriza por su visión, perseverancia e innovación (Gerber, 2005).

### **3.4.5. *Emprendimiento***

Es el proceso mediante el cual una persona o grupo impulsa un plan con particularidades y propósitos para identificar una oportunidad de negocio, creando así una nueva empresa u organización. Implica iniciativa, innovación y la capacidad de asumir riesgos para generar valor económico y/o social (Formichella, 2004).

### **3.4.6. *Fuentes de financiamiento***

Son los recursos económicos que permiten iniciar, sostener o hacer crecer un emprendimiento. Pueden ser internas o externas, y su adecuada gestión es clave para la viabilidad del proyecto (Mogollón, 2011).

### **3.4.7. *Fuentes de financiamiento externas***

Recursos financieros que provienen de agentes ajenos al emprendimiento, como bancos, inversionistas, fondos de capital de riesgo o programas de apoyo gubernamental. Estas fuentes ayudan a cubrir gastos cuando los fondos propios son insuficientes (Mogollón, 2011).

### **3.4.8. *Fuentes de financiamiento internas***

Capital proveniente del propio emprendedor o del negocio, como ahorros personales, reinversión de utilidades o aportes de socios. Son las fuentes más accesibles en las primeras etapas del emprendimiento (Mogollón, 2011).

### **3.4.9. *Identificación de recursos***

Proceso mediante el cual se determinan los elementos necesarios para desarrollar un emprendimiento, como recursos financieros, humanos, tecnológicos y materiales. Esta etapa es clave para una correcta planificación (Garzozzi et al., 2018).

### **3.4.10. *Incubadoras***

Organizaciones que brindan apoyo a nuevos emprendimientos mediante asesoramiento, capacitación, infraestructura y acceso a redes. Su objetivo es aumentar las probabilidades de éxito de los proyectos incubados.

#### ***3.4.11. Primeros años del emprendimiento***

Periodo inicial tras la creación de un emprendimiento, caracterizado por desafíos como consolidar el mercado, mejorar el producto o servicio, y alcanzar sostenibilidad financiera. Es una etapa crítica para la supervivencia del negocio (Garzozzi et al., 2018).

#### ***3.4.12. Validación de la idea***

Proceso en el que se comprueba si una idea de negocio realmente soluciona un problema o satisface una necesidad en el mercado. Incluye la retroalimentación de potenciales usuarios, pruebas piloto y ajustes al modelo inicial (Garzozzi et al., 2018).

#### ***3.4.13. Vicerrectorado de Investigación (VRIN)***

El Vicerrectorado de Investigación (VRIN) de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) es el órgano encargado de planificar, coordinar y promover las actividades de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación en la universidad, gestionando recursos, programas y proyectos que fortalezcan la producción académica y su impacto en el desarrollo regional y nacional (VRIN UNSAAC, 2025).

## **Capítulo IV**

### **Hipótesis de la Investigación**

#### **4.1. Hipótesis General**

Las fuentes de financiamiento influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

#### **4.2. Hipótesis Específicas**

- Las fuentes de financiamiento internas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.
- Las fuentes de financiamiento externas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

#### **4.3. Variables de la Investigación**

##### **4.3.1. Variables**

**Variable dependiente:** Fuentes de financiamiento

**Dimensiones:**

- Fuentes de Financiamiento Internas
- Fuentes de Financiamiento Externa

**Variable independiente:** Creación de emprendimientos

**Dimensiones:**

- Búsqueda de ideas
- Validación de la idea
- Identificación de recursos
- Creación de la emprendimiento
- Primeros años del emprendimiento

#### 4.3.2. Operacionalización de variables

**Tabla 2**

*Cuadro de operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Sub indicadores	Tipo de indicador
Fuente de financiamiento	Las fuentes de financiamiento constituyen el origen para que las empresas puedan obtener capital para el desarrollo y ejecución de actividades, así como empujar a un crecimiento. (Palomino, 2006)	Según Palomino (2006) existen tipos de financiamiento: -Fuentes de Financiamiento Internas -Fuentes de Financiamiento Externas	Fuentes de Financiamiento Internas	- Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Utilidades de otros emprendimientos liderados	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Capital propio (recursos financieros propios)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Apoyo de socios	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Porcentaje de financiamiento interno	- Menos de 25% - 25% - 50% - 51%- 75% - 75% - 90%	Intervalar
				- Monto de financiamiento interno	- Soles	Continua
				- Frecuencia de uso de financiamiento interno	- Una sola vez - Varias veces	Ordinal
				- Impacto de fuentes de financiamiento interno	- No sabe, no opina - Neutro - Negativo - Positivo	Ordinal
			Fuentes de Financiamiento Externa	- Financiamiento de incubadoras o aceleradoras	- Si - No	Dicotómica
				- Préstamos bancarios	- Si - No	Dicotómica
				- Porcentaje de financiamiento externo	- Menos del 25% - 25%-75% - Más de 75%	Continua Ordinal
				- Monto de financiamiento externo	- Soles	
				- Impacto de fuentes de financiamiento externo	- No sabe, no opina - Neutro - Negativo - Positivo	



Creación de emprendimientos	La creación de emprendimientos es el proceso mediante el cual una idea se desarrolla y materializa hasta convertirse en una actividad productiva o comercial en funcionamiento. Este proceso, es conocido como proceso emprendedor (Garzozzi et al., 2018).	El proceso emprendedor abarca diversas etapas interrelacionadas, como la generación de ideas, el diseño de un modelo operativo que validen la idea, la gestión de recursos para la implementación de actividades y resultados del proceso (Garzozzi et al., 2018).	Búsqueda de ideas	- Origen de la idea.	- Por necesidad	Nominal			
				- Realización de análisis inicial.	- Por recomendación				
				- Fuente de financiamiento para desarrollar la idea.	- Por identificación de oportunidad en mercado				
				- Método de validación de la idea.	- Por interés o pasión personal				
				- Resultado del proceso de validación.	- Sin análisis previo				
				- Fuente de financiamiento para la validación de la idea.	- Con información informal				
				Validación de la idea	- Tipo de recursos identificados.		- Con estudio de mercado	Nominal	
					- Fuente de financiamiento para los recursos.		- Interna		
					- Dificultades en la identificación o acceso a los recursos		- Externa		
					- Aspectos prioritarios en la creación del emprendimiento.		- Ambos		
					- Desafíos enfrentados al crear el emprendimiento.		- Encuestas y entrevistas		Nominal
					- Fuente de financiamiento para la operación inicial.		- Ninguno		
			Primeros años del emprendimiento	- Retos principales en los primeros años de operación.	- Consulta a expertos y mentores	Nominal			
					- Prueba de prototipo				
					- Sin resultados claros		Nominal		
					- No continuar con la idea				
					- Identifiqué problemas para continuar				
					- Confirmación de idea viable				
				- Interna	Nominal				
				- Externa					
				- Ambos					
				- Recursos materiales	Nominal				
				- Recursos financieros					
				- Recursos tecnológicos					
	- Recursos humanos	Nominal							
	- Interna								
	- Externa								
	- Ambos								
	- El proceso fue sencillo	Nominal							
	- Dificultades importantes								
	- No, ya contaba con recursos								
	- Sí, pero logré resolverlas	Nominal							
	- Lugar físico o virtual								
	- Registro legal y formalización								
	- Estrategia de marketing	Nominal							
	- Desarrollo y lanzamiento del producto								
	- Organizar al equipo de trabajo								
	- Identificar clientes	Nominal							
	- Cumplir con requisitos legales								
	- Conseguir financiamiento								
	- Interna	Nominal							
	- Externa								
	- Ambos								
	- Ninguno	Nominal							
	- Mantener un flujo de caja positivo								
	- Gestionar la expansión del emprendimiento								

	- Atraer y retener clientes	
	- Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales	
- Tiempo de funcionamiento desde la creación de Producto Mínimo Viable	- Años	Continua
- Ganancias netas del emprendimiento	- Soles	Continua
- Tiempo de retornos de inversión.	- Años	Continua
- Razón principal del cierre del emprendimiento.	- Falta de demanda	Nominal
	- Falta de financiamiento	
	- Cambios inesperados en el mercado	
	- Problemas legales o regulatorios	
	- Problemas en la administración	
	- Tiempo	

## **Capítulo V**

### **Metodología de Investigación**

#### **5.1. Ámbito de Investigación**

El estudio se realizará contemplando a los emprendimientos de estudiantes que participaron de los concursos de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ubicada en el distrito de Cusco, en la Av. de La Cultura 773.

#### **5.2. Tipo de Investigación**

La presente tesis se enmarcó dentro del enfoque exploratorio descriptivo debido a que buscó, por un lado, explorar una realidad poco estudiada: las formas en que los estudiantes universitarios acceden a fuentes de financiamiento para la creación de emprendimientos. Esta exploración permitió obtener una comprensión inicial sobre las características, condiciones y barreras que enfrentan los estudiantes de la UNSAAC en el periodo 2018-2021 al momento de iniciar sus proyectos empresariales. Por otro lado, el estudio es descriptivo porque se centra en caracterizar de manera detallada tanto las fuentes de financiamiento utilizadas (internas y externas) como el proceso de creación de emprendimientos.

#### **5.3. Enfoque la Investigación**

El estudio empleó un enfoque mixto debido a que utilizó tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo, ya que se contó con resultados cuantificables que se dispusieron en función a los datos recolectados, el enfoque cualitativo hizo posible el análisis y la interpretación de las entrevistas y la información que se obtenga de ello.

El enfoque mixto posibilita una mejor comprensión del problema, lo que no se podría obtener de emplear un solo enfoque; es establece un panorama más amplio y profundo y refuerza los sesgos que podrían tener estos enfoques de abordarse por separado (Bagur et al., 2021).

La investigación cualitativa no establece verdades absolutas, está en función al reconocimiento de la diversidad de los fenómenos, esto hace que este enfoque trate de comprender mejor por medio de contrastes teóricos, se concentra en un plano subjetivo, holístico que se orienta más al plano social de la realidad; por ello este enfoque es fundamental para el presente estudio donde la calidad de la información que se recolecta para efectos de la investigación, donde estos datos deben ser abordados con cautela para no caer en subjetividades que afecten el resultado de la investigación (Ortiz, 2013)

Los estudios cuantitativos de acuerdo con el planteamiento de Yucra y Bernedo (2020). se inclinan más en las ciencias naturales, ya que pretenden la formulación de principios aplicables a la mayoría de los casos, por ello, generalmente se apoyan en teorías generales producto de un cálculo matemático, esto supone un grado de objetividad más elevado, cuando el estudio es exitoso, los resultados apuntan a la mejora del desarrollo social dependiendo el problema de investigación, esta es la razón principal para emplear este enfoque, ya que el impacto socioeconómico que generan los emprendimientos es beneficioso para las sociedades.

#### **5.4. Diseño de la Investigación**

La investigación tiene un diseño no experimental, debido a que no hubo manipulación de las variables; las investigaciones no experimentales, centran su atención en la observación de los fenómenos en su estado natural sin intervención de los investigadores, los elementos de la realidad se mantienen constantes según sea el estado de la realidad estudiada (Ramos , 2021)

#### **5.5. Alcance de la Investigación**

El estudio fue de alcance explicativo; en este sentido, Ramos (2020) indica que este alcance de investigación tiene como objetivo principal comprender y detallar las causas que originan ciertos fenómenos, por un lado, en el enfoque cuantitativo, este tipo de estudio permite identificar relaciones de causa y efecto entre variables, lo cual se puede lograr mediante modelos predictivos o explicativos, como los que utilizan ecuaciones estructurales para

sustentar una teoría, por lo que en este nivel de investigación es obligatorio el planteamiento de hipótesis que busquen determinar los elementos de causa y efecto del fenómeno de interés para el investigador; además dentro del estudio cualitativo, se emplean diseños centrados en el análisis del lenguaje y la interpretación simbólica de la realidad, construyendo paradigmas codificados que emergen de la interacción subjetiva entre el investigador y los participantes, lo que permite que se logre una comprensión más rica del fenómeno estudiado.

## **5.6. Población y Muestra**

### **5.6.1. Población**

La población para esta investigación estuvo compuesta por 160 estudiantes de la UNSAAC que participaron en programas de financiamiento de la universidad durante el periodo 2018-2021, pues en estos años se implementaron diversas estrategias institucionales orientadas a fomentar el emprendimiento estudiantil mediante fondos concursables, asesorías y convenios; al haber transcurrido un tiempo desde estos programas hasta la actualidad, fue posible evaluar la evolución de los proyectos emprendedores y determinar si tuvieron éxito o no, lo cual aporta una perspectiva más completa sobre el impacto real de las fuentes de financiamiento; de acuerdo a Robles (2019), la población hace referencia a la totalidad de los elementos que integran una comunidad para su estudio, la población es importante para establecer lo que se quiere conocer y la elección de las técnicas adecuadas para la recolección de los datos.

Así mismo se consideró 4 entrevistas a emprendedores ganadores de programas de la universidad.

### **5.6.2. Muestra**

La muestra estuvo conformada por 63 estudiantes concursantes de emprendimientos para la fuente de financiación de los programas Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, además de 4 ganadores de dicho concurso quienes fueron entrevistados; el muestreo fue no probabilístico por conveniencia, ya que se aplicaron criterios de exclusión:

- Estudiantes emprendedores cuyos datos de contacto no estaban actualizados
- Estudiantes emprendedores cuya participación fue registrada de forma incompleta o errónea en los archivos del concurso.

Esta muestra, permitió que la recolección de datos, se realice desde fuentes primarias debido a la necesidad de obtener información directa y actualizada para el desarrollo de la investigación y además con ello se pudo asegurar una comprensión profunda del fenómeno estudiado.

### **5.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La fuente de información utilizada fue de tipo primaria, recolectada directamente de los actores involucrados en el fenómeno de estudio; para ello, se aplicaron encuestas a estudiantes de la universidad que participaron en iniciativas emprendedoras, y se realizaron entrevistas a ganadores del concurso de emprendimientos, con el objetivo de obtener información detallada sobre sus experiencias, las fuentes de financiamiento utilizadas y los aspectos que influyeron en la creación de sus emprendimientos.

#### **5.7.1. Técnicas de investigación**

- a. Encuesta:** para la investigación se empleó la encuesta, según Feria et al. (2020) esta técnica permite al investigador asegurar la obtención de las opiniones de los encuestados, así también permite una mejor tabulación y el estudio de las opiniones que se reciben, para esto es importante considerar los recursos necesarios además del tiempo para aplicar el instrumento de esa técnica; la encuesta puede ser directa es decir personal o por envío por medios tecnológicos u otros.
- b. Entrevista:** La entrevista es una técnica que permite la recolección de opiniones con un panorama más amplio, donde se sigue una serie de cuestiones previamente establecidas, en relación a esto Beaud (2018) en una entrevista es importante la adecuación de dichas cuestiones en función a la realidad contextual del fenómeno

estudiado, le brinda material al investigador para desarrollar una crítica más sustancial y visiones diversificadas acerca del problema de investigación; para las entrevistas se consideran las características de la población a ser entrevistada, en el caso de investigaciones con un mayor enfoque social, la interacción es crucial para la diferenciación de las particularidades de la realidad inmediata del entrevistado.

### 5.7.2. *Instrumentos de investigación*

- **El cuestionario:** el cuestionario según Juárez y Tobón (2018) es un instrumento que contiene de forma estructurada y organizada los ítems que permiten
- conocer más de las variables de estudio, pueden ser cuestiones abiertas o cerradas dependiendo el propósito de la investigación.

**Validez del Instrumento:** No se aplicó el Alfa de Cronbach para evaluar la fiabilidad del instrumento debido a la naturaleza del cuestionario aplicado, el cual incluyó preguntas de opción múltiple sin una escala común (como Likert); como indica Torres (2021) “en la corrección de atenuación por la falta de fiabilidad, el uso de alfa como una estimación de la fiabilidad se basa en la noción de que las medidas en cuestión son unidimensionales” (p.8); es decir; esto solo funciona bien si todas las preguntas del cuestionario están midiendo lo mismo, es decir, si son unidimensionales. Eso significa que todas las preguntas deben centrarse en un solo tema o concepto (por ejemplo, solo satisfacción, o solo motivación); si el cuestionario incluye preguntas sobre distintos temas (como opiniones, hechos, experiencias abiertas o preguntas múltiples sin relación directa), entonces no se puede aplicar el Alfa de Cronbach de manera adecuada, porque ya no se está midiendo una sola cosa.

En su lugar, se verificó la validez de contenido a través de la revisión por parte de expertos y una prueba piloto.

- **La guía de entrevista:** la guía de entrevista según Gimeno y Pérez (2008) es un instrumento en el que se establecen las preguntas para la realización exitosa de la entrevista, se contemplan preguntas que sean concretas y puntuales, de esta forma la entrevista no requiera excesos de tiempo innecesarios

La guía de entrevista estuvo compuesta por 6 preguntas y un apartado inicial con el objetivo de establecer los datos personales del entrevistado, las preguntas abordan tanto las fuentes de financiamiento y el emprendimiento para los ganadores del concurso.

### **5.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de Datos**

En base al enfoque mixto adoptado en el presente estudio, se aplicaron procedimientos para el análisis de los datos tanto cuantitativos como cualitativos que serán recolectados de fuentes primarias, a fin de comprender integralmente el fenómeno investigado. A continuación, se describe el paso a paso seguido en el análisis:

#### **Paso 1: Preparación de la encuesta y entrevista**

- En esta primera etapa, se diseñaron los instrumentos de recolección de datos (encuesta y entrevista) en función de los objetivos de la investigación. Para asegurar la validez de contenido, ambos instrumentos fueron revisados por el asesor de investigación, quien evaluó la coherencia, relevancia y adecuación de las preguntas formuladas respecto a las variables del estudio.
- Posteriormente, se realizó una prueba piloto con un grupo de 10 encuestados, lo que permitió identificar posibles dificultades en la comprensión de las preguntas, así como detectar omisiones o redundancias. A partir de los resultados de esta prueba, se efectuaron ajustes al cuestionario, ya sea adicionando o retirando preguntas, con el fin de optimizar la claridad y pertinencia del instrumento definitivo. Del mismo modo, se ajustaron las preguntas de la entrevista para garantizar que captaran información útil y complementaria al enfoque mixto del estudio.



## **Paso 2: Preparación de los datos**

- Se recopilaron los datos mediante encuestas aplicadas a los emprendedores y entrevistas a profundidad.
- Las encuestas contenían tanto preguntas cerradas (de opción única y múltiple).
- Los datos fueron organizados en matrices de Excel para su análisis cuantitativo descriptivo.

## **Paso 3: Análisis Estadístico Descriptivo (Cuantitativo)**

- Se realizó una descripción general de las variables relacionadas con las fuentes de financiamiento y características de los emprendimientos.
- Se utilizaron medidas como frecuencias, porcentajes, gráficos de barras y tortas, que permitieron visualizar el comportamiento de las variables.

## **Paso 4: Análisis Inferencial (Cuantitativo)**

- Se importaron los datos del Excel al programa STATA para la correspondiente codificación de variables y la estimación del modelo.
- Para contrastar las hipótesis planteadas, se empleó un modelo Logit, dado que la variable dependiente (éxito del emprendimiento) es binaria “0= no hubo éxito en la creación del emprendimiento; 1= hubo éxito en la creación del emprendimiento”.
- Se evaluaron elementos como la significancia estadística de los coeficientes para interpretar las probabilidades de los efectos de las variables independientes.
- El modelo Logit se expresó como:

$$\text{Logit (P)} = \ln(P / (1-P)) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Donde:

- P: es la probabilidad de éxito de la creación del emprendimiento.
- $P / (1-P)$ : es la odds ratio, que representa la razón de las probabilidades de éxito frente al fracaso.

- $\ln$ :  $\ln$  es el logaritmo natural, aplicado para modelar la relación no lineal entre las variables.
- $\beta_0$ : es el intercepto del modelo, que es el valor de la probabilidad cuando todas las variables explicativas son cero.
- $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ : son los coeficientes de las variables explicativas (por ejemplo, fuentes de financiamiento, sector de actividad, etc.), que indican el impacto de cada variable en la probabilidad de éxito.
- $X_1, X_2, \dots, X_n$ : son las variables independientes que se han identificado como relevantes para la investigación.

El modelo Logit permitió calcular la probabilidad de que un emprendimiento tenga éxito, dado el valor de las variables predictoras; además, los coeficientes  $\beta$  estimados indicaron la magnitud y dirección de la relación entre cada variable independiente y la probabilidad de éxito. Un coeficiente positivo indica que el aumento en la variable aumenta la probabilidad de éxito, mientras que un coeficiente negativo indica lo contrario.

### **Paso 5: Análisis Cualitativo**

El análisis cualitativo se centró en las respuestas complementarias proporcionadas por los participantes entrevistados, orientadas a profundizar aspectos específicos del estudio. Para el tratamiento de esta información:

- Se recopilaron y copiaron textualmente las respuestas de los 4 entrevistados.
- Luego, se procedió a realizar un análisis conjunto de las respuestas, lo cual permitió identificar coincidencias, divergencias y temas emergentes en relación con las variables del estudio.

El análisis se organizó en función a los objetivos del estudio, lo que permitió complementar la información cuantitativa.

## Capítulo VI

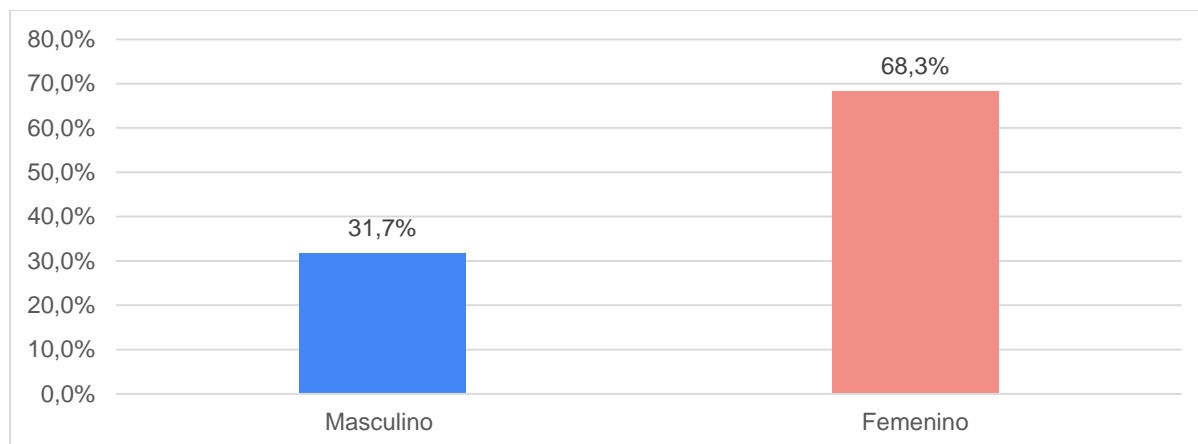
### Resultados y Discusión

#### 6.1. Resultados Descriptivos

##### 6.1.1. Características generales de la población encuestada

**Figura 1**

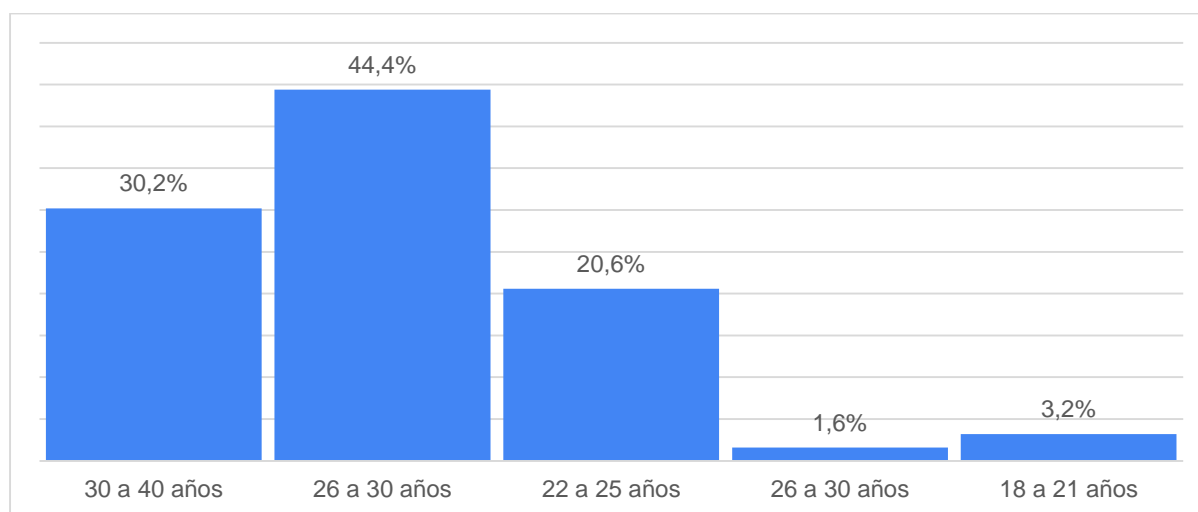
*Género de los emprendedores*



Se observa que el 68.3% de los encuestados son mujeres y el 31.7% son varones, lo que evidencia una predominancia femenina en la creación de emprendimientos o startups. Este resultado indica una participación activa y relevante de las mujeres en el ecosistema emprendedor.

**Figura 2**

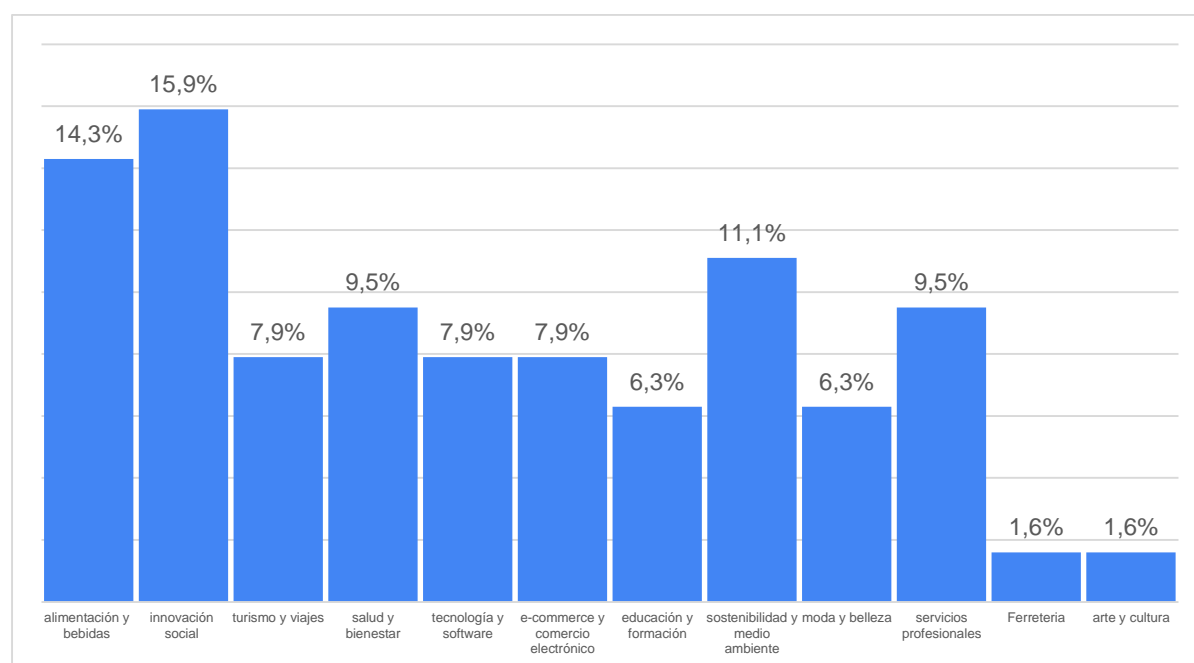
*Edad de los emprendedores*



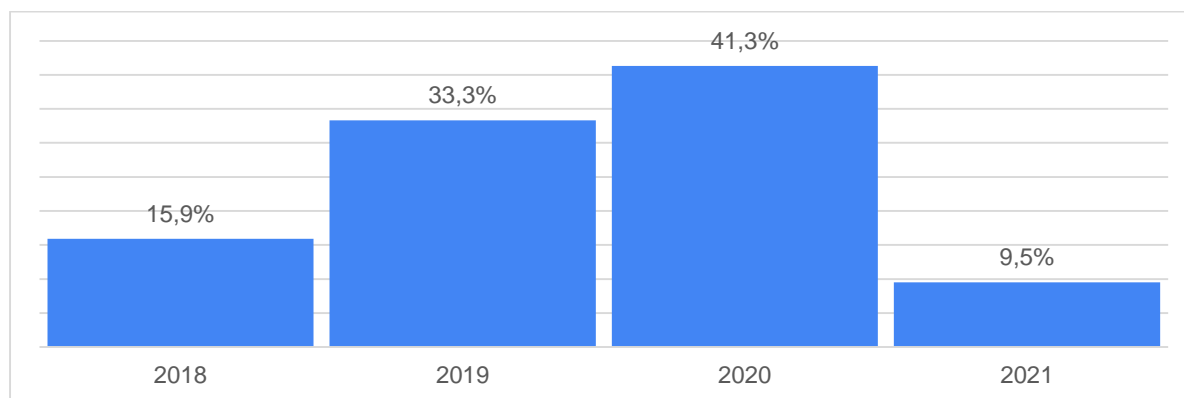
El 44.4% de los encuestados tiene entre 26 y 30 años, el 30.2% entre 30 y 40 años, el 20.6% entre 22 y 25 años, el 3.2% entre 18 y 21 años, y el 1.6% más de 40 años. La mayoría de los emprendedores pertenece a un grupo etario joven, especialmente entre los 26 y 30 años, etapa clave para el desarrollo de proyectos innovadores y empresariales. Estos resultados confirman que los programas de financiamiento de la universidad están captando principalmente a jóvenes adultos con alto dinamismo, interés en nuevas oportunidades y disposición para asumir riesgos en el ámbito emprendedor.

**Figura 3**

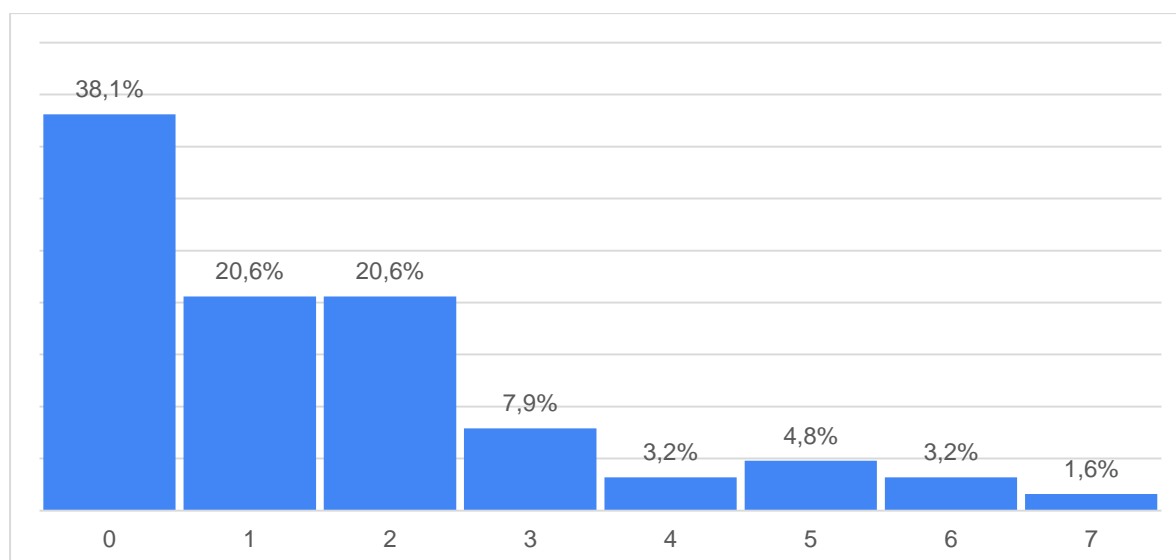
*Rubro de los emprendimientos*



El sector de innovación social lidera la creación de emprendimientos con un 15.9%, evidenciando un marcado interés en iniciativas orientadas al impacto social. Le sigue el sector de alimentación y bebidas con un 14.3%, y el de sostenibilidad y medio ambiente con un 11.1%. Los servicios profesionales y la salud registran un 9.5% cada uno. En contraste, los rubros de ferretería y arte y cultura presentan la menor participación, con apenas un 1.6% cada uno.

**Figura 4***Año de creación del emprendimiento*

La mayor creación de emprendimientos se registró en 2019 y 2020, con el 33.3% y el 41.3% respectivamente. Estas cifras superan al 15.9% alcanzado en 2018. En 2021 se presentó una disminución, con solo el 9.5% de nuevos emprendimientos. Los datos evidencian un pico de actividad emprendedora en 2019 y 2020, seguido de una contracción en 2021, lo que confirma la importancia de fortalecer las estrategias de apoyo al emprendimiento para garantizar su sostenibilidad en contextos adversos.

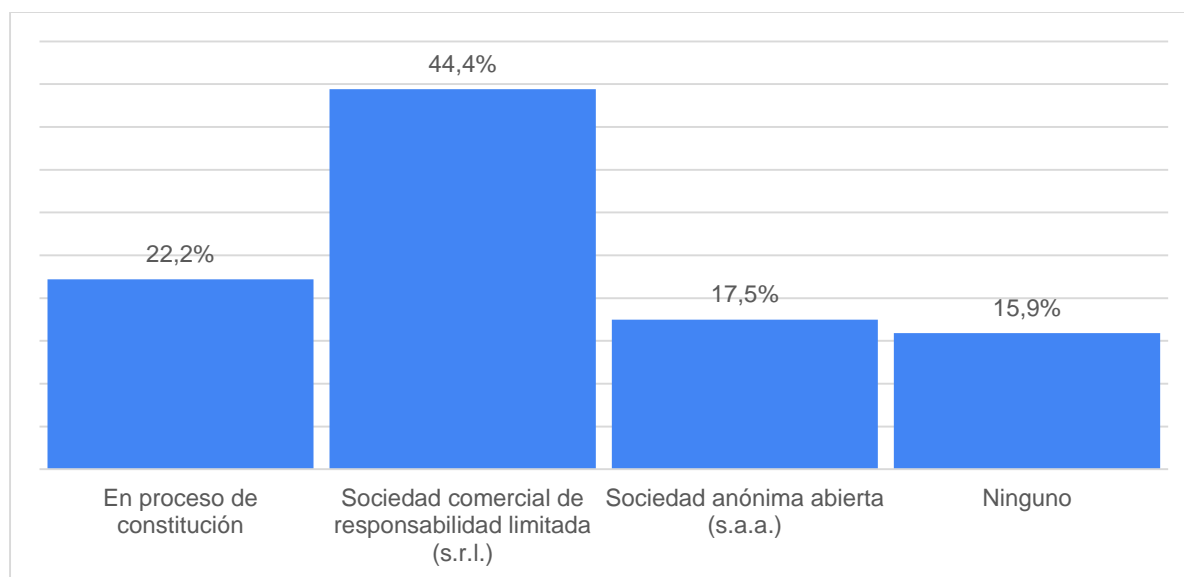
**Figura 5***Frecuencias del número de socios con los que iniciaron los emprendimientos*

En cuanto al número de socios con los que se iniciaron los emprendimientos, el 38.1% fueron creados de forma individual, sin socios. El 20.6% comenzó con uno o dos socios, el 7.9% con tres socios y el resto con cuatro o más socios. Aunque la mayoría de los proyectos

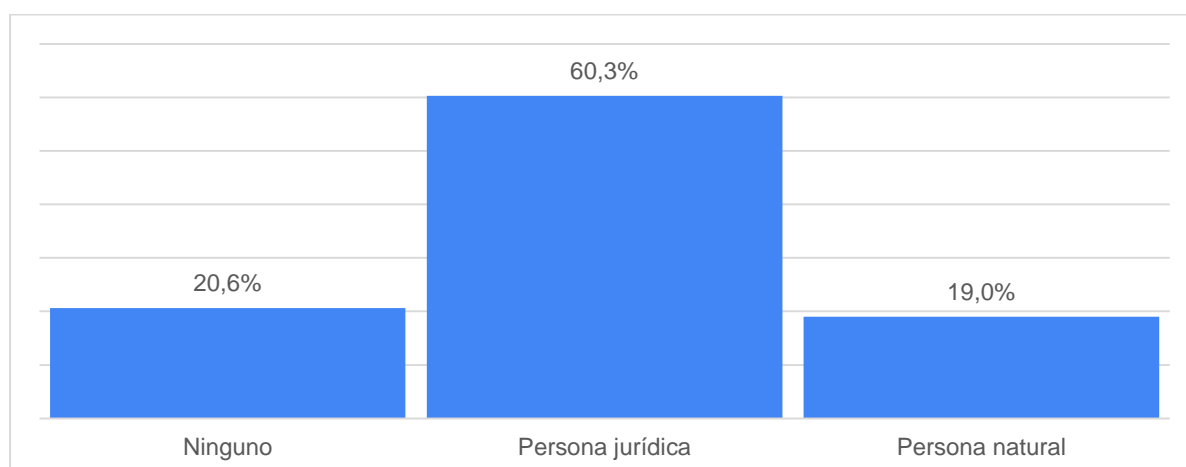
fueron individuales, una proporción significativa optó por asociarse para diversificar habilidades, ampliar conocimientos y compartir riesgos. Estos resultados evidencian la diversidad de estrategias adoptadas por los emprendedores y su capacidad de adaptación según los recursos y oportunidades disponibles.

**Figura 6**

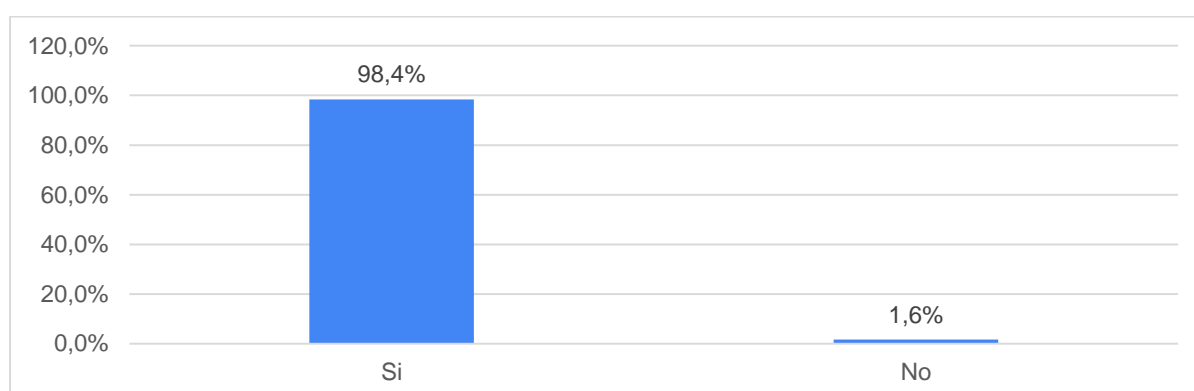
*Frecuencias respecto al tipo de emprendimiento, negocio o startup*



El 44.4% de los emprendimientos pertenece a la categoría Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), el 22.2% se encuentra en proceso de constitución, el 17.5% corresponde a una Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.) y el 15.9% no pertenece a ninguna categoría. La S.R.L. predomina como estructura formal debido a su flexibilidad, menor complejidad administrativa y adecuada protección legal para los socios. La baja proporción de S.A.A., figura más común en empresas de gran tamaño, refleja que este tipo de estructura es menos representativa en el ecosistema emprendedor apoyado por la universidad, en concordancia con las características y el tamaño inicial de los proyectos.

**Figura 7***Situación de registro legal*

El 60.3% de los emprendedores está registrado como persona jurídica, el 20.6% como persona natural y el 19% no se encuentra inscrito en ninguna de estas dos categorías. Estos resultados evidencian una marcada preferencia por la formalización como persona jurídica, dado que esta figura ofrece ventajas en protección patrimonial, acceso a financiamiento y oportunidades de crecimiento empresarial. La presencia de emprendedores registrados como persona natural refleja la elección de un esquema más simple y con menores requerimientos legales, generalmente asociado a negocios de menor escala.

**Figura 8***Participación en concursos y programas de aceleración brindados por la universidad*

El 98.4% de los emprendedores participó en algún concurso o programa de aceleración para emprendimientos brindado por la universidad. Este resultado confirma que estas iniciativas constituyen una herramienta efectiva para fomentar el emprendimiento entre los estudiantes y fortalecer su desarrollo en el entorno universitario.

**Tabla 3***Concurso o programa de aceleración en el que participaron los emprendedores*

	Frecuencia	Porcentaje
Programa Startuplab Unsaac, Hult Prize	8	12.7%
Semillero De Emprendedores, Hult Prize	6	9.5%
Programa Startuplab UNSAAC	4	6.3%
Hult Prize	4	6.3%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica)	4	6.3%
Semillero De Emprendedores, Impact Startup Competition (Isc)	4	6.3%
Semillero De Emprendedores	3	4.8%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Semillero De Emprendedores, Impact Startup Competition (Isc)	3	4.8%
Programa Startuplab Unsaac, Semillero De Emprendedores, Impact Startup Competition (Isc)	3	4.8%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Programa Startuplab Unsaac	3	4.8%
Programa Startuplab Unsaac, Impact Startup Competition (Isc)	3	4.6%
Impact Startup Competition (Isc)	2	3.2%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Programa Startuplab Unsaac, Hult Prize	2	3.2%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Hult Prize	2	3.2%
Programa Startuplab Unsaac, Semillero De Emprendedores, Hult Prize	2	3.2%
Programa Startuplab Unsaac, Hult Prize, Impact Startup Competition (Isc)	2	3.2%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Semillero De Emprendedores, Hult Prize	2	3.2%
Hult Prize, Impact Startup Competition (Isc)	2	3.2%
Programa Startuplab Unsaac, Semillero De Emprendedores	2	3.2%
Open Future Unsaac (Wayra Y Telefónica), Semillero De Emprendedores, Hult Prize, Impact Startup Competition (Isc)	1	1.6%
Semillero De Emprendedores, Hult Prize, Impact Startup Competition (Isc)	1	1.6%
Total	63	100.0%

Los emprendedores participaron en diversos concursos y programas de aceleración, destacando el Programa Startuplab UNSAAC y Hult Prize, con una representación del 12.7%. Le siguieron el Semillero de Emprendedores y Hult Prize con un 9.5%, y el Programa Startuplab UNSAAC, Semillero de Emprendedores e Impact Startup Competition (Isc), así



como Open Future UNSAAC (Wayra y Telefónica) con un 6.3% cada uno. Programas combinados, como Open Future UNSAAC con el Programa Startuplab UNSAAC o con el Impact Startup Competition (Isc), alcanzaron un 4.8% cada uno. Otras combinaciones con menor participación registraron porcentajes entre el 3.2% y el 1.6%.

**Tabla 4**

*Año en el que los emprendedores participaron en el concurso o programa de aceleración*

	Frecuencia	Porcentaje
2020	24	38.1%
2021	17	27.0%
2019	9	14.3%
2018	3	4.8%
2019, 2021	3	4.8%
2019, 2020	2	3.2%
2018, 2019	2	3.2%
2020, 2021	1	1.6%
2018, 2019, 2020	1	1.6%
2019, 2020, 2021	1	1.6%
Total	63	100,0

En 2020 se registró la mayor participación de emprendedores en concursos y programas, con un 38.1%, evidenciando un pico significativo en la actividad. En 2021 la participación alcanzó el 27%, manteniendo un nivel alto, aunque ligeramente inferior al del año anterior. La participación consecutiva a lo largo de los años confirma que los emprendedores buscan de forma constante oportunidades de desarrollo y apoyo en su trayectoria empresarial.

**Tabla 5**

*Motivos por los que los emprendedores participaron en los concursos o programas de aceleración*

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Validación del modelo de negocio, redes de contactos y oportunidades de networking, exposición y visibilidad	4	6.3%
Acceso a mentores y expertos, redes de contactos y oportunidades de networking, exposición y visibilidad	3	4.8%

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Aceleración del crecimiento, redes de contactos y oportunidades de networking, recursos y herramientas especializadas	2	3.2%
Validación del modelo de negocio, recursos y herramientas especializadas, aprendizaje y desarrollo de habilidades	2	3.2%
Aceleración del crecimiento, redes de contactos y oportunidades de networking	2	3.2%
Acceso a mentores y expertos, recursos y herramientas especializadas, aprendizaje y desarrollo de habilidades	2	3.1%
Oportunidades de networking, recursos y herramientas especializadas, oportunidad de innovación y mejora continua	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, acceso a mentores y expertos, redes de contactos y oportunidades de networking, etc.	1	1.6%
Acceso a financiamiento inicial, validación del modelo de negocio, acceso a mentores y expertos	1	1.6%
Acceso a mentores y expertos, recursos y herramientas especializadas, oportunidad de innovación y mejora continua	1	1.6%
Acceso a mentores y expertos, exposición y visibilidad, oportunidad de innovación y mejora continua	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, redes de contactos y oportunidades de networking, exposición y visibilidad	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, exposición y visibilidad, aprendizaje y desarrollo de habilidades	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, acceso a mentores y expertos, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, validación del modelo de negocio, redes de contactos y oportunidades de networking	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, redes de contactos, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, exposición y visibilidad	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, acceso a mentores y expertos, redes de contactos y oportunidades de networking	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, acceso a mentores y expertos, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, validación del modelo de negocio, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Mentores, redes de contactos y oportunidades de networking, exposición y visibilidad, aprendizaje, habilidades	1	1.6%
Recursos y herramientas especializadas, oportunidad de innovación y mejora continua, apoyo en la internacionalización	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, exposición y visibilidad	1	1.6%

Motivos	Frecuencia	Porcentaje
Redes de contactos y oportunidades de networking, recursos y herramientas especializadas, exposición y visibilidad	1	1.6%
Acceso a mentores y expertos, redes de contactos y oportunidades de networking, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Redes de contactos y oportunidades de networking	1	1.6%
Acceso a mentores y expertos, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Acceso a financiamiento inicial, aceleración del crecimiento, redes de contactos y oportunidades de networking	1	1.6%
Exposición y visibilidad	1	1.6%
Recursos y herramientas especializadas, exposición y visibilidad, aprendizaje, habilidades, innovación y mejora	1	1.6%
Aceleración del crecimiento, validación del modelo de negocio, oportunidad de innovación y mejora continua	1	1.6%
Acceso a financiamiento inicial, validación del modelo de negocio, recursos y herramientas especializadas	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, acceso a mentores y expertos, exposición y visibilidad	1	1.6%
Validación del modelo de negocio, acceso a mentores y expertos, redes de contactos y oportunidades de networking	1	1.6%
Recursos y herramientas especializadas, aprendizaje y desarrollo de habilidades	1	1.6%
Acceso a mentores y expertos, aprendizaje y desarrollo de habilidades, oportunidad de innovación y mejora continua	1	1.6%
Aprendizaje y desarrollo de habilidades	1	1.6%
Validación del modelo de negocio	1	1.6%
No sabe, no opina	16	25.0%
Total	63	100,0

Los principales motivos por los que los emprendedores participaron en concursos o programas de aceleración fueron la validación del modelo de negocio, el acceso a redes de contactos y oportunidades de networking, y el acompañamiento de mentores y expertos, cada uno con participaciones de entre 6.3% y 4.8%. Otros motivos relevantes fueron la exposición y visibilidad, los recursos y herramientas especializadas, y el aprendizaje y desarrollo de habilidades, con frecuencias menores al 3.2%. Estos resultados evidencian que las motivaciones centrales se enfocan en el crecimiento estratégico y la consolidación de las iniciativas, mientras que factores como el financiamiento inicial, los recursos especializados y

el aprendizaje reflejan una visión integral orientada tanto a la mejora continua como a la sostenibilidad a largo plazo.

**Tabla 6**

*Medio por el cual los participantes se enteraron del concurso o programa de aceleración*

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Boletines de la universidad o facultad, talleres y seminarios de emprendimiento	5	7.9%
Boletines de la universidad o facultad, profesores y mentores, ferias y exposiciones universitarias	3	4.8%
Boletines de la universidad o facultad, talleres y seminarios de emprendimiento, ferias y exposiciones universitarias	3	4.8%
Oficina de innovación y emprendimiento, plataforma virtual de la universidad, talleres y seminarios de emprendimiento	2	3.2%
Redes sociales, oficina de innovación y emprendimiento	2	3.2%
Correo electrónico institucional, oficina de innovación y emprendimiento, talleres y seminarios de emprendimiento	2	3.2%
Correo electrónico institucional, oficina de innovación y emprendimiento	2	3.2%
Correo electrónico institucional, oficina de innovación y emprendimiento, plataforma virtual de la universidad	2	3.2%
Oficina de innovación y emprendimiento	2	3.2%
Oficina de innovación y emprendimiento, plataforma virtual de la universidad, centros estudiantiles	1	1.6%
Redes sociales, correo electrónico institucional	1	1.6%
Correo electrónico institucional, boletines de la universidad o facultad, centros estudiantiles	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, boletines de la universidad o facultad y mentores	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, talleres y seminarios de emprendimiento, tabloncillos de anuncios	1	1.6%
Correo electrónico institucional, boletines de la universidad o facultad, plataforma virtual de la universidad	1	1.6%
Correo electrónico institucional, plataforma virtual de la universidad, profesores y mentores	1	1.6%
Boletines de la universidad o facultad, profesores y mentores	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, talleres y seminarios de emprendimiento, ferias y exposiciones universitarias	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, plataforma virtual de la universidad, profesores y mentores	1	1.6%
Correo electrónico institucional, boletines de la universidad o facultad, talleres y seminarios de emprendimiento	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, talleres y seminarios de emprendimiento, centros estudiantiles	1	1.6%
Talleres y seminarios de emprendimiento, tabloncillos de anuncios	1	1.6%
Redes sociales, talleres y seminarios de emprendimiento, centros estudiantiles	1	1.6%
Plataforma virtual de la universidad, talleres y seminarios de emprendimiento	1	1.6%
Boletines de la universidad o facultad, tabloncillos de anuncios	1	1.6%

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico institucional, oficina de innovación y emprendimiento, profesores y mentores	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, talleres y seminarios de emprendimiento	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, centros estudiantiles	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, boletines de la universidad o facultad, plataforma virtual de la universidad	1	1.6%
Correo electrónico institucional, boletines de la universidad o facultad	1	1.6%
Redes sociales, networking y comunidades de egresados	1	1.6%
Redes sociales, plataforma virtual de la universidad	1	1.6%
Correo electrónico institucional, networking y comunidades de egresados	1	1.6%
Talleres y seminarios de emprendimiento	1	1.6%
Redes sociales, oficina de innovación y emprendimiento, centros estudiantiles	1	1.6%
Talleres y seminarios de emprendimiento, profesores y mentores, networking y comunidades de egresados	1	1.6%
Profesores y mentores	1	1.6%
Correo electrónico institucional, oficina de innovación y emprendimiento, boletines de la universidad o facultad	1	1.6%
Boletines de la universidad o facultad, plataforma virtual de la universidad, talleres y seminarios de emprendimiento	1	1.6%
Oficina de innovación y emprendimiento, boletines de la universidad o facultad	1	1.6%
Correo electrónico institucional	1	1.6%
Boletines de la universidad o facultad	1	1.6%
Tablones de anuncios	1	1.6%
Otros	6	9.5%
Total	63	100.0%

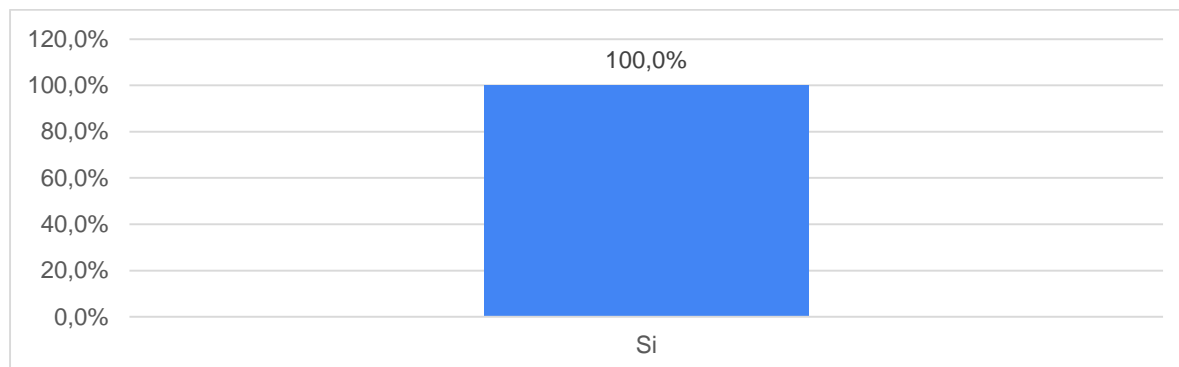
Los principales medios por los que los participantes se informaron sobre los concursos o programas de aceleración fueron los boletines de la universidad o facultad y los talleres y seminarios de emprendimiento, con un 12.7% de las respuestas cada uno. La oficina de innovación y emprendimiento y el correo electrónico institucional representaron el 9.6% cada uno, destacando la relevancia de los canales formales universitarios en la difusión de estas oportunidades. Las redes sociales y la plataforma virtual de la universidad también tuvieron participación, aunque menor. El predominio de medios institucionales confirma una buena conexión entre la universidad y los estudiantes para promover el emprendimiento, mientras que la menor presencia de canales más dinámicos, como las redes sociales, señala una oportunidad para ampliar el alcance de los programas y atraer a una audiencia más diversa. Una estrategia de comunicación combinada permitiría maximizar el impacto de los esfuerzos de difusión.

### 6.1.2. Resultados descriptivos de Fuentes de Financiamiento

#### 6.1.2.1. Fuentes de financiamiento internas

**Figura 9**

*Fuentes de financiamiento internas para los emprendimientos*



La totalidad de los emprendedores utilizó fuentes de financiamiento internas para iniciar su emprendimiento, como ahorros personales y apoyo de familiares, amigos o socios. Este resultado evidencia la dependencia de los emprendedores de sus propios recursos y del respaldo cercano de su entorno para financiar sus proyectos iniciales.

**Tabla 7**

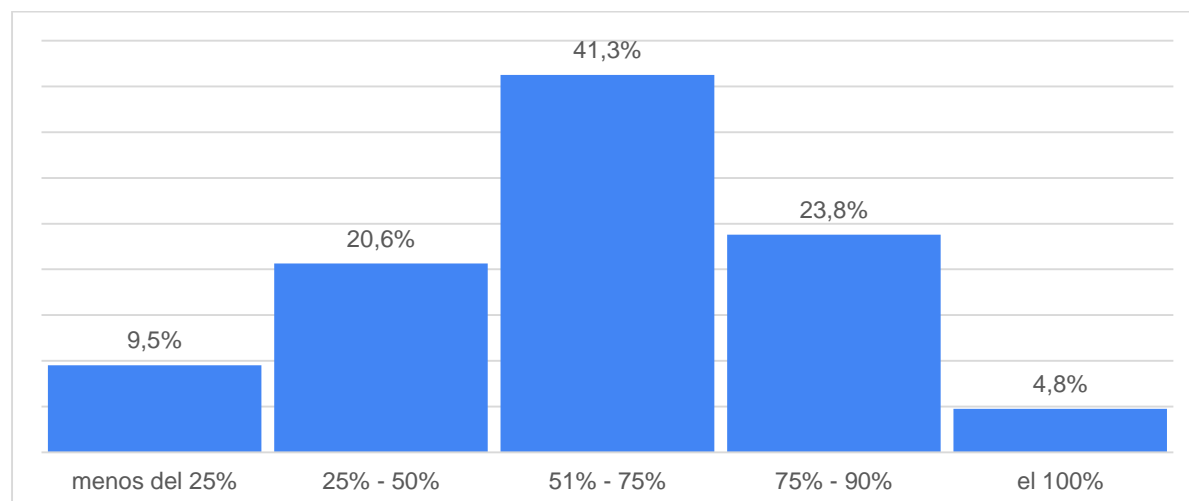
*Fuentes de financiamiento internas usadas para el inicio de los emprendimientos*

	Frecuencia	Porcentaje
Apoyo de socios	7	11.1%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos), utilidades de otros emprendimientos liderados	6	9.5%
Utilidades de otros emprendimientos liderados, capital propio (recursos financieros propios)	6	9.5%
Capital propio (recursos financieros propios), apoyo de socios	5	7.9%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos), utilidades de otros emprendimientos liderados, apoyo de socios	4	6.3%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	3	4.8%
Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), capital propio (recursos financieros propios)	3	4.8%
Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), apoyo de familiares o amigos (préstamos)	3	4.8%
Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)	3	4.8%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos), capital propio (recursos financieros propios)	3	4.8%
Utilidades de otros emprendimientos liderados, capital propio (recursos financieros propios), apoyo de socios	3	4.8%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos), capital propio (recursos financieros propios), apoyo de socios	1	1.6%
Capital propio (recursos financieros propios)	1	1.6%
Apoyo de familiares o amigos (préstamos), apoyo de socios	1	1.6%
Utilidades de otros emprendimientos liderados	1	1.6%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100.0%</b>

Los emprendedores utilizaron diversas fuentes de financiamiento internas para iniciar sus proyectos. El 11.1% recurrió al apoyo de socios, el 7.9% combinó capital propio con apoyo de socios, el 9.5% utilizó utilidades de otros emprendimientos y el 4.8% recibió apoyo de familiares o amigos. Una proporción significativa confió en el respaldo de su entorno cercano, ya sea mediante préstamos o ahorros personales, lo que evidencia una fuerte dependencia de recursos informales para financiar sus negocios. Esta tendencia refleja tanto la limitada disponibilidad de financiamiento externo como una estrategia conservadora de gestión de riesgos, basada en redes personales y en la reinversión de ganancias previas.

**Figura 10**

*Porcentajes de financiamiento interno de los emprendimientos*

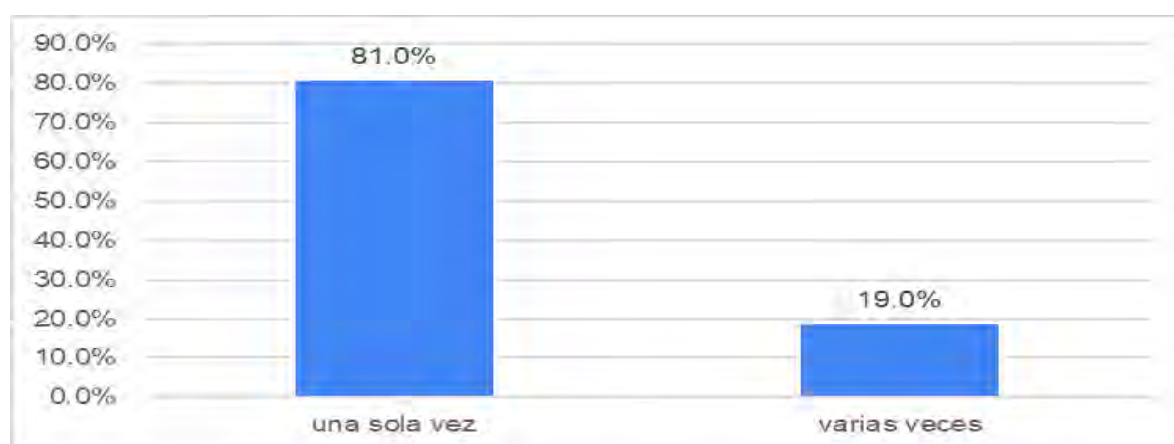


El 41.3% de los emprendedores obtuvo entre el 51% y el 75% de su financiamiento total de fuentes internas, evidenciando un alto grado de autofinanciación y confianza en recursos personales y familiares. El 23.8% recibió entre el 75% y el 90% de su financiamiento de estas fuentes, mientras que el 20.6% cubrió entre el 25% y el 50% de su inversión con financiamiento interno, reflejando un uso más moderado. Un 9.5% obtuvo menos del 25% de su financiamiento de fuentes internas, combinando principalmente recursos externos u otras estrategias de financiamiento, y el 4.8% financió el 100% de su emprendimiento con recursos propios. En conjunto, los datos muestran una tendencia predominante hacia la autofinanciación y el uso de fuentes internas para sustentar los negocios en sus primeras etapas.

**Tabla 8***Monto de financiamiento interno inicial para el inicio del emprendimiento*

Monto	Frecuencia	Porcentaje
S/0 - S/ 500	3	4,8
S/550 - S/1,500	3	4,8
S/1,550 - S/ 2,500	14	22,2
S/ 2,550 - S/ 5,000	19	30,2
S/5,500 - S/10,000	20	31,7
S/10,500 - S/15,000	3	4,8
S/15,500 - S/25,000	1	1,6
Total	63	100,0

Los montos de financiamiento interno inicial utilizados por los emprendedores para iniciar sus proyectos presentan una amplia variabilidad. El 31.7% invirtió entre S/ 5,500 y S/ 10,000, seguido por el 30.2% que destinó entre S/ 2,550 y S/ 5,000. El 22.2% invirtió entre S/ 1,550 y S/ 2,500, mientras que el 4.8% utilizó montos de entre S/ 550 y S/ 1,500 o de S/ 0 a S/ 500. Solo el 1.6% invirtió más de S/ 15,500. En general, la mayoría de los emprendedores optó por un financiamiento inicial moderado, concentrado en los rangos intermedios, lo que refleja una preferencia por capital accesible dentro del contexto local y una estrategia de control del riesgo.

**Figura 11***Recurrencia hacia fuentes internas*

El 81% de los emprendedores recurrió una sola vez a fuentes internas, mientras que el 19% lo hizo en varias ocasiones. Aunque algunos accedieron a financiamiento suficiente en una única oportunidad, otros necesitaron recurrir repetidamente a recursos como ahorros



personales, apoyo de familiares, amigos o socios para cubrir sus necesidades financieras. Esta dependencia continua evidencia limitaciones en el acceso a otros tipos de financiamiento y la necesidad de gestionar de manera cuidadosa y estratégica los recursos disponibles en la etapa inicial del emprendimiento.

**Tabla 9**

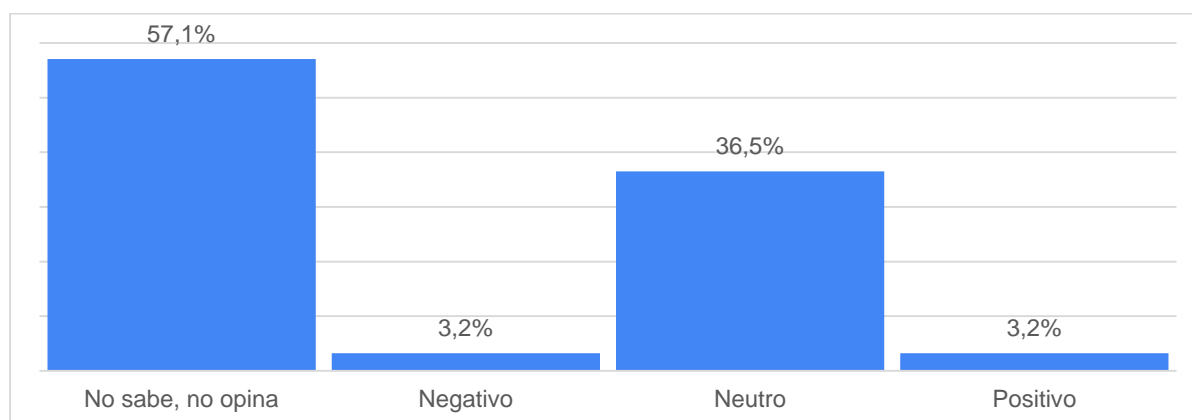
*Factores principales que influyeron en la decisión de usar fuentes de financiamiento internas*

	Frecuencia	Porcentaje
Evitar deudas externas, confianza en la seguridad del financiamiento	14	22.2%
Evitar deudas externas, confianza en la seguridad del financiamiento, autonomía y control total	11	17.5%
Evitar deudas externas	6	9.5%
Facilidad de acceso, evitar deudas externas, confianza en la seguridad del financiamiento	6	9.5%
Facilidad de acceso, confianza en la seguridad del financiamiento	4	6.3%
Confianza en la seguridad del financiamiento	4	6.3%
Facilidad de acceso, evitar deudas externas, confianza en la seguridad del financiamiento, autonomía y control total	3	4.8%
Confianza en la seguridad del financiamiento, autonomía y control total	3	4.8%
Evitar deudas externas, autonomía y control total	3	4.8%
Facilidad de acceso, evitar deudas externas, autonomía y control total	2	3.2%
Facilidad de acceso, confianza en la seguridad del financiamiento, autonomía y control total	2	3.2%
Facilidad de acceso	2	3.2%
Facilidad de acceso, evitar deudas externas	1	1.6%
Autonomía y control total	1	1.6%
Facilidad de acceso, autonomía y control total	1	1.6%
Total	63	100,0

Los factores principales que influyeron en la decisión de utilizar fuentes de financiamiento internas muestran que el 22.2% de los emprendedores priorizó evitar deudas externas y confiar en la seguridad del financiamiento. El 17.5% valoró evitar deudas, mantener autonomía y control total sobre el emprendimiento, mientras que el 9.5% destacó la facilidad de acceso y la seguridad del financiamiento como elementos clave. La autonomía y el control total fueron constantes en varias combinaciones de respuestas, evidenciando una preferencia por mantener el control del negocio sin depender de financiamiento externo. Esta tendencia a evitar el endeudamiento y asegurar recursos dentro del ámbito personal o de socios refleja una mentalidad conservadora y un enfoque en la estabilidad financiera durante la etapa inicial del emprendimiento.

**Figura 12**

*Impactos de fuentes de financiamiento internas en la creación y desarrollo de emprendimientos*

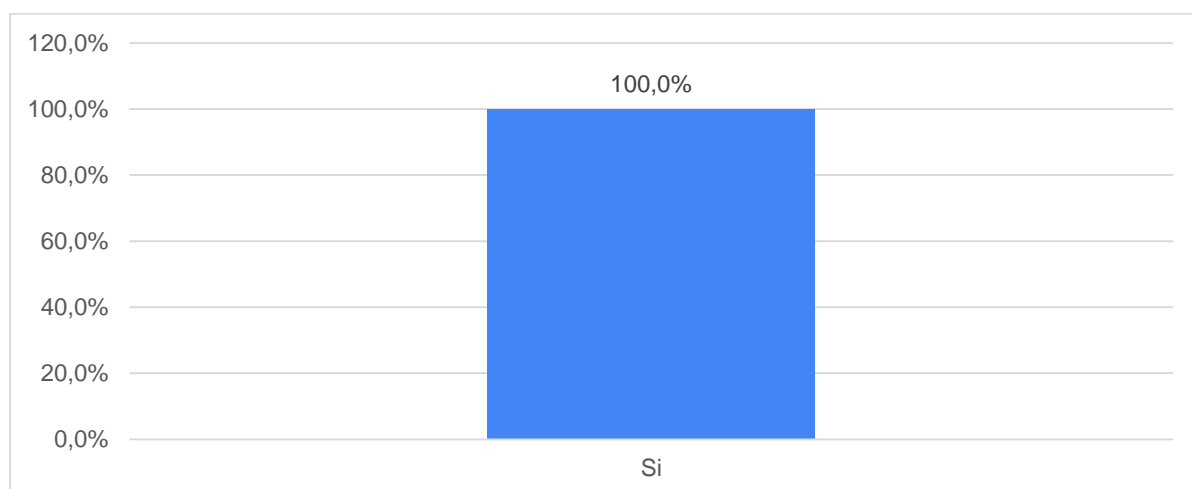


Solo el 3.2% de los emprendedores indicó que las fuentes de financiamiento internas tuvieron un impacto positivo en el desarrollo de sus proyectos, evidenciando que la autonomía y el control sobre los recursos propios fueron factores clave para impulsar el éxito. El 36.5% señaló que estas fuentes no generaron efectos significativos en su crecimiento empresarial, lo que indica que, en algunos casos, el monto o la naturaleza del financiamiento no fue suficiente para producir cambios relevantes. Estos resultados reflejan la diversidad de experiencias y la relevancia de una gestión adecuada de los recursos internos.

#### **6.1.2.2.Fuentes de financiamiento externas**

**Figura 13**

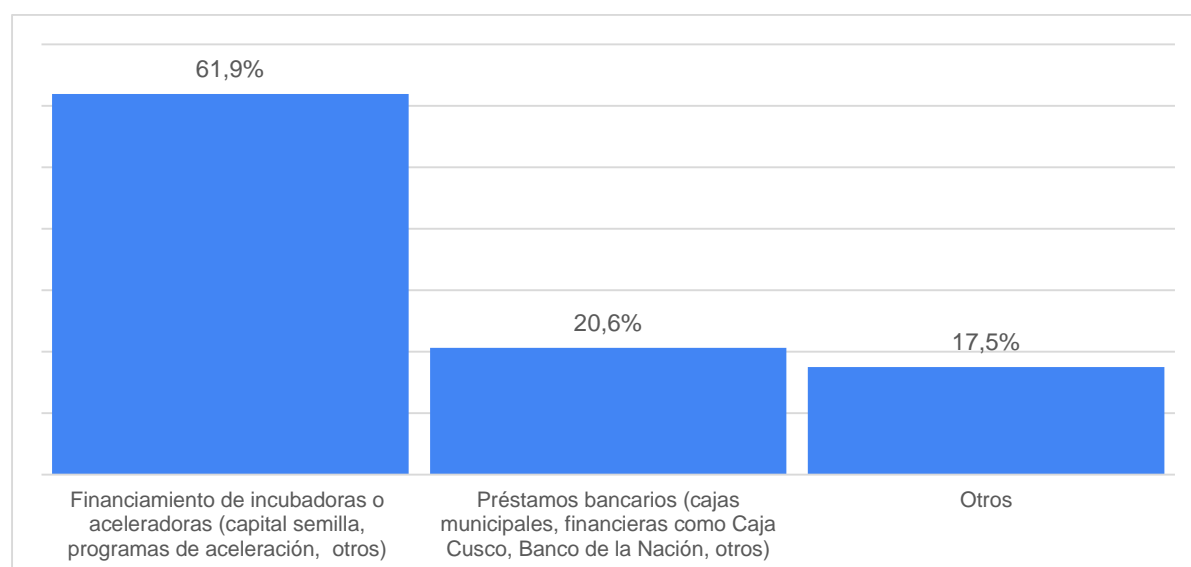
*Fuentes de financiamiento externa para los emprendimientos*



El 100% de los encuestados recibe financiamiento externo para sus emprendimientos, lo que evidencia que todos han recurrido a recursos fuera de su entorno inmediato, como préstamos, inversionistas o entidades financieras, para iniciar o expandir sus negocios. Esta dependencia se asocia con la necesidad de acceder a mayores montos de capital y contar con apoyo adicional para cubrir costos iniciales u operativos. Los resultados también confirman la relevancia de las redes de apoyo financiero externas, ya sea a través de instituciones bancarias, programas de fomento al emprendimiento o colaboraciones con inversionistas.

**Figura 14**

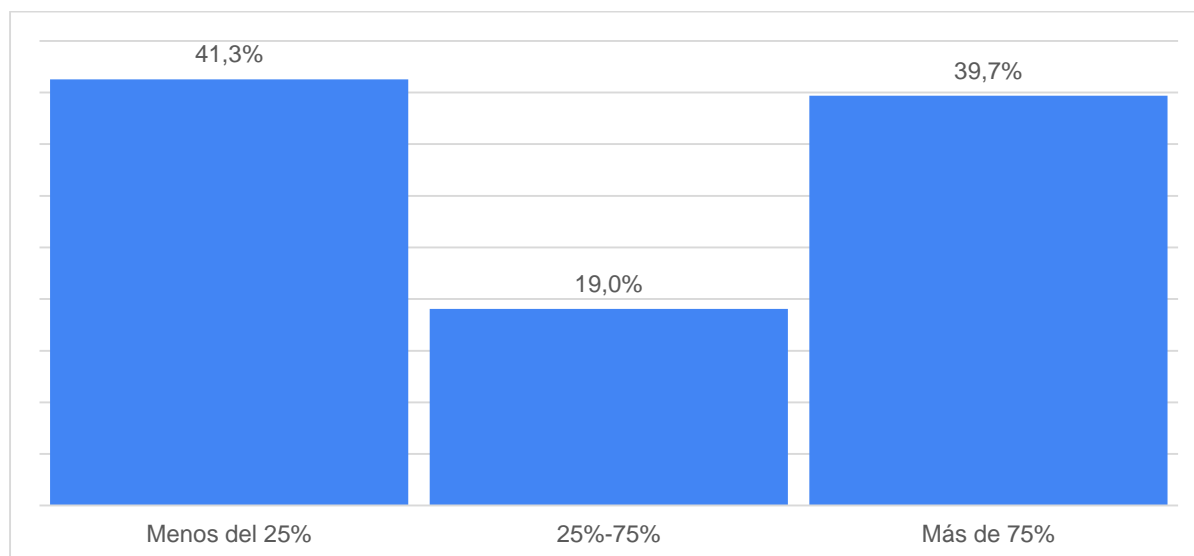
*Tipos de fuentes de financiamiento externa usadas para el inicio de los emprendimientos*



El 61.9% de los encuestados utilizó financiamiento de incubadoras o aceleradoras, como capital semilla y programas de aceleración, como fuente principal para iniciar sus emprendimientos, evidenciando una fuerte preferencia por programas que combinan recursos financieros y asesoría para emprendedores en etapas tempranas, fundamentales para el desarrollo y crecimiento inicial de los negocios. El 20.6% recurrió a préstamos bancarios, incluidos los ofrecidos por cajas municipales y bancos, reflejando una opción más tradicional de financiamiento. El 17.5% señaló otras fuentes, como apoyo de inversionistas privados o fondos gubernamentales.

**Figura 15**

*Porcentaje de fuente de financiamiento externa usadas para el inicio de los emprendimientos*



El 41.3% de los encuestados indicó que menos del 25% del financiamiento para iniciar sus emprendimientos provino de fuentes externas y el 39.7% utilizó más del 75% de financiamiento externo, lo que refleja una preferencia por combinar recursos internos y externos o depender principalmente de fondos propios. El 19.0% recurrió a entre el 25% y el 75% de financiamiento externo, adoptando una estrategia intermedia. En conjunto, los resultados muestran que, aunque los emprendedores recurren a diversas fuentes externas, en muchos casos complementan su capital inicial con recursos propios o de otras fuentes internas.

**Tabla 10**

*Factores principales que influyeron en la decisión de usar fuentes de financiamiento externas*

	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad de capital adicional	21	33.3%
Necesidad de capital adicional, acceso a mayores montos de financiamiento	16	25.4%
Necesidad de capital adicional, acceso a mayores montos de financiamiento, mejores condiciones de pago	10	15.9%
Acceso a mayores montos de financiamiento	7	11.1%
Mejores condiciones de pago	4	6.3%
Acceso a mayores montos de financiamiento, mejores condiciones de pago	2	3.2%
No sabe, no opina	2	3.2%
Necesidad de capital adicional, no sabe, no opina	1	1.6%
Total	63	100,0

Los factores principales que motivaron el uso de financiamiento externo fueron la necesidad de capital adicional y el acceso a mayores montos de financiamiento. El 33.3% de los emprendedores señaló que la necesidad de capital adicional fue el factor determinante, mientras que el 25.4% indicó que, junto con esta necesidad, el acceso a mayores montos también fue decisivo. El 15.9% destacó que las mejores condiciones de pago influyeron en su decisión, combinadas con la necesidad de capital adicional y el acceso a mayores montos. Un 11.1% mencionó únicamente el acceso a mayores montos y un 6.3% resaltó solo las mejores condiciones de pago. En conjunto, los resultados evidencian que la principal motivación para recurrir a financiamiento externo está relacionada con la insuficiencia de recursos propios y la posibilidad de obtener capital más elevado que el disponible a través de otras fuentes.

**Tabla 11**

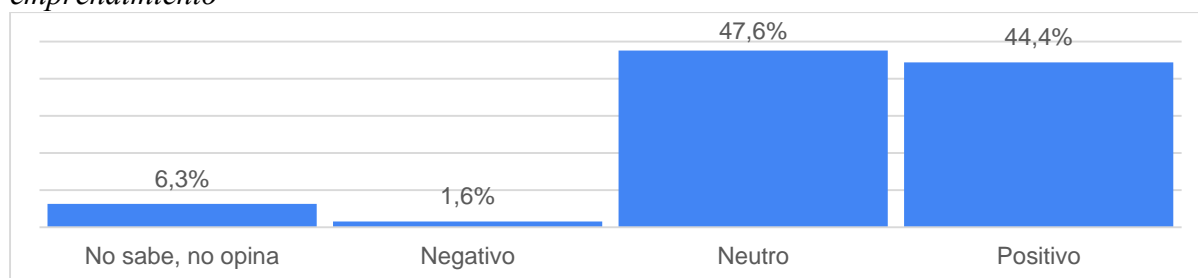
*Dificultades al intentar acceder a estas fuentes de financiamiento externas*

	Frecuencia	Porcentaje
Requisitos complejos	35	55.6%
Falta de garantías o avales, altas tasas de interés, requisitos complejos	7	11.1%
Falta de garantías o avales	4	6.3%
Altas tasas de interés, requisitos complejos	4	6.3%
Altas tasas de interés	4	6.3%
Falta de garantías o avales, requisitos complejos	4	6.3%
Falta de garantías o avales, altas tasas de interés	3	4.8%
No sabe, no opina	2	3.2%
Total	63	100,0

Las principales dificultades para acceder a financiamiento externo fueron los requisitos complejos, mencionados por el 55.6% de los emprendedores, constituyendo la barrera más relevante. El 11.1% señaló que, además de estos requisitos, enfrentó problemas por falta de garantías o avales y por las altas tasas de interés. En menor proporción, el 6.3% identificó como dificultad exclusiva las altas tasas de interés o la falta de garantías. En conjunto, los resultados evidencian que los obstáculos burocráticos y financieros son las principales barreras para obtener financiamiento externo, lo que limita el crecimiento de los emprendimientos que no cuentan con los recursos necesarios para cumplir con estas exigencias.

**Figura 16**

*Impacto de las fuentes de financiamiento externas en la creación y desarrollo del emprendimiento*



El impacto de las fuentes de financiamiento externas en la creación y desarrollo de los emprendimientos fue principalmente neutro, con un 47.6% de los emprendedores indicando que no generaron un efecto significativo. El 44.4% consideró que estas fuentes tuvieron un impacto positivo, contribuyendo favorablemente al desarrollo de sus negocios, mientras que solo el 1.6% reportó un impacto negativo. Un 6.3% no emitió opinión al respecto. En conjunto, la mayoría de los emprendedores percibe que el financiamiento externo tiene una influencia positiva o neutral en el desarrollo de sus proyectos.

**Tabla 12**

*Monto de financiamiento externo percibido*

	Frecuencia	Porcentaje
S/0 - S/ 3,500	24	38,1
S/4,000 – S/5,000	0	0,0
S/ 5,550 - S/ 10,000	7	11,1
S/10,500 - S/25,000	20	31,7
S/30,000 – S/50,000	0	0,0
S/50,500 - S/75,000	8	12,7
No sabe, no opina	4	6,3
Total	63	100,0

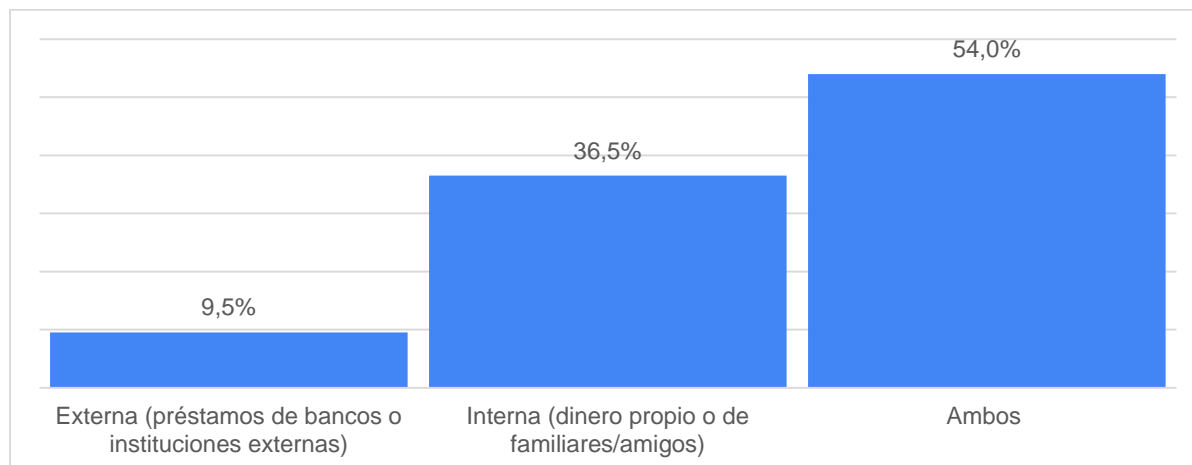
En cuanto al monto de financiamiento externo recibido, el 38.1% de los emprendedores obtuvo entre S/ 0 y S/ 3,500. El 31.7% accedió a montos de entre S/ 10,500 y S/ 25,000, mientras que el 12.7% recibió entre S/ 50,500 y S/ 75,000. El 11.1% obtuvo entre S/ 5,550 y S/ 10,000, y el 6.3% no precisó el monto recibido. Estos resultados muestran que una parte considerable de los emprendedores accedió a financiamientos relativamente bajos, mientras que un grupo menor obtuvo montos más elevados.

### 6.1.3. Resultados descriptivos de Creación de emprendimientos

#### 6.1.3.1. Búsqueda de idea

**Figura 17**

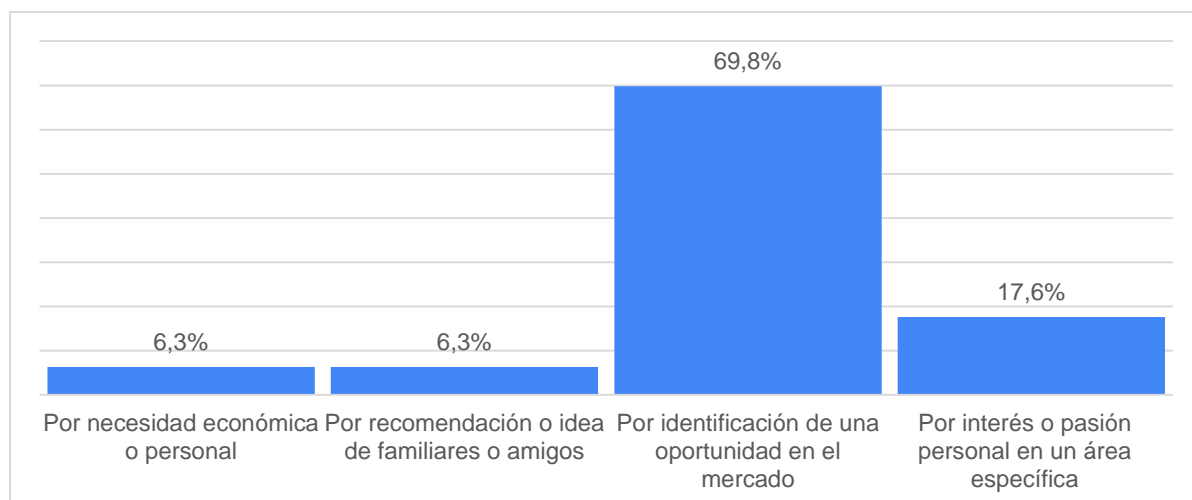
*Financiamiento para la fase: Búsqueda de idea*



En la fase de búsqueda de la idea de negocio, el 54.0% de los emprendedores combinó financiamiento interno y externo. El 36.5% utilizó únicamente recursos internos, como capital propio o apoyo de familiares y amigos, mientras que el 9.5% recurrió solo a financiamiento externo, como préstamos de bancos o instituciones. Estos resultados confirman una tendencia predominante a integrar recursos propios y externos para el desarrollo de la idea emprendedora.

**Figura 18**

*Surgimiento de la idea para iniciar tu emprendimiento*

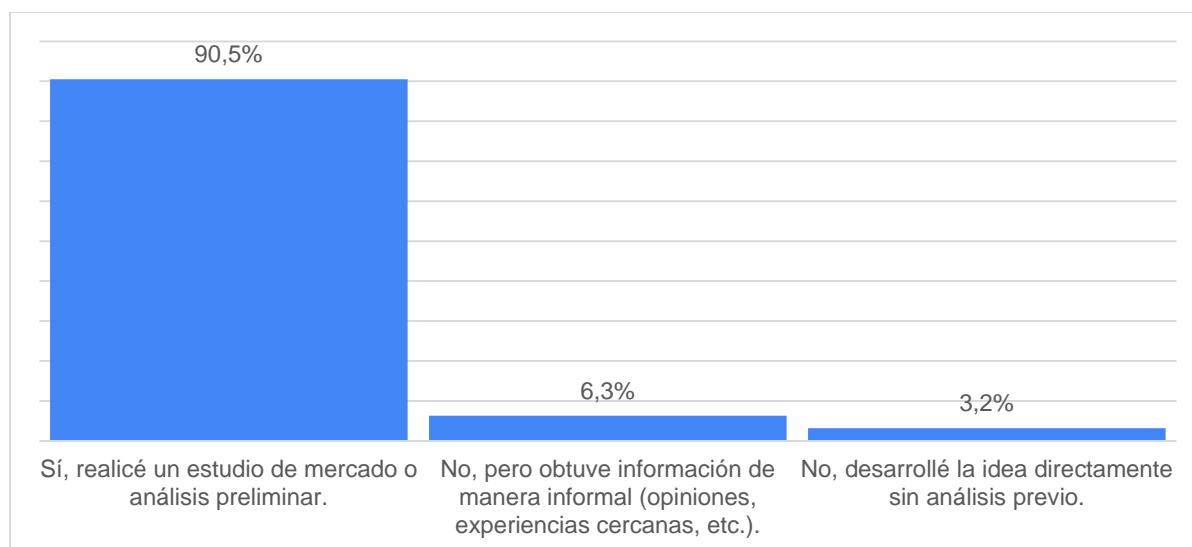


El 69.8% de los emprendedores señaló que su idea de negocio surgió a partir de la identificación de una oportunidad en el mercado. El 17.6% indicó que fue motivada por interés

o pasión personal en un área específica, mientras que el 6.3% la atribuyó a la recomendación de familiares o amigos y otro 6.3% a la necesidad económica o personal. Estos resultados evidencian que, aunque la principal motivación es aprovechar oportunidades de negocio, también influyen los intereses personales y las circunstancias económicas.

**Figura 19**

*Análisis o evaluación antes de desarrollar la idea*



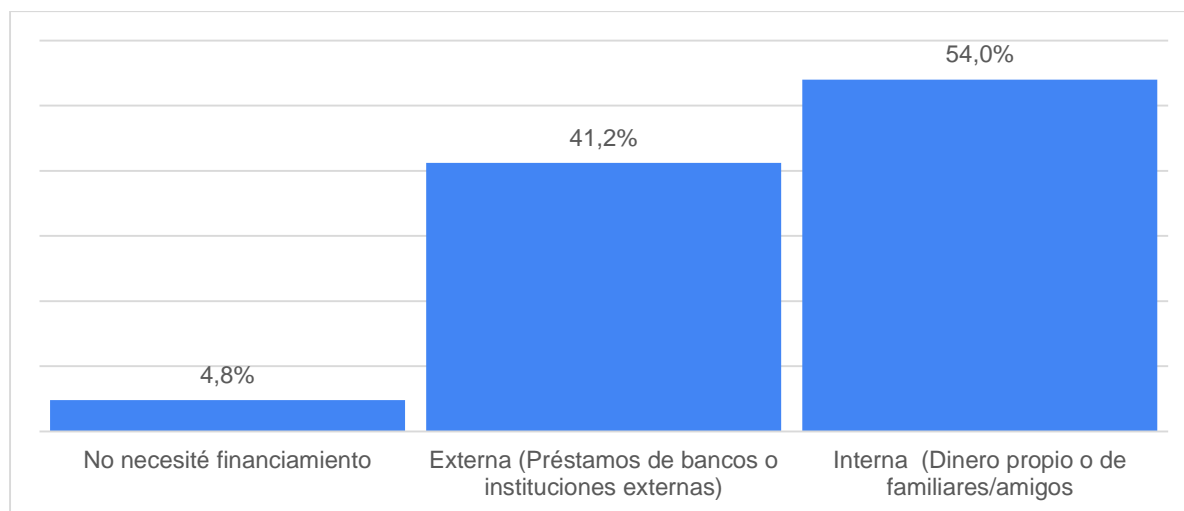
El 90.5% de los emprendedores realizó un estudio de mercado o análisis preliminar antes de desarrollar su idea, evidenciando una marcada tendencia hacia la planificación y la evaluación estratégica en las etapas iniciales. El 6.3% obtuvo información de manera informal, a partir de opiniones o experiencias cercanas, reflejando un enfoque más empírico y menos estructurado. Solo el 3.2% desarrolló su idea sin realizar ningún análisis previo, lo que denota un enfoque más impulsivo o arriesgado. En conjunto, los resultados muestran que la mayoría prioriza una evaluación adecuada antes de ingresar al mercado, mientras que un grupo reducido se guía por información no estructurada o por la intuición.



### 6.1.3.2.Fase validación de idea

**Figura 20**

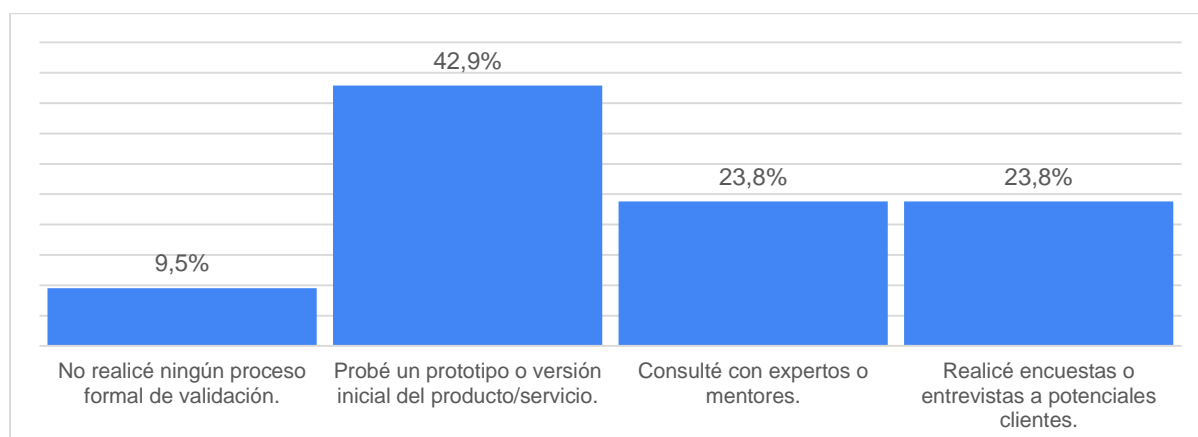
*Financiamiento para la fase: Validación de la idea*



En la fase de validación de la idea, el 54.0% de los emprendedores utilizó financiamiento interno, como capital propio o apoyo de familiares y amigos, lo que evidencia la confianza en recursos personales para esta etapa clave. El 41.2% recurrió a fuentes externas, como préstamos bancarios o de instituciones financieras, lo que muestra que una parte considerable valora el acceso a capital externo para respaldar este proceso. Un 4.8% indicó que no necesitó financiamiento, lo que sugiere que la validación de su idea implicó pocos o ningún recurso económico relevante. Estos resultados reflejan la diversidad de estrategias de financiamiento según las necesidades y enfoques de los emprendedores.

**Figura 21**

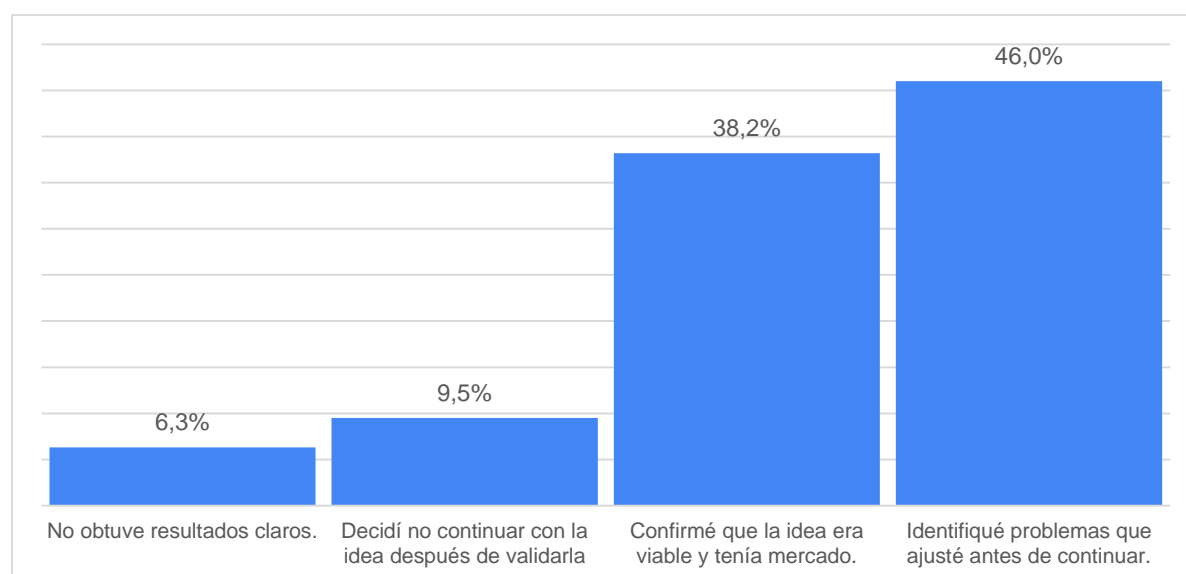
*Validación de la viabilidad de la idea*



En la validación de la viabilidad de la idea, el 42.9% de los emprendedores probó un prototipo o versión inicial de su producto o servicio, evidenciando un enfoque práctico en esta etapa. El 23.8% consultó con expertos o mentores y el mismo porcentaje realizó encuestas o entrevistas a potenciales clientes, destacando la relevancia de la retroalimentación para ajustar la propuesta. Un 9.5% no realizó ningún proceso formal de validación, lo que refleja posibles limitaciones de recursos o desconocimiento sobre la importancia de este paso para el desarrollo de emprendimientos sólidos.

**Figura 22**

*Resultados del proceso de validación de la idea*

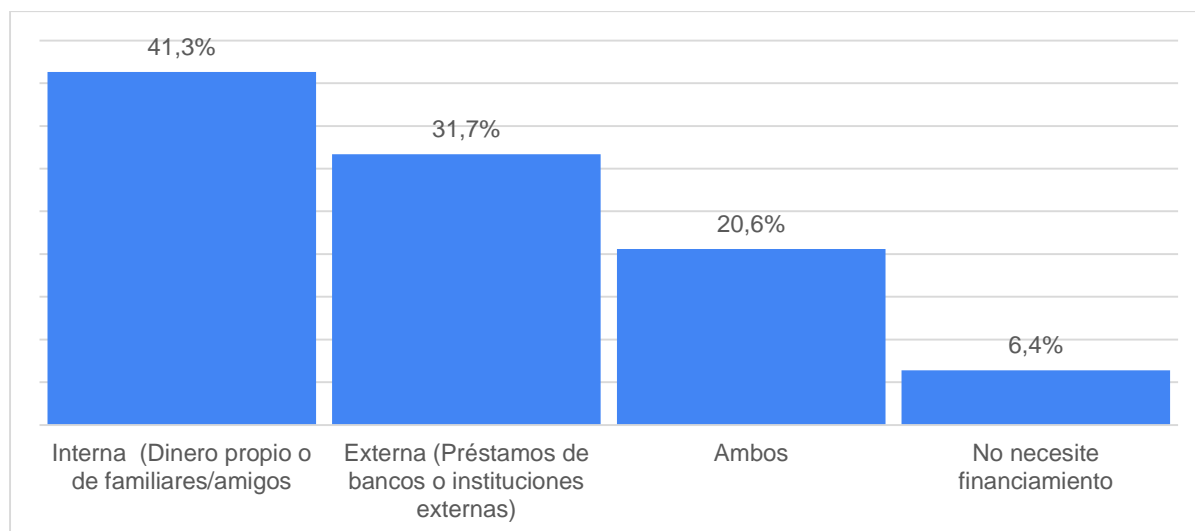


En los resultados del proceso de validación, el 38.2% de los emprendedores confirmó que su idea era viable y contaba con un mercado potencial, evidenciando la efectividad de esta etapa. El 46.0% identificó problemas, pero realizó los ajustes necesarios para continuar, reflejando adaptabilidad y capacidad de mejora. El 9.5% decidió no seguir adelante tras la validación, lo que demuestra que este proceso también permite evitar inversiones innecesarias. El 6.3% no obtuvo resultados claros, lo que indica posibles deficiencias en los métodos de validación aplicados.

### 6.1.3.3. Identificación de Recursos

**Figura 23**

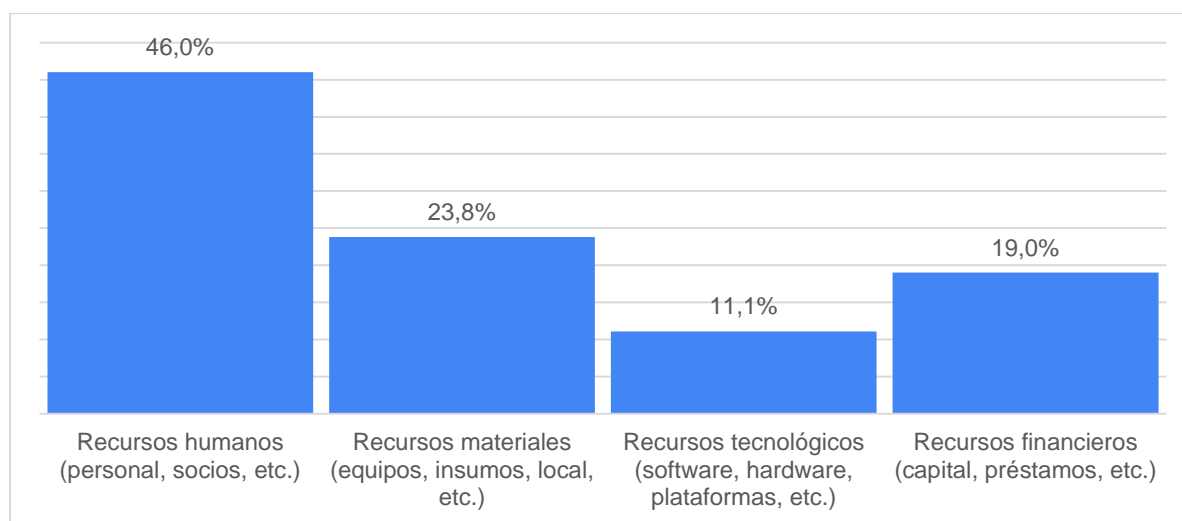
*Financiamiento para la fase: Identificación de recursos*



En la fase de identificación de recursos, el 41.3% de los emprendedores utilizó financiamiento interno, como capital propio o apoyo de familiares y amigos. El 31.7% recurrió a fuentes externas, incluyendo préstamos bancarios o de instituciones financieras. Un 20.6% combinó ambas fuentes, evidenciando una estrategia financiera diversificada. Finalmente, el 6.4% no requirió financiamiento, lo que sugiere disponibilidad de recursos propios o necesidades limitadas en esta etapa.

**Figura 24**

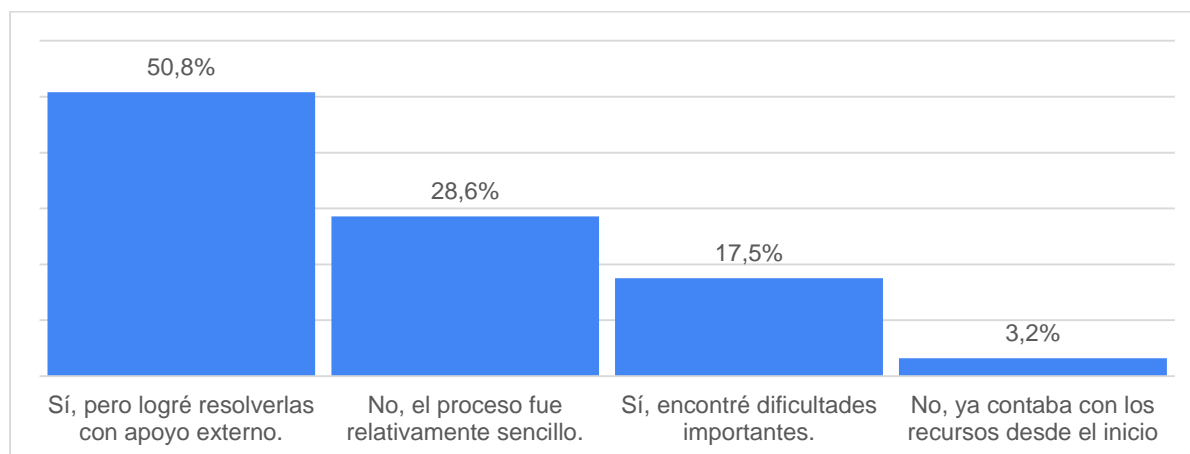
*Identificación de tipo de recursos necesario para iniciar el emprendimiento*



En la identificación de recursos necesarios para iniciar el emprendimiento, el 46.0% de los emprendedores destacó la importancia de los recursos humanos, como personal capacitado o socios estratégicos, como el factor clave. Los recursos materiales, incluyendo equipos, insumos o locales, fueron señalados por el 23.8%. Los recursos financieros, fundamentales para capital o préstamos, representaron el 19.0%, mientras que los recursos tecnológicos, como software, hardware o plataformas, alcanzaron el 11.1%, evidenciando un menor peso en comparación con otros factores. Estos resultados reflejan una prioridad por consolidar una base humana sólida antes de centrarse en otros recursos.

**Figura 25**

*Dificultades para identificar o acceder a los recursos para iniciar el emprendimiento*

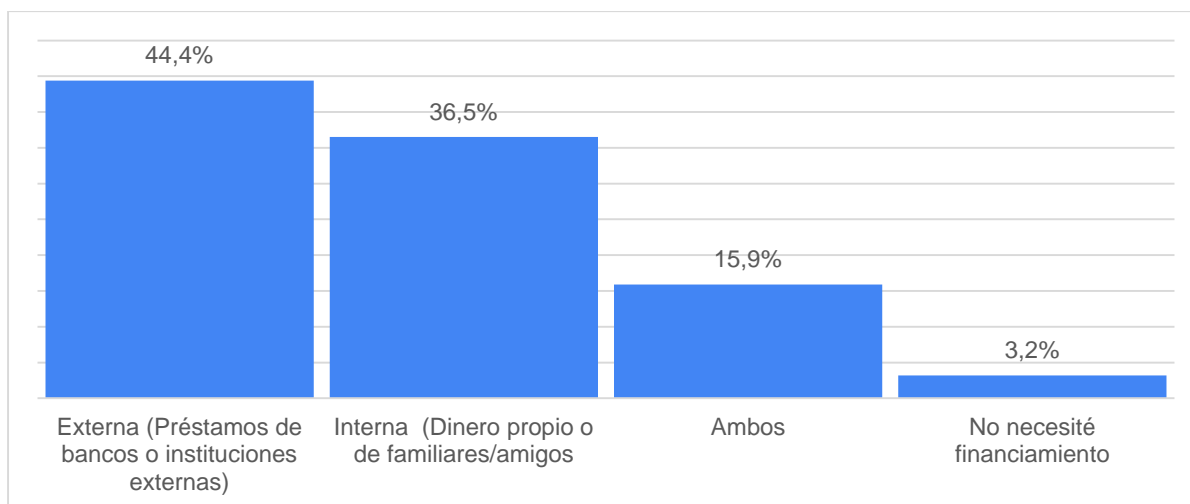


En cuanto a las dificultades para identificar o acceder a los recursos necesarios para iniciar el emprendimiento, el 50.8% de los emprendedores enfrentó obstáculos que logró superar con apoyo externo, evidenciando la importancia de las redes de apoyo y asesoramiento. El 28.6% reportó un proceso relativamente sencillo, lo que indica facilidad en la identificación y acceso a recursos. Sin embargo, el 17.5% enfrentó dificultades significativas que pudieron afectar el avance de sus proyectos, y el 3.2% contó con los recursos desde el inicio sin presentar problemas. Estos resultados reflejan disparidades en el acceso a recursos según las condiciones iniciales de cada emprendedor.

#### 6.1.3.4.Creación del emprendimiento

**Figura 26**

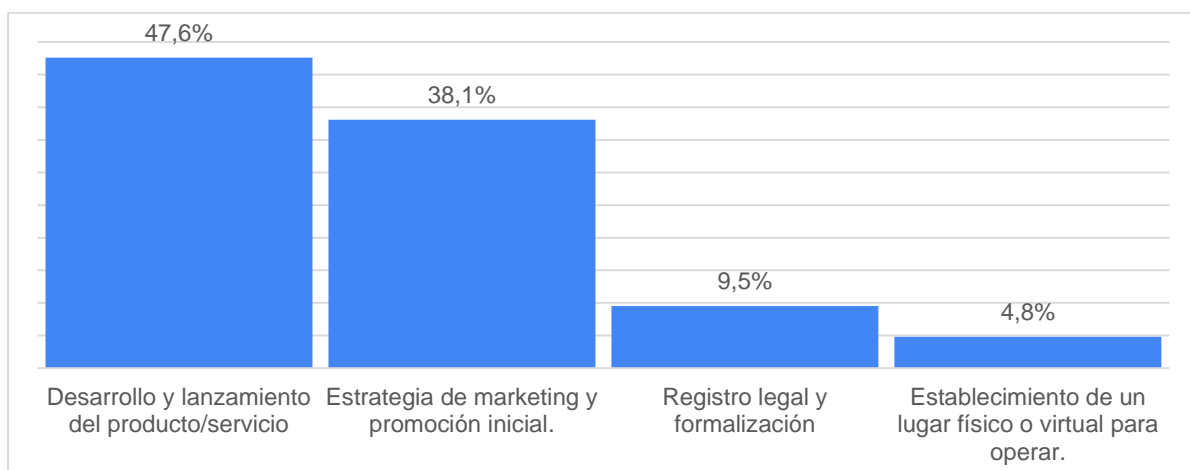
*Financiamiento para la fase: Creación del emprendimiento*



En la fase de creación del emprendimiento, el 44.4% de los emprendedores utilizó fuentes externas, como préstamos de bancos o instituciones financieras, evidenciando la relevancia de estas entidades en la consolidación inicial de los negocios. El 36.5% optó por fuentes internas, como recursos propios o apoyo de familiares y amigos, reflejando confianza en la autosuficiencia y las redes personales. Un 15.9% combinó ambos tipos de financiamiento, mostrando una estrategia diversificada para asegurar los recursos necesarios. Solo el 3.2% no requirió financiamiento en esta etapa, probablemente asociado a proyectos con bajos requerimientos iniciales.

**Figura 27**

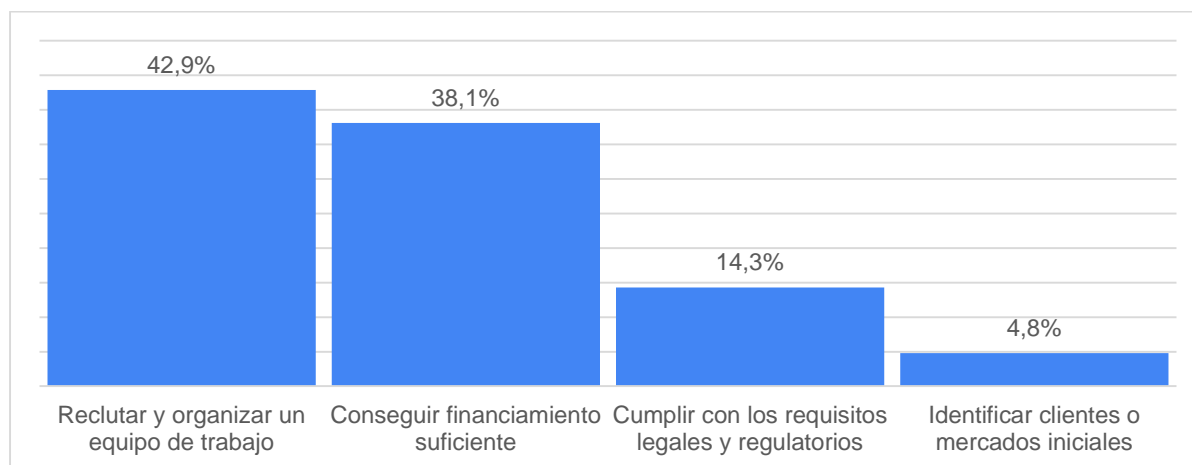
*Aspectos prioritarios durante la creación del emprendimiento*



Durante la fase de creación del emprendimiento, los aspectos prioritarios señalados por los emprendedores reflejan un enfoque en consolidar una oferta sólida y visible. El 47.6% destacó el desarrollo y lanzamiento del producto o servicio como prioridad principal, subrayando la importancia de ofrecer una propuesta clara desde el inicio. El 38.1% se concentró en estrategias de marketing y promoción inicial, evidenciando la necesidad de posicionamiento efectivo en el mercado. Un 9.5% priorizó el registro legal y la formalización, paso clave para operar dentro del marco normativo. Finalmente, el 4.8% centró sus esfuerzos en establecer un espacio físico o virtual para operar, relacionado con el tipo y modelo de negocio.

**Figura 28**

*Mayor desafío al crear el emprendimiento*



El principal desafío identificado por los emprendedores durante la fase de creación fue reclutar y organizar un equipo de trabajo, según el 42.9% de los encuestados, lo que evidencia la importancia de contar con un equipo eficiente y adecuado a las necesidades del negocio. El 38.1% destacó como reto conseguir financiamiento suficiente, reflejando la necesidad de recursos económicos sólidos para iniciar operaciones. El 14.3% mencionó cumplir con requisitos legales y regulatorios, mostrando las barreras burocráticas enfrentadas por algunos emprendedores. Finalmente, el 4.8% señaló identificar clientes o mercados iniciales como desafío, indicando que, para algunos, el acceso al mercado no es la principal dificultad al emprender.

**Tabla 13***Factores externos que influyeron en la imposibilidad de concretar el emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Limitaciones financieras	24	38.1%
Restricciones tecnológicas	16	25.4%
Condiciones sociales y externas	12	19.1%
Debilidades en la gestión del equipo	4	6.3%
Trabas administrativas y de recursos	2	3.2%
Dificultades de acceso al mercado	2	3.2%
Emprendimiento en continuidad	1	1.6%
Sin factores identificados	2	3.2%
Total	63	100%

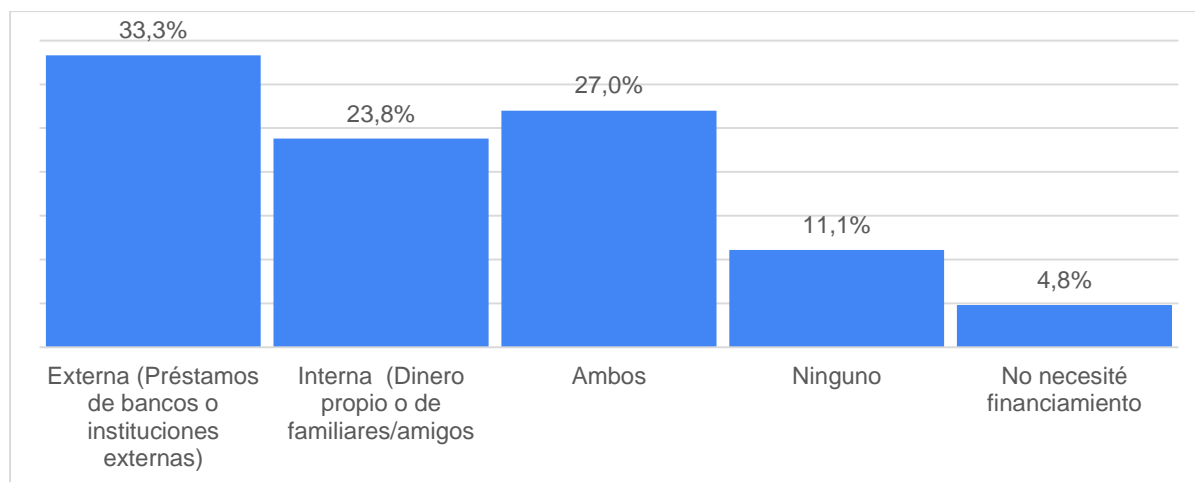
Acorde a la tabla las limitaciones financieras constituyen el principal obstáculo para la consolidación del emprendimiento, pues representan el 38.1% de las respuestas, en segundo lugar, destacan las restricciones tecnológicas con un 25.4%, lo que evidencia la dificultad de acceder a herramientas, equipos o conocimientos técnicos necesarios para sostener la iniciativa, asimismo, las condiciones sociales y externas, que alcanzan un 19.1%, reflejan el impacto de factores como la pandemia u otros contextos adversos que escapaban al control de los emprendedores. En menor medida, aparecen problemas asociados a la gestión del equipo (6.3%), seguidos por trabas administrativas y de recursos (3.2%) y dificultades de acceso al mercado (3.2%), lo que indica que, aunque influyeron, no tuvieron el mismo peso que los factores económicos y tecnológico y un 1.6% señaló que el emprendimiento continúa vigente y un 3.2% no identificó factores específicos.

Indicando que las principales limitaciones para concretar un emprendimiento en este contexto se relacionan con la falta de recursos financieros y tecnológicos, lo cual sugiere que la sostenibilidad de las iniciativas emprendedoras depende en gran medida del acceso al capital y a las herramientas que permitan competir en el mercado.

### 6.1.3.5. Primeros años del emprendimiento

**Figura 29**

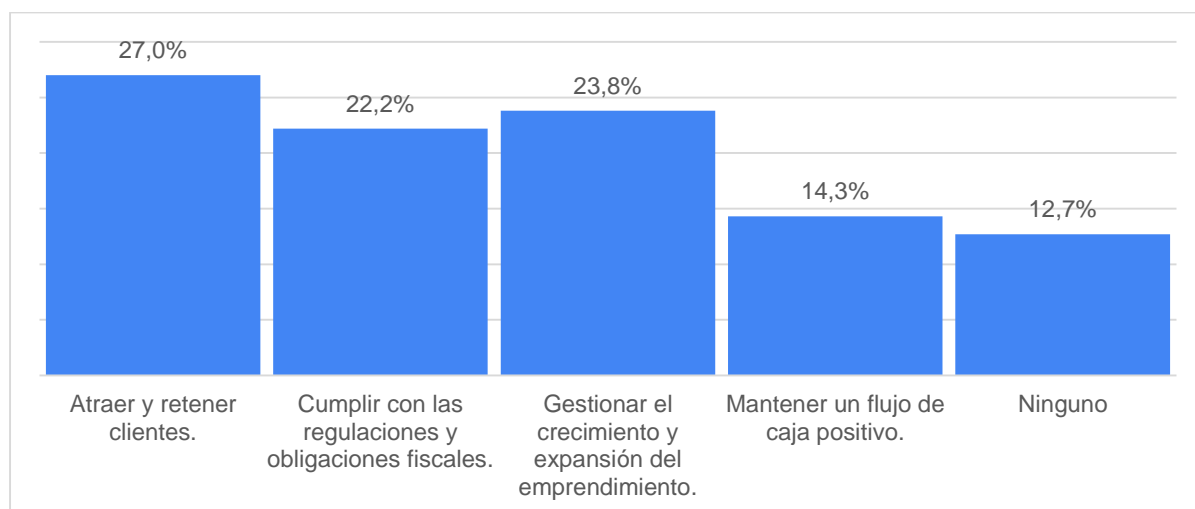
*Financiamiento para la fase: Primeros años de operación*



En los primeros años de operación, la mayoría de los emprendedores recurrió a fuentes externas, representando el 33.3%, lo que evidencia una dependencia significativa de préstamos bancarios o de instituciones financieras. El 27.0% combinó fuentes internas y externas, reflejando una estrategia diversificada para asegurar los recursos necesarios. Un 23.8% utilizó exclusivamente fuentes internas, destacando el uso de ahorros personales o apoyo familiar. El 11.1% no recurrió a ningún tipo de financiamiento, y el 4.8% indicó no haber necesitado financiamiento durante esta etapa.

**Figura 30**

*Principales desafíos en los primeros años de operación*

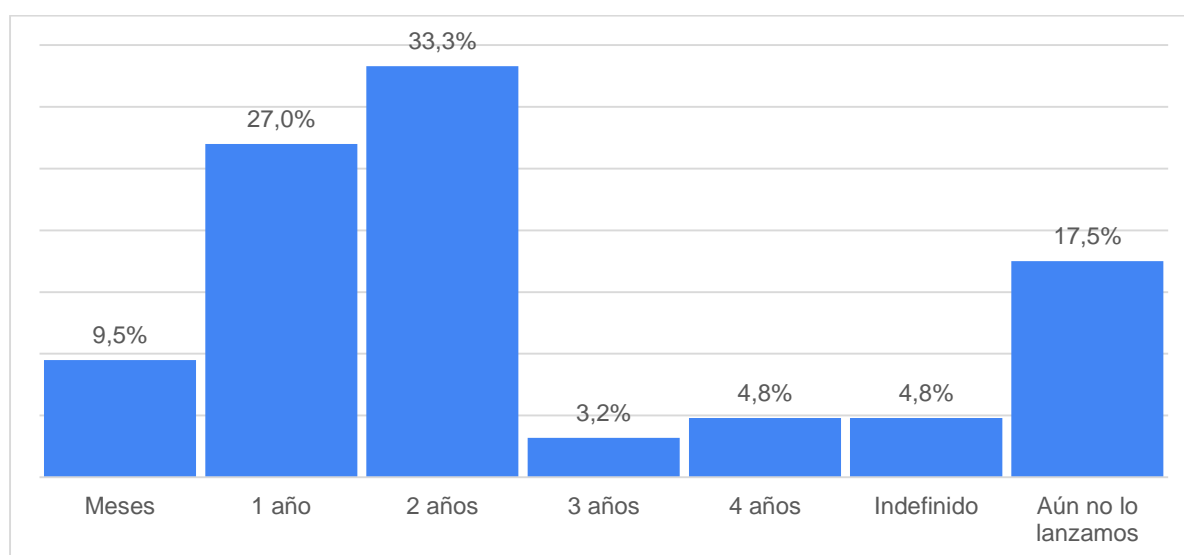




Los principales desafíos en los primeros años de operación fueron variados; el 27.0% de los emprendedores identificó atraer y retener clientes como el reto principal, clave para la sostenibilidad del negocio. El 23.8% destacó las dificultades para gestionar el crecimiento y la expansión, reflejando la complejidad de escalar un emprendimiento en sus etapas iniciales. El 22.2% enfocó su desafío en cumplir con regulaciones y obligaciones fiscales, esencial para evitar sanciones y asegurar la legalidad. El 14.3% señaló mantener un flujo de caja positivo como aspecto crítico para la liquidez y viabilidad operativa. Finalmente, el 12.7% indicó no haber enfrentado desafíos importantes en esta fase.

**Figura 31**

*Tiempo de funcionamiento del emprendimiento o startup desde la creación del Producto Mínimo Viable*

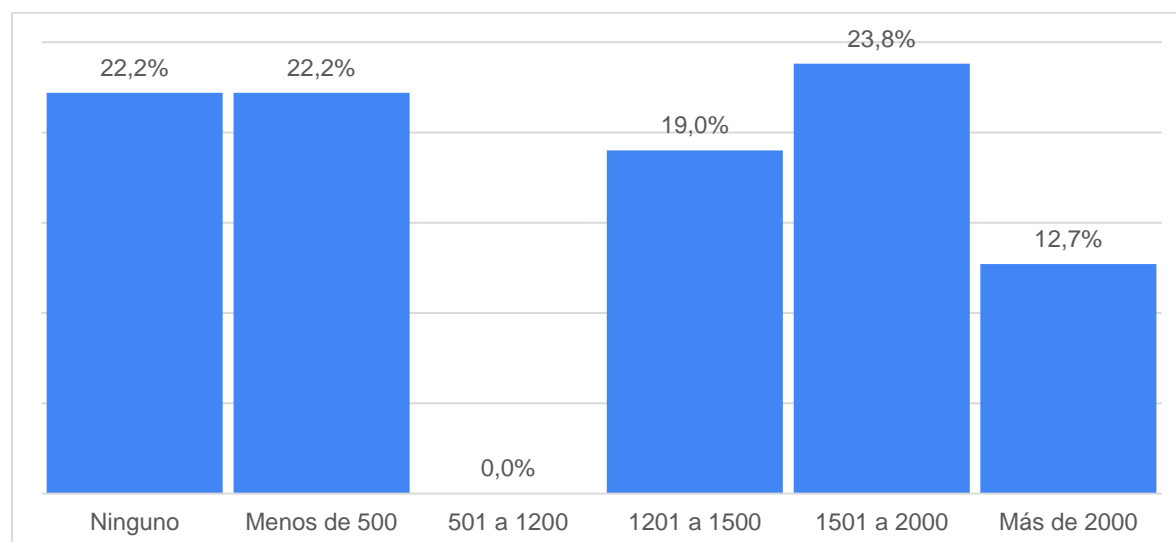


El tiempo de funcionamiento de los emprendimientos desde la creación del Producto Mínimo Viable (PMV) varía entre los encuestados; el 33.3% ha operado durante 2 años, señalando una etapa intermedia en la validación y consolidación del negocio. El 27.0% lleva 1 año en funcionamiento, correspondiendo a una fase inicial. Un 17.5% aún no ha lanzado su producto, reflejando una etapa de planificación o validación en curso. El 9.5% está en operación desde hace pocos meses, en la fase más temprana del lanzamiento. Además, el 4.8% lleva 4 años operando y el 3.2% ha funcionado durante 3 años. Finalmente, el 4.8% indicó un

tiempo de funcionamiento indefinido, posiblemente por cambios en el enfoque o ausencia de planificación temporal clara.

**Figura 32**

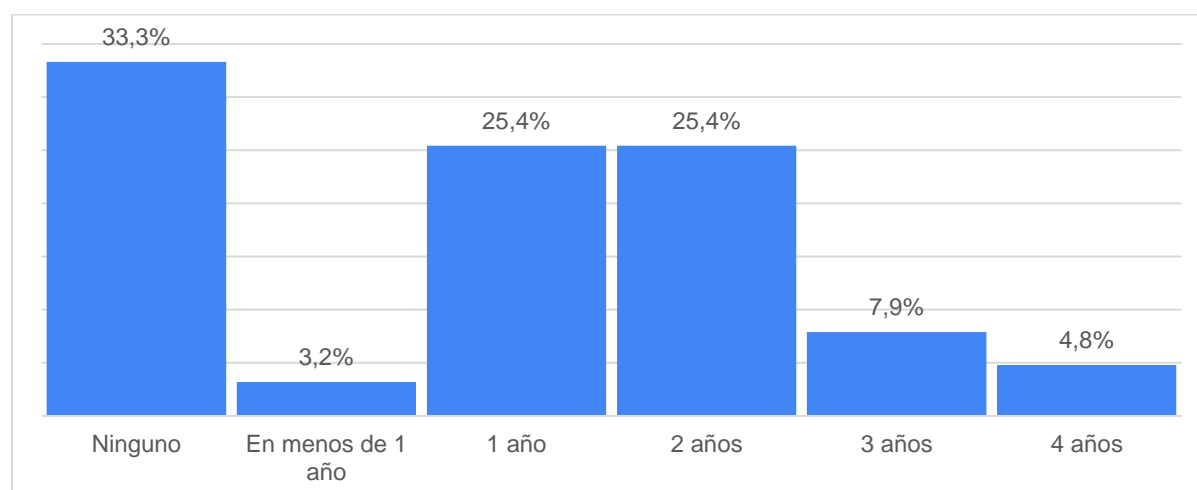
*Ganancias mensuales netas del emprendimiento*



Las ganancias mensuales netas de los emprendimientos presentan una amplia variación; el 22.2% reporta ingresos menores a 500 soles y otro 22.2% no registra ganancias. El 23.8% genera entre 1,501 y 2,000 soles, mientras que el 19.0% obtiene entre 1,201 y 1,500 soles. Solo el 12.7% alcanza ingresos superiores a 2,000 soles, lo que evidencia que algunos emprendimientos ya han logrado rentabilidad, mientras que otros continúan enfrentando retos en su fase de crecimiento.

**Figura 33**

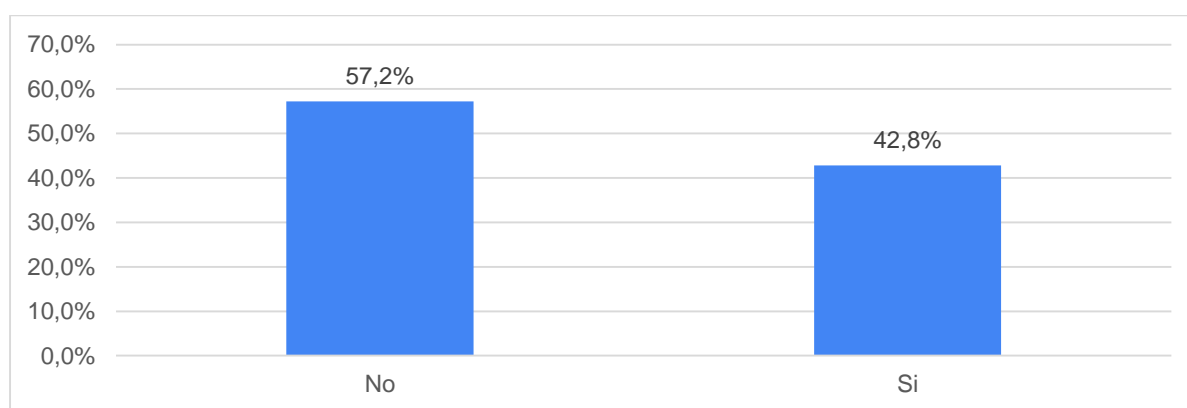
*Tiempo de retorno de la inversión realizada*



El tiempo de retorno de la inversión inicial presenta una amplia variabilidad; el 33.3% de los emprendedores aún no ha recuperado su inversión, mientras que el 25.4% lo logró en 1 año y otro 25.4% en 2 años. Un 7.9% necesitó 3 años para alcanzar el retorno, el 4.8% lo consiguió en 4 años y solo el 3.2% recuperó su inversión en menos de 1 año. Estos resultados reflejan la diversidad de plazos en los que los emprendedores logran recuperar el capital invertido.

**Figura 34**

*Llegó a dar a fin su emprendimiento*



El 57.2% de los emprendedores indicó que su emprendimiento continúa en funcionamiento, mientras que el 42.8% afirmó que concluyó sus actividades. Estos resultados muestran que, aunque la mayoría logró mantener su proyecto activo, una proporción considerable no pudo darle continuidad.

**Tabla 14**

*Razón principal por la que decidiste cerrar tu emprendimiento o startup*

	Frecuencia	Porcentaje
No cerró	27	42.8%
Problemas en la gestión o administración	9	13.7%
Falta de demanda de productos/servicios	6	9.7%
Cambios inesperados en el mercado	6	9.7%
Problemas legales o regulatorios	6	9.7%
Falta de financiamiento	5	7.9%
Tiempo, ya que me encontraba estudiando	4	6.5%
Total	63	100.0%

Acorde a la tabla, el hecho de que muchos emprendimientos no llegaron a lanzarse al mercado responde, en gran medida, a la combinación de factores internos y externos que

limitaron su viabilidad, los problemas de gestión o administración (13.7%) muestran que una estructura organizativa débil y decisiones poco estratégicas minaron la capacidad de avanzar hacia la implementación. A ello se suma la falta de demanda y los cambios inesperados en el mercado (9.7%), que ponen en evidencia la ausencia de estudios de mercado continuos y la dificultad para anticipar escenarios adversos, por otro lado, las trabas legales o regulatorias actuaron como barreras que ralentizaron los procesos iniciales y generaron costos adicionales; la falta de financiamiento (7.9%) y de tiempo por responsabilidades externas (6.5%) también fueron determinantes, ya que sin capital suficiente ni dedicación plena se reducen las posibilidades de consolidar la propuesta; en general, estos resultados indican que la mayoría de emprendimientos no alcanzaron la etapa de lanzamiento porque no lograron integrar de manera efectiva la planificación, la adaptación al mercado, el acceso a recursos y la gestión eficiente, condiciones esenciales para superar los obstáculos del ecosistema emprendedor.

**Tabla 15**

*Medidas implementadas para evitar el cierre del emprendimiento*

	Frecuencia	Porcentaje
Reestructuración del emprendimiento, incorporación de nuevos socios o inversionistas	5	7.9%
Cambio en la estrategia de mercado, cambio en la oferta de productos o servicios	4	6.3%
Cambio en la oferta de productos o servicios, incorporación de nuevos socios o inversionistas	4	6.3%
Incorporación de nuevos socios o inversionistas, reducción de costos	4	6.3%
Cambio en la oferta de productos o servicios, reestructuración del emprendimiento	2	3.2%
Búsqueda de financiamiento adicional	2	3.2%
Cambio en la estrategia de mercado, reestructuración del emprendimiento	2	3.2%
Búsqueda de financiamiento adicional, cambio en la oferta de productos o servicios	2	3.2%
Cambio en la oferta de productos o servicios, incorporación de nuevos socios o inversionistas, no sabe, no opina	1	1.6%
Cambio en la estrategia de mercado	1	1.6%
Cambio en la estrategia de mercado, incorporación de nuevos socios o inversionistas	1	1.6%
Cambio en la estrategia de mercado, cambio en la oferta de productos o servicios, reestructuración del emprendimiento	1	1.6%
Búsqueda de financiamiento adicional, cambio en la estrategia de mercado, reducción de costos	1	1.6%
Incorporación de nuevos socios o inversionistas	1	1.6%
Reducción de costos	1	1.6%
Búsqueda de financiamiento adicional, reestructuración del emprendimiento	1	1.6%

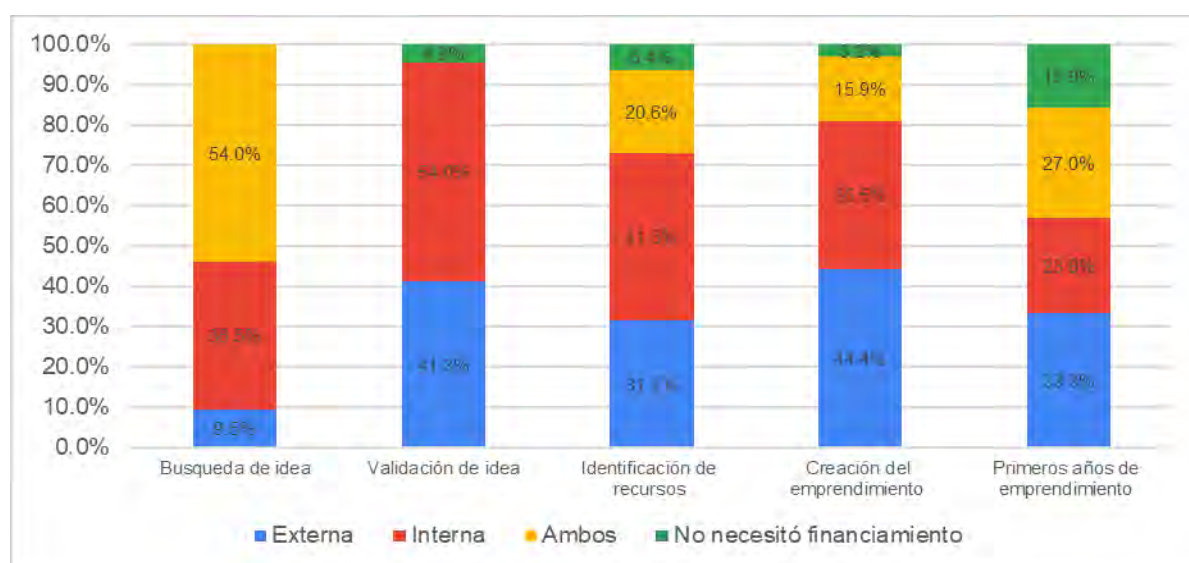
	Frecuencia	Porcentaje
Búsqueda de financiamiento adicional, cambio en la estrategia de mercado, cambio en la oferta de productos o servicios	1	1.6%
Búsqueda de financiamiento adicional, reducción de costos	1	1.6%
Cambio en la oferta de productos o servicios	1	1.6%
No sabe, no opina	19	30.2%
Otro	8	12.7%
Total	63	100.0%

El análisis de las medidas implementadas para evitar el cierre de un emprendimiento revela que el 30.2% de los emprendedores no estaba seguro o no opinó sobre las acciones tomadas. Entre las estrategias más aplicadas destacan el cambio en la oferta de productos o servicios (6.3%), evidenciando un esfuerzo por adaptarse a las demandas del mercado. La incorporación de nuevos socios o inversionistas (7.9%) y la reestructuración del emprendimiento (3.2%) reflejan intentos por fortalecer la empresa y optimizar recursos. Otras acciones relevantes fueron la búsqueda de financiamiento adicional (3.2%) y la reducción de costos (6.3%), lo que confirma que muchos emprendedores recurren a capital externo y a la optimización de gastos para afrontar las crisis. En conjunto, estas medidas muestran un enfoque de adaptación, eficiencia y ajustes estratégicos frente a los retos del entorno emprendedor.

#### 6.1.4. Resumen de las fuentes de financiamiento según fase del proceso de emprendimiento

**Figura 35**

*Fuentes de financiamiento según fase del proceso de emprendimiento*



El análisis de las fuentes de financiamiento según la fase del proceso emprendedor evidencia una variabilidad en la preferencia por recursos internos y externos a lo largo del ciclo de vida del negocio. En la fase de búsqueda de la idea, predomina el uso combinado de fuentes internas y externas (54.0%), seguido del uso exclusivo de recursos internos (36.5%), lo que refleja que la mayoría inicia con capital propio o apoyo de familiares y amigos, limitando el uso de financiamiento institucional. En la fase de validación, las fuentes externas cobran mayor relevancia (41.3%), aunque las internas siguen siendo predominantes (54.0%), lo que sugiere la necesidad de capital adicional para probar la viabilidad de la propuesta en el mercado. Durante la identificación de recursos, el 41.3% recurre a financiamiento interno y el 31.7% a fuentes externas, manteniéndose la importancia de la inversión personal. En la etapa de creación del emprendimiento, las fuentes externas lideran (44.4%) y las internas disminuyen a 36.5%. Finalmente, en los primeros años de operación, el 33.3% depende de financiamiento externo, el 23.8% de interno y un 27.0% combina ambos, estrategia que refuerza la estabilidad financiera en una etapa crítica. En conjunto, se observa que, a medida que el emprendimiento avanza, aumenta la participación de las fuentes externas, evidenciando una mayor necesidad de capital para afrontar los retos del crecimiento.

## **6.2. Resultados inferenciales**

### **6.2.1. Pruebas de hipótesis**

Con el objetivo de verificar las hipótesis planteadas, se decidió utilizar un modelo logit, el cual es adecuado para analizar la relación entre variables categóricas. Este modelo se construyó tomando como base las fuentes de financiamiento, consideradas una de las principales variables en el contexto del estudio. Además, se incluyeron otras variables, lo que permite realizar un análisis más integral y preciso. De esta manera, el modelo logit permite explorar las interacciones entre las distintas variables y evaluar el impacto de las fuentes de financiamiento y otros factores clave en las hipótesis planteadas.

### 6.2.1.1. Pruebas de hipótesis específica 1

Se plantean las siguientes hipótesis para su análisis:

**Ha:** Las fuentes de financiamiento internas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

**Ho:** Las fuentes de financiamiento internas no influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.

Para evaluar estas hipótesis, se propone un modelo logit:

$$\text{Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento} = f(\text{financiamiento interno, rubro, sexo, registro del emprendimiento, curso o programa, desafíos})$$

Las variables utilizadas en el modelo fueron:

**Tabla 16**

*Variables e indicadores del Modelo Logit I*

Variable dependiente	Indicador
Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento	0 = No hubo éxito (cierre de emprendimiento); 1 = Hubo éxito
Variables independientes	Indicador
Financiamiento interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monto en S/. de financiamiento interno obtenido</li> <li>- Se prestó de amigos o familiares: 0 = (No); 1 = (Sí)</li> <li>- Capital propio – socios -utilidades de otra empresa: 0 = (No); 1 = (Sí)</li> <li>- Ahorro personal: 0 = (No); 1 = (Sí)</li> </ul>
Rubro	- Rubro estilo de vida y consumo (rubro predominante) 0 = (Otro rubro); 1 = (Sí)
Sexo	- 0 = mujer; 1 = varón
Registro del emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona jurídica: 0 = (No); 1 = (Sí)</li> <li>- Persona natural: 0 = (No); 1 = (Sí)</li> </ul>
Curso o programa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)</li> <li>- Programa Startup Lab UNSAAC: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)</li> <li>- Semillero de Emprendedores: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)</li> <li>- Hult Prize: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)</li> <li>- Impact Startup Competition ISC: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)</li> </ul>
Desafíos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conflicto de socios o colaboradores: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo)</li> <li>- Problemas de desarrollo de producto: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo)</li> <li>- Falta de conocimiento o experiencia: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo)</li> </ul>

*Nota:* El modelo fue estimado en STATA; las variables se eligieron según cómo funcionaban en el modelo logit. Algunas generaban errores, por colinealidad o falta de variabilidad, lo que impedía obtener resultados válidos, por lo que fueron retiradas para lograr un modelo estable y estimable.

**Tabla 17***Estimación del Modelo Logit I*

Variable dependiente: Y	Probabilidad de éxito de creación de emprendimiento	dy/dx (Coef)	P>z
Variables independientes: X	<b>Persona natural</b>	<b>0.40836</b>	<b>0.011*</b>
	<b>Programa Startup Lab UNSAAC</b>	<b>0.23970</b>	<b>0.026*</b>
	OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele	0.23188	0.109
	<b>Rubro: Estilo de vida y consumo (***)</b>	<b>0.19687</b>	<b>0.059**</b>
	<b>Monto de financiamiento interno</b>	<b>0.08823</b>	<b>0.049*</b>
	Persona jurídica	0.08390	0.573
	Amigos o familiares	0.05941	0.598
	Hult Prize	0.05733	0.597
	Sexo (Varón)	0.05424	0.686
	Impact Startup Competition ISC	-0.00949	0.927
	Semillero de Emprendedores	-0.02003	0.858
	Capital propio – socios -utilidades de otra empresa	-0.09806	0.472
	Ahorro personal	-0.18131	0.152
	<b>Problemas de desarrollo de producto</b>	<b>-0.41191</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Falta de conocimiento o experiencia</b>	<b>-0.57565</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Conflicto de socios o colaboradores</b>	<b>-0.68564</b>	<b>0.000*</b>

*Nota:* \*Estadísticamente significativo al 95% de confianza ( $p < 0.05$ ); \*\*Estadísticamente significativo al 90% de confianza ( $p < 0.1$ ). (\*\*\*) La categoría “Estilo de vida y consumo” implica los rubros de alimentación y bebidas; moda y belleza; turismo y viajes; arte y cultura y salud y bienestar.

Los resultados muestran que la forma jurídica tiene un papel clave: constituirse como persona natural incrementa la probabilidad de éxito en un 40.8%, con un nivel de significancia de 0.011, lo que evidencia que esta modalidad favorece el desempeño emprendedor, en segundo lugar, la participación en el programa “Startup Lab UNSAAC” eleva la probabilidad de éxito en un 23.9%, con una significancia de 0.026, lo que confirma el impacto positivo de este tipo de programas de acompañamiento, de manera similar, emprender en el rubro de estilo de vida y consumo (que comprende sectores como alimentación y bebidas, moda y belleza, turismo y viajes, arte y cultura, y salud y bienestar) genera un aumento del 19.6% en la probabilidad de éxito, lo que revela la mayor rentabilidad de este tipo de actividades. Finalmente, se encontró que un mayor monto de financiamiento interno eleva en un 8.8% la probabilidad de éxito del emprendimiento, con un nivel de significancia de 0.049, confirmando la importancia de contar con capital propio.



Por el lado de las dificultades, el factor más crítico es la existencia de conflictos entre socios o colaboradores, que disminuye la probabilidad de éxito en un 68.5%, con un nivel de significancia de 0.000, la falta de conocimiento o experiencia reduce en un 57.5% la probabilidad de éxito, mientras que los problemas en el desarrollo del producto la disminuyen en un 41.1%. Estos tres obstáculos presentan una fuerte evidencia estadística y demuestran que los factores internos de gestión y capacidades técnicas son determinantes para explicar el fracaso de los emprendimientos.

**Contrastación de hipótesis:** Dado que el monto de financiamiento interno presentó una significancia menor a 0.05, se acepta la hipótesis alternativa ( $H_a$ ), que establece que un mayor monto de financiamiento interno causa un aumento en la probabilidad de creación exitosa de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021, y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ). Esto evidencia que el financiamiento interno es un factor determinante que impulsa el éxito en la creación de emprendimientos en esta población.

#### **6.2.1.2.Pruebas de hipótesis específica 2**

Se plantean las siguientes hipótesis para su análisis:

$H_a$ : "Las fuentes de financiamiento externas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021".

$H_0$ : " Las fuentes de financiamiento externas no influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021".

Para evaluar estas hipótesis, se propone el modelo logit:

$$\text{Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento} = f(\text{financiamiento externo, rubro, registro del emprendimiento, curso o programa, desafíos})$$

Las variables utilizadas en el modelo fueron:

**Tabla 18**

*Variables e indicadores del Modelo Logit II*

<b>Variable dependiente</b>	<b>Indicador</b>
Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento	0 = No hubo éxito (cierre de emprendimiento); 1 = Hubo éxito
<b>Variables independientes</b>	<b>Indicador</b>
Financiamiento externo	- % de financiamiento externo - Monto en S/. de financiamiento externo obtenido
Rubro	- Rubro estilo de vida y consumo (rubro predominante): 0 = (Otro rubro); 1= (Sí) - Rubro negocios servicios y tecnología: 0 = (Otro rubro); 1= (Sí)
Registro del emprendimiento	- Persona jurídica: 0 = (No); 1= (Sí) - Persona natural: 0 = (No); 1= (Sí)
Curso o programa	- OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele: 0 = (No participó); 1= (Sí participó) - Programa Startup Lab UNSAAC: 0 = (No participó); 1= (Sí participó) - Hult Prize: 0 = (No participó); 1= (Sí participó) - Impact Startup Competition ISC: 0 = (No participó); 1= (Sí participó)
Desafíos	- Conflicto de socios o colaboradores: 0 = (No hubo); 1= (Sí hubo) - Problemas de desarrollo de producto: 0 = (No hubo); 1= (Sí hubo) - Falta de conocimiento o experiencia: 0 = (No hubo); 1= (Sí hubo)

*Nota:* El modelo fue estimado en STATA; las variables se eligieron según cómo funcionaban en el modelo logit. Algunas generaban errores, por colinealidad o falta de variabilidad, lo que impedía obtener resultados válidos, por lo que fueron retiradas para lograr un modelo estable y estimable.

**Tabla 19**

*Estimación del Modelo Logit II*

Variable dependiente: Y	Probabilidad de éxito de creación de emprendimiento	dy/dx (Coef)	P>z
Variables independientes: X	<b>Persona natural</b>	<b>0.62601</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Programa Startup Lab UNSAAC</b>	<b>0.30737</b>	<b>0.004*</b>
	<b>Estilo de vida y consumo</b>	<b>0.28410</b>	<b>0.061**</b>
	<b>OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele</b>	<b>0.25942</b>	<b>0.027*</b>
	<b>Porcentaje de financiamiento externas</b>	<b>0.17880</b>	<b>0.072**</b>
	Persona jurídica	0.14328	0.173
	Hult Prize	0.10712	0.231
	Negocios servicios y tecnología	0.09777	0.455
	Impact Startup Competition ISC	0.06764	0.547
	<b>Monto de financiamiento externo</b>	<b>-0.19317</b>	<b>0.001*</b>
	<b>Problemas de desarrollo de producto</b>	<b>-0.40754</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Falta de conocimiento o experiencia</b>	<b>-0.58396</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Conflicto de socios o colaboradores</b>	<b>-0.68994</b>	<b>0.000*</b>

*Nota:* \*Estadísticamente significativo al 95% de confianza ( $p < 0.05$ ); \*\*Estadísticamente significativo al 90% de confianza ( $p < 0.1$ ). (\*\*\*) La categoría “Estilo de vida y consumo” implica los rubros de alimentación y bebidas; moda y belleza; turismo y viajes; arte y cultura y salud y bienestar.

Acorde a la tabla ser persona natural aumenta en 62.6% la probabilidad de éxito de creación de emprendimiento; además, participar en el "Programa Startup Lab UNSAAC" produce un aumento del 30.7% en la probabilidad de éxito, con una significancia de 0.000, confirmando el impacto positivo y significativo de esta intervención en la creación de emprendimientos exitosos; por otro lado, emprender en el rubro de estilo de vida y consumo causa un aumento del 28.4% en la probabilidad de éxito del emprendimiento, demostrando que este sector tiene un efecto positivo significativo en los resultados; asimismo, la participación en programas como "OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele" incrementa la probabilidad de éxito en un 25.9%, con una significancia estadística de 0.027, evidenciando que dichos programas favorecen el desarrollo emprendedor.

Un mayor porcentaje de financiamiento externo causa un incremento significativo del 17.8% en la probabilidad de éxito en la creación de emprendimientos, evidenciando que este tipo de financiamiento impulsa directamente el desarrollo exitoso de los proyectos; por otro lado, montos más altos de financiamiento externo pueden provocar una reducción del 19.31% en la probabilidad de éxito, debido a que, aunque el uso adecuado del financiamiento externo favorece el crecimiento al proporcionar recursos necesarios, un exceso de deuda o capital externo genera tensiones financieras que, si no se gestionan eficazmente, comprometen la viabilidad y el éxito a largo plazo del emprendimiento, en cuanto a los desafíos, la existencia de conflictos entre socios o colaboradores causa una disminución del 68.9% en la probabilidad de éxito del emprendimiento, evidenciando un efecto negativo significativo; de igual forma, los problemas en el desarrollo del producto provocan una reducción del 40.7% en la probabilidad de éxito, mientras que la falta de conocimiento y experiencia reduce esta probabilidad en un 58.3%. En los tres casos, la significancia estadística de 0.000 confirma la importancia y el fuerte impacto negativo que estas dificultades tienen sobre el éxito emprendedor.

**Contrastación de hipótesis:** Considerando que tanto el monto como el porcentaje de financiamiento externo resultaron estadísticamente significativos, se acepta la hipótesis alternativa ( $H_a$ ), que establece que un mayor financiamiento externo causa una influencia en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021, y se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ). Esto indica que las fuentes de financiamiento externas son un factor determinante que afecta la probabilidad de creación y desarrollo exitoso de emprendimientos en esta población.

### 6.2.1.3. Pruebas de hipótesis general

Para comprobar la hipótesis general, se modeló una regresión logística considerando ambos tipos de fuentes de financiamiento, junto con las variables de relevancia en el estudio. De esta manera, se establecieron las siguientes hipótesis:

$H_a$ : “Las fuentes de financiamiento influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021”.

$H_0$ : “Las fuentes de financiamiento no influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021”.

El modelo planteado para su comprobación fue el siguiente:

$$\text{Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento} = f(\text{financiamiento interno, financiamiento externo, rubro, registro del emprendimiento, curso o programa, desafíos})$$

Las variables utilizadas en el modelo fueron:

**Tabla 20***Variables e indicadores del Modelo Logit III*

Variable dependiente	Indicador
Probabilidad de éxito en la creación de emprendimiento	0 = No hubo éxito (cierre de emprendimiento); 1 = Hubo éxito
Variables independientes	Indicador
Financiamiento interno	- Monto en S/. de financiamiento interno obtenido - Se prestó de amigos o familiares: 0 = (No); 1 = (Sí) - Ahorro personal: 0 = (No); 1 = (Sí) - % de financiamiento interno
Financiamiento externo	- % de financiamiento externo - Monto en S/. de financiamiento externo obtenido
Rubro	- Rubro estilo de vida y consumo (rubro predominante) 0 = (Otro rubro); 1 = (Sí)
Registro del emprendimiento	- Persona jurídica: 0 = (No); 1 = (Sí) - Persona natural: 0 = (No); 1 = (Sí)
Curso o programa	- OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó) - Programa Startup Lab UNSAAC: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó) - Hult Prize: 0 = (No participó); 1 = (Sí participó)
Desafíos	- Conflicto de socios o colaboradores: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo) - Problemas de desarrollo de producto: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo) - Falta de conocimiento o experiencia: 0 = (No hubo); 1 = (Sí hubo)

*Nota:* El modelo fue estimado en STATA; las variables se eligieron según cómo funcionaban en el modelo logit. Algunas generaban errores, por colinealidad o falta de variabilidad, lo que impedía obtener resultados válidos, por lo que fueron retiradas para lograr un modelo estable y estimable.

**Tabla 21***Estimación del Modelo Logit III*

Variable dependiente: Y	Probabilidad de éxito de creación de emprendimiento	dy/dx (Coef)	P>z
Variables independientes: X	<b>Persona natural</b>	<b>0.908413</b>	<b>0.003*</b>
	<b>Programa Startup Lab UNSAAC</b>	<b>0.429728</b>	<b>0.007*</b>
	<b>OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele</b>	<b>0.324408</b>	<b>0.060**</b>
	<b>Porcentaje de financiamiento externas</b>	<b>0.315512</b>	<b>0.046*</b>
	<b>Estilo de vida y consumo (rubro)</b>	<b>0.313379</b>	<b>0.042*</b>
	Hult Prize	0.153699	0.142
	<b>Monto de financiamiento interno</b>	<b>0.149360</b>	<b>0.015*</b>
	Persona jurídica	0.126280	0.256
	Amigos o familiares	0.101919	0.365
	Financiamiento de incubadoras	0.099659	0.488
	Porcentaje de financiamiento interna	-0.099894	0.111
	<b>Monto de financiamiento externo</b>	<b>-0.216180</b>	<b>0.028*</b>
	Ahorro personal	-0.221337	0.102
	<b>Problemas de desarrollo de producción</b>	<b>-0.355204</b>	<b>0.000*</b>
	<b>Falta de conocimiento o experiencia</b>	<b>-0.813232</b>	<b>0.001*</b>
	<b>Conflicto de socios o colaboradores</b>	<b>-1.015815</b>	<b>0.001*</b>

*Nota:* \*Estadísticamente significativo al 95% de confianza ( $p < 0.05$ ); \*\*Estadísticamente significativo al 90% de confianza ( $p < 0.1$ ). (\*\*\*) La categoría “Estilo de vida y consumo” implica los rubros de alimentación y bebidas; moda y belleza; turismo y viajes; arte y cultura y salud y bienestar.

Los resultados obtenidos confirman la influencia significativa de estar inscrito como persona natural aumentando la probabilidad de éxito de creación del negocio en 90%; además, la participación en el programa "Startup Lab UNSAAC" genera un aumento significativo del 42.9% en la probabilidad de éxito, con una significancia de 0.007, demostrando que la capacitación y el apoyo brindados por programas especializados tienen un papel fundamental en el éxito de los emprendedores de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Respecto a la participación en programas, se observó que formar parte del programa OPEN FUTURE UNSAAC Wayra y Tele causa un incremento del 32.4% en la probabilidad de éxito, aunque con una significancia cercana al umbral (0.06), lo que sugiere un impacto positivo, pero con evidencia estadística marginal.

En cuanto a las fuentes de financiamiento externas, el porcentaje de financiamiento externo resultó significativo, con un valor de significancia de 0.046, y causa un aumento del 31.5% en la probabilidad de éxito; asimismo, se identificó que emprender en el rubro de estilo de vida y consumo (alimentación y bebidas, moda y belleza, turismo y viajes, arte y cultura, salud y bienestar) causa un aumento del 31.33% en la probabilidad de éxito, con una significancia de 0.042. Esto indica que la mayor demanda y crecimiento en estos sectores favorecen directamente el éxito de los emprendimientos que se desarrollan en estas áreas.

Los resultados obtenidos confirman la influencia significativa del monto de financiamiento interno, con un valor de significancia de 0.015. Esto demuestra que, a medida que aumenta el monto de financiamiento interno, se produce un incremento del 14.9% en la probabilidad de éxito en la creación de emprendimientos, destacando la importancia de contar con recursos propios en las primeras etapas, lo que facilita el inicio y la consolidación de los proyectos; por otro lado, montos elevados de financiamiento externo pueden generar una reducción del 21.6% en la probabilidad de éxito, lo que evidencia que, aunque las fuentes

externas son fundamentales para el crecimiento del emprendimiento, un exceso de deuda o capital externo provoca tensiones financieras que comprometen la viabilidad a largo plazo.

En relación con los desafíos, los conflictos entre socios o colaboradores reducen la probabilidad de éxito en un 51%, siendo este el desafío más frecuente, con una significancia de 0.001, además, los problemas en el desarrollo de productos causan una disminución del 35.5% en la probabilidad de éxito, con una significancia de 0.000 y la falta de conocimiento o experiencia provoca una reducción del 81.3%, con una significancia de 0.001; evidenciando la importancia de contar con un equipo cohesionado, una sólida estrategia en el desarrollo de productos y un nivel adecuado de experiencia para aumentar las probabilidades de éxito en el emprendimiento..

**Contrastación de hipótesis:** A partir de las significancias encontradas en relación con las fuentes de financiamiento, se acepta la hipótesis alternativa ( $H_a$ ), que establece que las fuentes de financiamiento ejercen una influencia directa y causal en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021, y se rechaza la hipótesis nula. Esto confirma que la disponibilidad y manejo adecuado de los recursos financieros determinan el éxito en la generación de nuevos emprendimientos en esta población.

En complemento con ello, se muestra una tabla donde se presenta la evolución del número de estudiantes emprendedores y el monto de financiamiento asignado al Vicerrectorado de Investigación (VRIN) a la cual pertenece la Unidad de Emprendimiento de la UNSAAC, durante el periodo 2018-2021. Esta muestra una tendencia ascendente en la participación estudiantil y menor asignación presupuestal de operatividad al 2018 (S/ 364,215.00), monto que disminuyó al 2019 (S/ 227,252.00), en el año 2020 (S/ 277,225.00) aumento con respecto al 2019 y luego disminuyó en 2021 (S/ 266,310.00) en recursos ordinarios, indicando volatilidad en el VRIN, en consecuencia también en la Unidad de Emprendimiento. Este

comportamiento muestra que a pesar de la disminución en la asignación presupuestal, existe una tendencia creciente de estudiantes animosos de iniciar sus propios negocios. También cabe recalcar que la Unidad de Emprendimiento no ha designado capitales semilla a los estudiantes que ganaron concursos que la Unidad de Emprendimiento articuló durante dicho periodo. Sin embargo, si hubo transferencia de mentorías y seguimiento de los emprendimientos incubados.

**Tabla 22**

*Evolución de financiamiento y emprendedores estudiantes de la Unsaac*

<b>Año</b>	<b>Número de emprendedores</b>	<b>Recursos Ordinarios (VRIN operatividad)</b>	<b>Asignación a la Unidad de Emprendimiento</b>	<b>Observación Asignación a rubro: Estudiantes</b>
2018	25	S/ 364,215.00	Sin asignación*	S/ 32,000.00
2019	33	S/ 227,252.00	Sin asignación*	S/ 15,000.00
2020	45	S/ 277,225.00	Sin asignación*	Sin asignación
2021	59	S/ 266,310.00	Sin asignación*	S/ 5,900.00
Total	162			

\*Sin asignación específica visible a la Unidad de Emprendimiento

El análisis del financiamiento destinado a la operatividad de la Unidad de Emprendimiento del VRIN y la creación de emprendimientos por parte de estudiantes de la UNSAAC entre los años 2018 y 2021 revela una tendencia que tiene relación, ya que si bien el monto asignado disminuyó el número de emprendedores ha aumentado. Este crecimiento refleja no solo un mayor interés por parte de los estudiantes en desarrollar iniciativas empresariales, sino una búsqueda de fuentes de financiamiento para desarrollar dichos proyectos; en total, durante los cuatro años analizados, se contabilizaron 162 emprendedores, lo cual evidencia un fortalecimiento del ecosistema emprendedor universitario en la UNSAAC, impulsado por alianzas estratégicas o mayores oportunidades en el entorno de emprendimiento.

Las fuentes de financiamiento de la Unidad de Investigación, de acuerdo con los Clasificadores Presupuestarios para los años fiscales analizados, provienen principalmente de Recursos Ordinarios, los cuales se destinan a garantizar la operatividad del VRIN, cubriendo actividades esenciales para su funcionamiento.



### **6.3. Preguntas complementarias a los ganadores de concursos de emprendimientos**

Se realizaron una serie de preguntas a los ganadores con el objetivo de conocer su experiencia en la participación de los programas de emprendimiento. De esta manera, se obtuvo la siguiente información:

#### **1. ¿Cuál fue la idea o el concepto detrás de tu emprendimiento que presentaste en el concurso? ¿Qué consideras que lo hizo destacar entre otras propuestas?**

- Lo que hizo destacar fue aterrizar la idea para llevarlo al siguiente nivel y eso fue gracias al buen equipo que logramos reunir (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)
- La idea surge en la universidad, no quería trabajar para nadie, quería tener algo propio pero sobre todo quería hacer algo con tantos problemas que hay en la sociedad y en mi facultad dan respuesta a muchos problemas pero no salen de un papel, y cuando inicié con mi proyecto y ganamos, fuimos un incentivo para muchos compañeros que también decidieron iniciar sus propios proyectos, nos presentamos a concursos para obtener fondos pero sobre todo para ganar experiencia, hacer contactos y capacitarnos. Lo que nos hizo destacar considero que fue la idea innovadora, pero sobre todo el objetivo que era la inseguridad alimentaria. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)
- Resolvíamos el problema hambre cero, donde ofrecían hacer una plataforma que conecta a personas que deseen mejorar su alimentación y alumnos de universidades que quieran generar ingresos extras. El cual es replicable en todo el Perú. Considero que lo más importante y lo que nos hizo resaltar fue el equipo, elegir bien a tu equipo es fundamental, porque son con quienes vas a trabajar, por ejemplo, nosotras ya llevamos cuatro o tres años aproximadamente. También es importante el líder, uno que pueda dirigir y orientar porque si no hay un líder entonces todos

al final tienen diferentes ideas, diferentes formas de ver y no se consolidan la idea.

(Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)

- La idea es una aplicación para estudiantes pre universitarios en el que intentamos preparar a los estudiantes para que postulen a las universidades, donde el aprendizaje es normalmente aburrido y nosotros lo hacemos divertido. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Los comentarios de los ganadores destacan varios factores clave que contribuyeron al éxito de sus emprendimientos. En primer lugar, la capacidad de transformar ideas innovadoras en proyectos viables fue esencial. Muchos enfatizaron la importancia de contar con un buen equipo, ya que este factor permitió llevar las ideas al siguiente nivel. Además, se mencionó que los proyectos surgieron como respuestas a necesidades sociales reales, como la inseguridad alimentaria, lo que les dio un propósito claro y los hizo destacar. La participación en concursos no solo fue una forma de obtener fondos, sino también una oportunidad para ganar experiencia, hacer contactos y capacitarse. Asimismo, se destacó la relevancia de un equipo bien seleccionado, donde un liderazgo claro y efectivo fue crucial para consolidar las ideas y asegurar su éxito. En general, los emprendedores coincidieron en que la combinación de una idea innovadora, un equipo sólido y un liderazgo efectivo fueron elementos determinantes para el éxito de sus proyectos.

## **2. ¿Podrías compartírnos un poco sobre tu experiencia en el concurso de financiamiento? ¿Qué te motivó a participar y cómo te enteraste del concurso?**

- Mi participación en el concurso fue enriquecedora debido a que las mentorías, apoyo emocional del grupo te hace más fuerte para poder continuar y presentar una idea más desarrollada y poder escalar con el proyecto. Las instituciones no dan a conocer abiertamente el enfoque de los concursos para poder participar, estos financiamientos en gran parte son dinero ya portar al crecimiento de los

emprendimientos, ese considero que es una falencia de la universidad, nosotras nos enteramos por un docente de un curso. (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)

- Cada concurso ha sido muy enriquecedor, los premios no solo fueron dinero también fueron mentorías y con cada una aprendimos bastante, sobre todo porque cada premio o cada capacitación llegaba con algo que necesitábamos ya sea software, asesoría para reconocer nuestra marca, me entere del concurso porque vimos con mi socio un banner, y en exposición estaba Monica Chavez y ella fue una motivación importante a tal punto que nos propusimos la idea de emprender y dar pie al proyecto de zetas con ayuda de Otra motivación fui yo, siempre quise ser líder, no estaba de acuerdo con lo encajonado que es la idea de familia, trabajo y decidí hacer un cambio en esa idea en mí. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)
- Ganamos un fondo, el expertiz de los mentores fue fundamental para nosotros, expertos en diferentes rubros como finanzas, marketing, alimentación. Tuvimos la oportunidad que los mentores se alineen mucho a nuestro emprendimiento, como es el caso de Manzana Verde, un emprendimiento referente a nivel del país. El cual nos pudo orientar el funcionamiento del rubro. Me enteré del concurso por las redes sociales de la universidad y por mi facultad, ya que hay varios mentores que son de mi facultad. (Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)
- Fue interesante, ISC es uno de los primeros concursos que participé, donde aprendí a realizar un speech, terminar de prototipar mi aplicación, además de realizar las primeras presentaciones. Me enteré por redes de la universidad y me inscribí. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Los comentarios sobre la experiencia en los concursos de financiamiento resaltan el impacto positivo de la participación, destacando tanto el apoyo recibido como las motivaciones personales para involucrarse. Muchos emprendedores

mencionaron que las mentorías y el apoyo emocional fueron claves para el desarrollo de sus proyectos, ya que les proporcionaron herramientas y confianza para continuar con sus ideas. Aunque algunos señalaron que la universidad no comunica de manera clara los enfoques y objetivos de los concursos, otros resaltaron la importancia de las oportunidades de capacitación y asesoría, las cuales les ayudaron a fortalecer aspectos cruciales de sus emprendimientos, como la marca, la gestión financiera y la expansión. Además, algunos se enteraron del concurso a través de docentes, redes sociales de la universidad y eventos de exposición, lo que les permitió conectar con los recursos necesarios para el crecimiento de sus proyectos. La motivación para participar estuvo ligada a la búsqueda de liderazgo personal y la necesidad de cambiar perspectivas tradicionales sobre la familia y el trabajo, lo que impulsó la creación de proyectos innovadores con un fuerte compromiso social.

### **3. ¿Qué desafíos enfrentaron al buscar inversores dispuestos a proporcionar capital semilla?**

- Una traba por así decir fue la misma universidad, ellos no nos dieron el apoyo que se necesitaba en el periodo que ganamos no recibimos el respaldo como institución que necesitamos, como estudiantes deberíamos recibir el apoyo principalmente de nuestra universidad (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)
- La tecnología en proceso se necesitaba testear y era un desafío que no superamos hasta que en HULT PRICE tuvimos mucha química con unos chicos de electrónica que nos decían que con tecnología si podíamos llegar a esos parámetros, automatizar el proceso y fue un éxito y en menos tiempo que era aún mejor, con el módulo más grande se cosecho hasta 40 Kg al mes, posterior a estos tenemos FUNGIEDU para enseñar el proceso y FUNGISHOP donde hay sustratos aditivos, semillas, cepas, placas. Para buscar inversores siempre participamos en concursos y ganábamos y era suficiente para continuar con el proyecto, estos concursos nos

ayudaron a no tercerizar nada, y con el dinero de los concursos lo reinvertíamos y aprendíamos a ahorrar aprendiendo a ser multidisciplinarios. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)

- Buscar un fondo de financiamiento es complicado y puede ayudarte encontrar concursos, pero son demasiados largos, por ejemplo, Hult Prize, ofrecía 1 millón de dólares, pero tenía varias etapas y concursar a nivel mundial con otros países. Otro reto es el acceso a información de los capitales ángeles. Nosotros iniciamos con capital de nuestros familiares, ahorros, el cual nos ayudó a iniciar, pero fue suficiente para darle sostenibilidad. (Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)
- Los desafíos como tal son económicos y también de conocimiento, porque quería hacer una plataforma tecnológica pero no se programar, no tenía las habilidades suficientes para empezar. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Los emprendedores enfrentaron diversos desafíos al buscar inversores dispuestos a proporcionar capital semilla, y muchos de estos obstáculos estuvieron relacionados con el apoyo institucional, los recursos limitados y la falta de conocimientos técnicos. Un aspecto común fue la falta de respaldo efectivo por parte de la universidad, lo que dificultó el acceso a recursos y apoyos clave en las primeras etapas. Algunos mencionaron que, aunque ganaron concursos y obtuvieron capital, no recibieron el apoyo esperado de la institución para llevar su proyecto al siguiente nivel. Además, la necesidad de probar y optimizar la tecnología fue otro desafío importante, pero en algunos casos, la colaboración con expertos de otros campos permitió superar esta barrera. Por otro lado, los emprendedores también enfrentaron dificultades en el acceso a fondos de inversores más grandes, como los capitales ángeles, y señalaron que la información sobre estos recursos es escasa y el proceso para acceder a ellos suele ser largo y complejo. En algunos casos, los emprendedores recurrieron al capital propio, como los ahorros personales y los fondos familiares, lo que les

permitió iniciar sus proyectos y darles sostenibilidad en sus primeros años. Estos desafíos resaltan la importancia de contar con un entorno de apoyo más robusto y recursos financieros más accesibles para los emprendedores en sus etapas iniciales.

**4. Después de ganar el concurso, ¿cómo utilizaste los fondos(mentores) obtenidos para impulsar y hacer crecer tu negocio?**

- Como cualquier emprendimiento necesitas financiar la validación del producto, nosotros teníamos el prototipo, pero como compruebo el propósito de mi producto, exactamente para eso es que necesitábamos el financiamiento y el dinero lo usamos para ello, básicamente esta fue la etapa que se financio con el premio para poder vender el producto como inversión. (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)
- Siempre lo usamos para reinvertir, seguir creciendo, aprendí mucho con esas mentorías, aprendimos de software, contabilidad y siempre concursamos para poder conseguir financiamiento. Lo que queremos es poder salir de Cusco, el nuevo proyecto es un nuevo laboratorio, expandir el mercado, pero para eso necesitamos un estudio de mercado, ver si los hongos producen igual acá y en otros lugares por la diferencia de temperatura, el tema digital más que todo. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)
- Se utilizó principalmente para hacer la plataforma de la página web, donde tuvimos que cubrir con nuestros ahorros el pago anual de la web. Porque al principio veíamos todo ese tema no entonces pues nuestros recursos, porque algunas de las socias ya habían empezado a trabajar. El equipamiento al inicio lo veíamos nosotras, por ejemplo, las recetas de Kusikuy. (Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)

- Sobre todo, fue para empezar a crear contenido, si bien teníamos preguntas de exámenes universitarios pasados, el financiamiento nos ayudó a recopilación de más información. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Después de ganar el concurso, los emprendedores utilizaron los fondos obtenidos de diversas maneras para impulsar y hacer crecer sus negocios. Uno de los usos más comunes fue la validación del producto, una etapa crucial en cualquier emprendimiento. Algunos destinaron el financiamiento a la mejora y prueba de sus prototipos, lo que les permitió comprobar la viabilidad de sus ideas y avanzar en la comercialización de sus productos. Otros utilizaron los fondos para reinvertir en el negocio, con el objetivo de seguir creciendo y expandiéndose, especialmente en áreas como la investigación de mercados y la expansión geográfica. Las mentorías recibidas también fueron esenciales, ya que proporcionaron conocimientos valiosos en áreas clave como contabilidad, software y gestión empresarial, lo cual les permitió mejorar sus operaciones. Algunos emprendedores destinaron los fondos a la creación de plataformas digitales y el pago de servicios, como el alojamiento web, lo que les permitió establecer una presencia en línea. En general, los emprendedores utilizaron los recursos obtenidos para fortalecer las bases de sus negocios, buscar nuevas oportunidades de expansión y asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

**5. ¿Qué consejos darías a otros emprendedores que estén considerando participar en concursos de financiamiento? ¿Cuáles son los elementos esenciales para prepararse y presentar de manera efectiva?**

- Debemos enfocarnos en el problema que ocurre y la solución que se necesita, mi consejo sería centrarte en el problema a solucionar y el medio ambiente que es un tema muy importante hoy en día, otro consejo sería que el equipo que armes sea multidisciplinario porque ese apoyo te va a ayudar a seguir tocando puertas y sean resilientes e innovadores. (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)

- Tengan un buen equipo , deben tener habilidades blandas, aprender a negociar, aprender a ser resilientes, sobre todo, porque es un proceso largo los resultados son a largo plazo, postulen a todos los concursos porque siempre se aprende algo nuevo, te enriqueces bastante. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)
- Yo recomendaría es tener primero un buen equipo, uno multidisciplinario, ya que son ellos los que te van a acompañar en esta ruta del emprendimiento. Y los elementos esenciales para presentar tu idea es entender el problema y que la idea solucione este problema. Además, que tengas un mercado donde tu como emprendimientos vas a vender, entender si eres B2B o B2C, cuáles son tus pilares, cómo te diferencias. (Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)
- Que se lancen, que las ideas no van a estar perfectas al principio, y que participe en algún tipo de concursos, aunque no ganes aprendes muchísimo y es lo que sirve de base para los siguientes concursos tus conocimientos se fortalezcan. Lo esencial que me ayudó fue la motivación y la misión de porque estas intentando hacer el emprendimiento, porque si solo quieres hacer un emprendimiento bonito no ayuda mucho, pero si tu emprendimiento está relacionado a solucionar una problemática real, es fundamental. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Los emprendedores que participaron en concursos de financiamiento recomiendan centrarse en resolver problemas reales y relevantes, como cuestiones sociales o ambientales. Aconsejan que la clave para tener éxito en estos concursos es contar con un equipo multidisciplinario, ya que cada miembro aporta habilidades complementarias que fortalecen el emprendimiento y ayudan a superar los obstáculos que surjan en el proceso. Además, enfatizan la importancia de desarrollar habilidades blandas, como la negociación y la resiliencia, pues el camino emprendedor es largo y lleno de desafíos. Es fundamental entender bien el problema que se quiere resolver, conocer el mercado y cómo diferenciarse, ya sea trabajando con otros



negocios (B2B) o directamente con consumidores (B2C). También se destaca la importancia de la motivación y la misión detrás del emprendimiento; un propósito sólido y una causa real que se desea resolver son fundamentales para mantener el enfoque y la energía, incluso cuando los resultados no sean inmediatos. Por último, recomiendan participar en todos los concursos posibles, ya que cada experiencia es valiosa y permite aprender algo nuevo que será útil en futuros proyectos.

**6. ¿Has mantenido algún tipo de relación o conexión con los organizadores del concurso después de ganar? ¿Ha habido oportunidades adicionales que se han presentado gracias a esta victoria?**

- La conexión es importante porque la entidad que te dio la oportunidad, ha sumado a tu crecimiento y también suma a más conocimiento, suma en el portafolio del emprendimiento y los alcances del proyecto, considero que en la mayoría de emprendimiento deben seguir en contacto desde mi punto de vista ya que también sirve de referencia para concursos futuros. (Emprendimiento Social. Yesenia P. N.)
- Si no con todos, pero con la mayoría sí, siempre me escriben a felicitarme o a decirme que están pendientes, las oportunidades adicionales diría yo que fue crear un nuevo emprendimiento y ahora estoy en eso y es muy importantes porque conocí a personas que se involucraron a pesar de que las mentorías terminaron y si es satisfactorio saber que hay personas que se involucraron mucho con los problemas que estamos abordando. (Diana P. “Ecostera Fungitech”)
- Si he mantenido relación con los organizadores y mentores de los concursos, ya que el ecosistema de emprendimiento en Cusco no es tan grande. Lo valioso de haber participado en el concurso es los contactos, por ejemplo, en ese momento fue Dara la presidenta y organizadora de varios concursos de emprendimientos, y hoy sigue impulsando el ecosistema de emprendimiento en Cusco. Además, también

podemos ver cómo otros emprendedores se desenvuelven en cada concurso y hoy pues son un gran referente. Actualmente estamos reinventando nuestro emprendimiento, pero vemos que hay varias oportunidades que vimos que están abiertas, donde los capacitan y los impulsan a crecer. (Mireya J. M. “Emprendimiento Kusikuy”)

- Si, por supuesto, me llevo super bien y aun mantengo comunicación con los organizadores y los mentores de los concursos. Periódicamente me ayudan estamos en contacto. Habido varias oportunidades, las primeras veces que aparecimos en alguna nota que nos ayudaron a conectar y nos enviaban algunas oportunidades adicionales. (Wilson C. “ISC - Impac Startup Competition”)

**Interpretación:** Después de ganar los concursos, muchos emprendedores han mantenido relaciones estrechas con los organizadores y mentores, lo cual ha sido clave para su crecimiento continuo. Estas conexiones no solo han servido como referencia para futuras competencias, sino que también han generado oportunidades adicionales, como la creación de nuevos emprendimientos, el acceso a nuevas redes de contactos y el impulso de sus proyectos. Algunos emprendedores destacan la importancia de estar en contacto con los organizadores, ya que el ecosistema de emprendimiento suele ser pequeño, y las relaciones establecidas con personas clave continúan siendo un apoyo esencial. Además, las oportunidades de capacitación y la posibilidad de recibir apoyo continuo, incluso después de que las mentorías hayan finalizado, son beneficios importantes que surgen de estas conexiones. En general, las relaciones con los organizadores no solo proporcionan respaldo en el corto plazo, sino que también ofrecen oportunidades de crecimiento a largo plazo.

#### 6.4. Discusión

La relación entre las fuentes de financiamiento y el éxito de los emprendimientos está respaldada por diversos estudios, que muestran la importancia tanto del financiamiento interno como externo, aunque en diferentes etapas del proceso emprendedor, tal como se observa en la siguiente tabla:

**Tabla 23**

*Comparativa sobre el financiamiento interno*

<b>Criterio</b>	<b>Estudio Actual</b>	<b>Messina y Pena (2013)</b>	<b>Díaz (2018)</b>
<b>Importancia del financiamiento</b>	Menciona que es crucial, especialmente en etapas tempranas y posteriores	Menciona que es clave pero no suficiente; parte de un proceso más amplio	Se destaca su relevancia por su accesibilidad y bajo costo
<b>Tipo de financiamiento analizado</b>	Interno (inicial) y externo (posterior)	Interno y externo	Principalmente interno
<b>Etapas del emprendimiento</b>	Realiza una diferenciación clara entre fases tempranas y posteriores	En general, se enfatiza en la necesidad de integración progresiva	Se centra en las etapas iniciales (emprendedores universitarios)
<b>Preferencia por financiamiento interno</b>	Es confirmada como tendencia en primeras fases	Se reconoce como importante, especialmente al inicio	Destaca una alta preferencia por accesibilidad
<b>Necesidad de financiamiento externo</b>	Se destaca como esencial en fases de crecimiento	Es reconocida en fases más avanzadas	No enfatiza al respecto
<b>Relación con el éxito emprendedor</b>	Se apoya la idea de influencia positiva, pero no como único factor	Menciona que influye positivamente en la facturación	No lo trata directamente
<b>Similitudes</b>	Se alinea con las otras investigaciones al mostrar la evolución en la estrategia financiera	Destaca la importancia del financiamiento interno inicial	Reconoce la necesidad de adaptarse a los recursos disponibles
<b>Diferencias</b>	El estudio es más amplio, ya que analiza distintas fases y fuentes	Realiza un análisis más estructurado del proceso emprendedor	Centra su enfoque en universitarios y recursos propios

De acuerdo a lo observado en la Tabla 20, Messina y Pena (2013) mencionan que, el financiamiento es un componente clave del proceso emprendedor, pero no es la solución

definitiva. En su análisis, se destaca que el apoyo económico influye positivamente en la facturación de los emprendedores, pero este apoyo debe integrarse como un elemento más dentro de un proceso más amplio. En este contexto, los resultados de este estudio corroboran la importancia del financiamiento interno, especialmente en las primeras fases del emprendimiento, donde los emprendedores tienden a depender de recursos propios o de familiares y amigos. Esta tendencia coincide con lo señalado por Díaz (2018), quien argumenta que la mayoría de los emprendedores universitarios optan por recursos propios debido a su accesibilidad y menores costos. A pesar de esta preferencia inicial por el financiamiento interno, los emprendedores también enfrentan la necesidad de recurrir a fuentes externas a medida que sus proyectos crecen, como lo muestra el aumento de la relevancia del financiamiento externo en fases posteriores del ciclo de vida de los emprendimientos.

Por otro lado, el financiamiento externo, aunque juega un papel fundamental en el crecimiento y la expansión de los emprendimientos, presenta desafíos asociados a la gestión de deuda y a la disponibilidad de fondos, tal como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 24**

*Comparativa sobre el financiamiento externo*

Criterio	Estudio Actual	Vergara (2022)	Owen y Vedanthachari (2023)
<b>Función del financiamiento externo</b>	Se destaca como fundamental para el crecimiento y la expansión de los emprendimientos	Coincide en que es relevante, pero advierte que su disponibilidad se reduce con el tiempo	Lo considera indispensable para el éxito sostenible, sobre todo en sectores innovadores
<b>Riesgos del financiamiento externo</b>	Señala que puede generar tensiones financieras si hay dependencia excesiva de deuda	Muestra preocupación por la reducción de opciones a medida que avanza el emprendimiento	Plantea que un sistema mal estructurado puede limitar el acceso equitativo al financiamiento
<b>Importancia de la planificación</b>	Resalta la necesidad de una estrategia financiera a largo plazo	Refuerza la importancia de planificar el acceso a financiamiento según la etapa del emprendimiento	Propone un enfoque estructural que incorpore planificación, inclusión y sostenibilidad

<b>Visión sobre el ecosistema de apoyo</b>	Sugiere que el apoyo financiero debe complementarse con políticas y fortalecimiento de capacidades	No profundiza en el ecosistema, aunque reconoce la necesidad de estrategias sostenidas	Enfatiza la creación de un ecosistema inclusivo, con diversidad de fuentes y soporte integral
<b>Impacto en el éxito emprendedor</b>	Considera que el financiamiento externo mejora las probabilidades de éxito, pero no lo garantiza	Relaciona el acceso a financiamiento con el avance del emprendimiento, pero no como único factor	Subraya que el éxito depende de un entorno que facilite apoyo continuo, especialmente en sectores clave
<b>Similitudes</b>	Coincide con ambos estudios en destacar el papel del financiamiento en el desarrollo emprendedor	Comparte la visión sobre la necesidad de planificación y los límites del financiamiento en el tiempo	Comparte el enfoque integral del financiamiento como parte de un sistema amplio de apoyo
<b>Diferencias</b>	Aborda de forma más equilibrada los beneficios y riesgos del financiamiento externo	Se centra más en la disminución progresiva del acceso y la planificación estratégica	Propone una visión estructural y de política pública con foco en inclusión y sostenibilidad a largo plazo

De acuerdo con la Tabla 21, los resultados de este estudio coinciden con los de Vergara (2022), que indicaron que las opciones de financiamiento se reducen a medida que el emprendimiento avanza, lo que refuerza la necesidad de una planificación estratégica a largo plazo. Si bien el financiamiento externo puede mejorar las probabilidades de éxito, como lo demuestra su impacto positivo en la creación y los primeros años de los emprendimientos, también está relacionado con el riesgo de generar tensiones financieras, especialmente cuando los emprendedores dependen en exceso de deuda. Este fenómeno subraya la importancia de un ecosistema de financiamiento emprendedor que no solo ofrezca apoyo financiero, sino que también incluya políticas que fomenten la integración de diversas fuentes de financiamiento y el desarrollo de capacidades empresariales. Como señalan Owen y Vedanthachari (2023), la creación de un ecosistema de financiamiento inclusivo y a largo plazo es esencial para

garantizar el éxito sostenible de los emprendedores, especialmente en sectores innovadores como el Cleantech, que requieren un enfoque integral de apoyo financiero.

Los resultados obtenidos en este estudio sobre las fuentes de financiamiento y el éxito en la creación de emprendimientos refuerzan la relevancia de los hallazgos presentados por diversos autores, tal como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 25**

*Comparativa sobre el financiamiento y el éxito en la creación de empresas*

Criterio	Estudio Actual	Douglas et al. (2022)
<b>Factores clave para el éxito</b>	Señala que el acceso a financiamiento, especialmente en las distintas etapas, es esencial para la creación de emprendimientos.	Identifican el acceso a financiamiento, la autoeficacia y la actitud positiva como factores clave para la creación de emprendimientos.
<b>Importancia del financiamiento interno</b>	Indica que los recursos propios en fases iniciales favorecen la autonomía y el control del proyecto	Coinciden en que la confianza y autonomía del emprendedor refuerzan la intención de emprender
<b>Rol de la autoeficacia emprendedora</b>	Se infiere a través del vínculo entre control sobre el proyecto y éxito	La autoeficacia es central como elemento que potencia las intenciones y habilidades emprendedoras
<b>Actitud hacia el emprendimiento</b>	Se menciona como un factor asociado al éxito en etapas tempranas, reflejado en el uso de recursos propios	La actitud positiva es directamente relacionada con mayores probabilidades de emprender
<b>Necesidad de financiamiento externo</b>	Reconoce que aumenta en etapas de crecimiento y consolidación	También la relacionan con el desarrollo de habilidades necesarias para escalar el negocio
<b>Relación entre financiamiento y crecimiento</b>	Aporta evidencia de que el acceso a capital en fases posteriores impulsa la consolidación del emprendimiento	Enfatizan que la intención de crecer está mediada por la confianza y acceso a capital
<b>Similitudes</b>	Coincide en que factores psicológicos y estructurales influyen en el éxito emprendedor	Comparte la idea de que la autoeficacia y el financiamiento impulsan las intenciones y capacidades emprendedoras
<b>Diferencias</b>	Aborda con más detalle las fases del emprendimiento y los tipos de financiamiento utilizados	Enfoca más en los aspectos psicológicos que condicionan la intención de emprender

De acuerdo a la Tabla 22, se observa que Douglas et al. (2022), indican que el acceso a financiamiento, la autoeficacia emprendedora y la actitud positiva hacia el emprendimiento

son factores clave para fortalecer las habilidades emprendedoras, lo cual, a su vez, aumenta las intenciones emprendedoras. En este sentido, los emprendedores que cuentan con recursos internos en las fases iniciales del emprendimiento (como ahorros personales o el apoyo de familiares) tienen una mayor probabilidad de éxito, ya que tienen más control sobre sus proyectos y son más autónomos en la toma de decisiones. Este comportamiento refleja la confianza en sus capacidades emprendedoras y la actitud positiva hacia el emprendimiento, tal como lo describe Douglas et al. (2022). Sin embargo, a medida que los proyectos avanzan, la necesidad de financiamiento externo se incrementa, lo cual refuerza lo señalado por el estudio, dado que los emprendedores deben acceder a capital adicional para escalar y consolidar sus negocios, lo que también está relacionado con una mayor habilidad emprendedora y la intención de crecer.

Por otro lado, los resultados de Padilla et al. (2019) y Lopez et al. (2024) refuerzan las dificultades que enfrentan los emprendedores, especialmente los universitarios, para acceder a financiamiento y los retos relacionados con la difusión de programas de apoyo, tal como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 26**

*Comparativa sobre las dificultades que enfrentan los emprendedores universitarios*

<b>Criterio</b>	<b>Estudio Actual</b>	<b>Padilla et al. (2019)</b>	<b>Lopez et al. (2024)</b>
<b>Acceso al financiamiento</b>	Señala dificultades de acceso, especialmente en etapas de validación y expansión	Indica que los estudiantes emprendedores perciben barreras significativas para acceder a financiamiento	Afirma que el acceso es limitado, especialmente en entornos universitarios
<b>Etapas críticas del emprendimiento</b>	Identifica la necesidad de apoyo financiero durante las fases de crecimiento y consolidación	Se enfoca en el inicio del emprendimiento, especialmente en contextos educativos	Hace énfasis en los retos de validación y escalamiento, alineándose con el estudio actual
<b>Programas de apoyo institucional</b>	Señala que su baja visibilidad y alcance dificultan el desarrollo	Destaca el papel positivo de los programas	Indica que la falta de programas efectivos

	de emprendimientos universitarios	universitarios de titulación por emprendimiento	limita el crecimiento de los proyectos
<b>Importancia del entorno institucional</b>	Subraya la necesidad de políticas públicas y ecosistemas de apoyo más robustos	Menciona que el entorno universitario puede ser un facilitador clave si existen programas bien implementados	Resalta la debilidad del entorno en ofrecer financiamiento y acompañamiento efectivo
<b>Tipo de población analizada</b>	Incluye a emprendedores en general, con énfasis en etapas de consolidación	Se enfoca en estudiantes universitarios con interés en emprender	También analiza emprendedores universitarios y sus principales barreras
<b>Similitudes</b>	Coincide con ambos estudios al identificar barreras de acceso al financiamiento y deficiencias en el apoyo	Comparte la visión sobre la importancia del acompañamiento institucional y el rol de la universidad	Coincide en los retos de acceso a recursos financieros y necesidad de entornos más estructurados
<b>Diferencias</b>	Aborda con mayor profundidad el papel del financiamiento en fases avanzadas del emprendimiento	Se enfoca más en etapas iniciales y en el contexto educativo formal	Resalta la falta de visibilidad de los programas más que su diseño o estructura

De acuerdo con la Tabla 23, el estudio de Lopez et al. (2024) menciona que el acceso al financiamiento es limitado, lo que se alinea con los hallazgos de este estudio, donde el financiamiento externo se vuelve crucial en las fases de validación y expansión del emprendimiento, pero también se observa que los emprendedores enfrentan obstáculos debido a la falta de recursos y de apoyo institucional. Esto resalta la importancia de políticas de apoyo y programas de financiamiento más accesibles y visibles, como los mencionados por Padilla et al. (2019), quienes destacan que los estudiantes de universidades con modalidades de titulación por emprendimiento perciben estas alternativas como un apoyo crucial para iniciar sus negocios. Estos factores subrayan la necesidad de un entorno más favorable y la creación de ecosistemas de apoyo más robustos, que permitan a los emprendedores acceder a financiamiento y recibir el seguimiento necesario para superar los retos que enfrentan, especialmente durante las etapas críticas de crecimiento y consolidación.



**Tabla 27***Comparativa sobre las etapas de financiamiento*

<b>Criterio</b>	<b>Estudio Actual</b>	<b>Lazaro (2016)</b>
<b>Etapas del financiamiento</b>	Muestra que el uso de financiamiento varía según la fase del proyecto (inicial o avanzada)	Señala que cada ronda de financiamiento está ligada a hitos específicos
<b>Fuentes en etapas iniciales</b>	Predomina el uso de recursos propios y apoyo familiar o laboral	Coincide al indicar que los emprendedores recurren a redes personales en fases tempranas
<b>Acceso a financiamiento externo</b>	Relacionado con el avance del proyecto y la confianza en el equipo emprendedor	Afirma que la atracción de inversión depende de la credibilidad del equipo y del cumplimiento de hitos
<b>Similitudes</b>	Ambos estudios vinculan el tipo de financiamiento con la etapa del proyecto y la solidez del equipo	Coincide en que la confianza y las redes previas son claves para avanzar en las rondas de financiamiento
<b>Diferencias</b>	Da más peso a los datos empíricos sobre fuentes utilizadas por emprendedores	Enfoca su análisis desde una perspectiva más teórica y estructurada sobre el proceso de financiamiento

Asimismo de acuerdo con la Tabla 24, los resultados del estudio sobre el financiamiento en emprendedores coinciden con las conclusiones de Lazaro (2016), quien señala que cada ronda de financiamiento está vinculada a la consecución de hitos específicos. En este sentido, los emprendedores que pasan por las etapas iniciales de sus proyectos, como la búsqueda de idea y validación, a menudo recurren a fuentes internas o a redes laborales y familiares, como reflejan los datos obtenidos en este estudio, donde se observa que un alto porcentaje de emprendedores usa recursos propios o apoyos familiares para iniciar su negocio. Sin embargo, a medida que los proyectos alcanzan una etapa más avanzada, la necesidad de financiamiento

externo se incrementa, lo que también resalta la importancia de las relaciones previas y la confianza en el equipo emprendedor. Los emprendedores que logran atraer inversión externa generalmente lo hacen porque los inversionistas confían en las competencias del equipo, lo cual es un factor relevante también en el estudio, ya que la disponibilidad de financiamiento externo está vinculada al crecimiento y escalabilidad del proyecto.

**Tabla 28**

*Comparativa sobre sobre motivos de emprendimiento*

<b>Criterio</b>	<b>Estudio Actual</b>	<b>Puco (2021)</b>	<b>Loayza (2022)</b>
<b>Motivaciones emprendedoras</b>	Se reconoce que algunos emprendedores tienen objetivos sociales o comunitarios	Destaca la motivación social, ambiental y el espíritu emprendedor en universitarios	Se enfoca más en motivaciones individuales ligadas a independencia y desarrollo personal
<b>Relación con el financiamiento</b>	La naturaleza del proyecto influye en la elección entre fuentes internas y externas	Afirma que proyectos con impacto social atraen financiamiento alineado con sus valores	Señala que la edad y nivel educativo influyen en la preferencia por fuentes externas
<b>Preferencia por fuentes externas</b>	Se observa un aumento en su uso a medida que el emprendimiento madura	No es el foco principal, pero reconoce que el tipo de proyecto puede condicionar la fuente	Muestra una tendencia clara en jóvenes (23-29 años) a preferir financiamiento externo
<b>Similitudes</b>	Comparte con ambos estudios la idea de que el perfil del emprendedor y la naturaleza del proyecto afectan las decisiones financieras	Coincide en el vínculo entre propósito del emprendimiento y tipo de financiamiento	Coincide en que los jóvenes tienden a buscar financiamiento externo conforme sus necesidades crecen
<b>Diferencias</b>	Aporta un enfoque más centrado en el crecimiento del proyecto y sus fases	Da prioridad al componente social como motivador de las decisiones de financiamiento	Se enfoca en el perfil etario y educativo como variables principales para entender las decisiones financieras

De acuerdo con la Tabla 25, los hallazgos de Puco (2021) aportan una perspectiva interesante sobre los motivos de los emprendedores universitarios, que en su mayoría se motivan por un espíritu empresarial, así como por la resolución de problemas sociales y ambientales. Estos factores pueden influir en la búsqueda de financiamiento, ya que los emprendedores tienden a atraer inversores interesados en proyectos con un impacto social o

ambiental, lo que a su vez afecta las decisiones sobre las fuentes de financiamiento utilizadas. En este contexto, la decisión de financiarse con recursos propios o de fuentes externas también puede estar ligada a la naturaleza de los proyectos, especialmente en los casos en los que los emprendedores no buscan exclusivamente generar ganancias, sino también un cambio en su comunidad. Por otro lado, el estudio de Loayza (2022) sobre las preferencias de los emprendedores más jóvenes destaca cómo la edad y el nivel educativo influyen en las opciones de financiamiento. En particular, los emprendedores de entre 23 y 29 años tienden a preferir el financiamiento externo y a emprender de manera independiente, lo que coincide con la tendencia observada en este estudio de recurrir a fuentes externas de financiamiento a medida que los proyectos avanzan y los emprendedores necesitan recursos adicionales para su crecimiento. Esto resalta la importancia de adaptarse a las necesidades cambiantes de los emprendedores a medida que maduran, así como la necesidad de ofrecer opciones de financiamiento más accesibles para diferentes grupos de emprendedores según su perfil y etapa de desarrollo.

Por otra parte, los resultados obtenidos permiten analizar el papel de las fuentes de financiamiento y otros factores en la creación y sostenibilidad de los emprendimientos a la luz de diversas teorías que explican el comportamiento emprendedor, en primer lugar, desde la teoría conductual del emprendimiento, se observa que la decisión de recurrir a financiamiento interno o externo no responde únicamente a cálculos racionales de rentabilidad, sino también a percepciones, creencias y sesgos de los emprendedores, el hecho de que el financiamiento interno incrementa la probabilidad de éxito refleja la preferencia por minimizar riesgos y conservar el control, una conducta coherente con la tendencia a valorar más los recursos propios y a evitar la dependencia externa, sin embargo, la evidencia también muestra que el financiamiento externo, aunque aumenta en 31.5% la probabilidad de éxito, puede convertirse en un factor de vulnerabilidad cuando se asume un nivel excesivo de deuda, reduciendo la

probabilidad mostrando cómo las decisiones financieras están influenciadas no solo por la disponibilidad de capital, sino también por los sesgos de optimismo y sobreconfianza descritos en la economía conductual, que llevan a sobreestimar la capacidad futura de pago o los ingresos esperados.

Desde la teoría de las perspectivas de Kahneman y Tversky, estos resultados pueden entenderse a partir de la manera en que los emprendedores evalúan ganancias y pérdidas en relación con un punto de referencia, la preferencia por el financiamiento interno se vincula con la aversión a la pérdida, ya que el uso de recursos propios reduce la percepción de riesgo frente a una posible deuda impagable, sin embargo, conforme el emprendimiento avanza y requiere mayor capital, muchos optan por financiamiento externo, guiados por un optimismo desmedido frente a las ganancias probables, lo que los impulsa a asumir riesgos adicionales, este comportamiento coincide con la tendencia identificada en la teoría prospectiva: ser más conservadores frente a ganancias aseguradas, pero más arriesgados cuando se enfrentan a la posibilidad de pérdidas.

Por su parte, la teoría de la conducta planificada permite interpretar cómo las actitudes, las normas subjetivas y el control percibido influyen en las decisiones de financiamiento, pues considerando que un alto porcentaje de emprendedores recurra a recursos propios en las etapas iniciales refleja una actitud positiva hacia la independencia financiera y la autogestión, al mismo tiempo, las normas sociales, como el apoyo de familiares y amigos, refuerzan esta elección en fases tempranas, no obstante, en la medida en que el emprendimiento crece, el control percibido sobre los recursos propios disminuye y los emprendedores buscan apoyo externo, ajustando su comportamiento en función de las exigencias del entorno y de la viabilidad percibida de mantener el negocio a escala.

Finalmente, la teoría de la motivación de logro de McClelland ayuda a comprender por qué los emprendedores no se limitan a operar con los recursos disponibles, sino que buscan expandirse y consolidarse incluso a costa de mayores riesgos, pues en el estudio se muestra que emprender en sectores como alimentación, moda, turismo y salud aumenta la probabilidad de éxito así como la participación en programas como Startup Lab UNSAAC lo cual evidencia que quienes poseen una alta motivación de logro se orientan hacia metas ambiciosas, aceptan retos con un nivel moderado de riesgo y valoran las oportunidades de capacitación y networking como medios para mejorar su desempeño; en contraste, los factores negativos identificados, como los conflictos entre socios, la falta de experiencia y los problemas en el desarrollo de productos muestran cómo la ausencia de habilidades sociales, la carencia de aprendizajes previos y la débil capacidad innovadora limitan la concreción de dichas motivaciones, traduciéndose en un mayor riesgo de fracaso.

Es así que, la integración de estas teorías permite concluir que la creación y sostenibilidad de los emprendimientos no dependen únicamente de la disponibilidad de capital, sino también de las percepciones, actitudes, motivaciones y sesgos psicológicos que orientan la toma de decisiones, por lo que, la comprensión de estos elementos resulta clave para diseñar políticas de apoyo, programas de capacitación y estrategias de financiamiento que no solo fortalezcan la disponibilidad de recursos, sino que también ayuden a los emprendedores a tomar decisiones más realistas y sostenibles.

## Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

### 7.1. Conclusiones

1. Las fuentes de financiamiento influyen significativamente en la creación de los emprendimientos; el financiamiento interno incrementa la probabilidad de éxito en un 14.9%, mientras que el externo la eleva en un 31.5%, aunque niveles altos de endeudamiento reducen dicha probabilidad en un 21.6%, asimismo, emprender en sectores como alimentación, moda, turismo y salud aumenta el éxito en un 31.33%, y la participación en programas de apoyo, en especial el Startup Lab UNSAAC, lo incrementa hasta en un 42.9%. Entre los principales obstáculos destacan los conflictos entre socios (-51%), los problemas en el desarrollo de productos (-35.5%) y la falta de experiencia (-81.3%), además, el 54.0% de los emprendedores combinó financiamiento interno y externo, el 69.8% identificó oportunidades como origen de sus ideas, el 90.5% realizó estudios de mercado y el 42.9% probó prototipos, aunque las limitaciones financieras (38.1%) y la dificultad para conformar equipos de trabajo (42.9%) fueron los principales desafíos y el 57.2% de los emprendimientos continúa en funcionamiento, mientras que el 42.8% cerró sus actividades.
2. Las fuentes de financiamiento internas influyen de manera significativa en la creación de emprendimientos, con un valor de significancia de 0.015, su papel es clave en las etapas iniciales, particularmente en la fase de búsqueda de la idea, donde el 36.5% de los emprendedores recurrió a recursos propios, predominaron los ahorros personales y el apoyo de familiares o amigos, lo que refleja una preferencia por utilizar capital disponible sin depender de financiamiento externo. En las siguientes fases, como la validación de la idea y la identificación de recursos, este tipo de financiamiento continuó siendo la principal opción, con un 54.0% de los emprendedores que lo mantuvo como estrategia. Todos los emprendedores encuestados utilizaron fuentes internas en el inicio de sus proyectos, de los

cuales el 11.1% recibió apoyo de socios, asimismo, el 41.3% cubrió entre el 51% y 75% de sus necesidades con financiamiento interno, con montos que en su mayoría oscilaron entre S/ 5,500 y S/ 10,000 (31.7%), además, el 81% recurrió solo una vez a este tipo de financiamiento, mientras que un 22.2% señaló como principales motivos evitar deudas externas y confiar en la seguridad del capital interno y aunque el 35.5% manifestó una percepción neutra, un 3.2% reconoció que el financiamiento interno tuvo un impacto positivo en el desarrollo de sus proyectos.

3. Las fuentes de financiamiento externas influyen significativamente en la creación de los emprendimientos, con un valor de significancia de 0.046, especialmente en las fases de validación (41.3%) y creación (44.4%), donde se requiere capital adicional para consolidar los proyectos, aunque en los primeros años de operación su uso disminuye (33.3%). Si bien el 100% de los emprendedores accedió a financiamiento externo, principalmente a través de incubadoras y aceleradoras (61.9%), la cobertura fue limitada, ya que el 41.3% indicó que menos del 25% de su capital inicial provino de estas fuentes y el 38.1% recibió montos reducidos (entre S/ 0 y S/ 3,500); el principal factor que motivó su uso fue la necesidad de capital adicional (33.3%), aunque el acceso se vio restringido por requisitos complejos (55.6%), en términos de impacto, los resultados fueron mixtos: mientras un 44.4% reconoció un efecto positivo, el 47.6% no percibió cambios significativos, lo que evidencia que, si bien las fuentes externas son claves para el crecimiento, su alcance real sigue siendo limitado.

## 7.2. Recomendaciones

1. Los emprendedores deben combinar estratégicamente financiamiento interno y externo, enfocarse en sectores con alto potencial como alimentación, moda, turismo y salud, y participar en programas como OPEN FUTURE y Startup Lab UNSAAC; por otro lado, considerando que la información exacta sobre el financiamiento otorgado a la Dirección de Emprendimiento y Gestión es limitada, se recomienda establecer un mayor seguimiento y publicación periódica de estos datos para garantizar la transparencia. Asimismo, es importante implementar más programas que fortalezcan el ecosistema emprendedor universitario y ampliar la difusión de oportunidades para la creación de emprendimientos. En el caso del programa Paqarina Wasi, cuya información disponible es escasa, se sugiere mejorar su promoción y transparentar sus resultados, con el fin de incrementar su alcance y efectividad en el apoyo a los emprendedores.
2. Dado que el financiamiento interno desempeña un papel clave en las etapas iniciales del emprendimiento, se recomienda que los emprendedores prioricen el uso de sus recursos personales durante la fase de búsqueda y validación de ideas. Esta estrategia no solo reduce la dependencia de fuentes externas, sino que también garantiza un mayor control sobre el negocio, preservando su autonomía. Es aconsejable que las fuentes internas se consideren la opción principal en los primeros años, recurriendo a préstamos o financiamiento externo únicamente cuando sea indispensable para la expansión y consolidación del emprendimiento.
3. A medida que los emprendimientos avanzan, resulta fundamental que los emprendedores reconozcan la creciente relevancia de las fuentes de financiamiento externas. En las etapas de validación y crecimiento, se recomienda buscar activamente inversionistas, fondos de capital de riesgo o préstamos que permitan afrontar los retos propios de la expansión y el escalamiento del negocio. No obstante, es esencial estar preparados para gestionar de



forma responsable la deuda y las expectativas de los inversionistas, evitando que estos factores comprometan la estabilidad financiera. Asimismo, se sugiere fortalecer la educación en gestión financiera, de modo que los emprendedores puedan tomar decisiones más informadas y estratégicas conforme sus negocios evolucionan.

4. Destinar una mayor proporción del presupuesto del VRIN a fortalecer incubadoras, laboratorios de innovación y fondos semilla, garantizando acceso directo de los estudiantes a capital inicial y asesoría técnica, esto permitirá que más proyectos viables superen las etapas críticas de validación y creación, reduciendo la tasa de abandono de emprendimientos universitarios.
5. Crear líneas de financiamiento específicas que prioricen proyectos estudiantiles innovadores en sectores estratégicos (alimentación, turismo, tecnología, salud), vinculando la entrega de recursos con capacitaciones en gestión empresarial y redes de contacto, esta estrategia aseguraría un uso más eficiente del presupuesto y generaría un mayor impacto en la sostenibilidad de los emprendimientos nacidos en la UNSAAC.

### Referencias Bibliográficas

- Acevedo, A., & Linares, C. (2008). El proceso de innovación dentro del diseño estratégico de las organizaciones. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 11(2), 33-44.
- Aching, C. (2006). *Matemáticas Financieras Para Toma de Decisiones Empresariales*. México : Editorial McGraw-Hill.
- Adelman, I. (1961). *Theories of Economic Growth and Development*. Stanford University Press, Stanford.
- Adie, J., & Cárdenas, L. (2021). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4219>
- Aguado, J. (2023). Aversión al riesgo al tomar decisiones económicas, efecto, certeza y estimación de probabilidades. *Retos Revista de Ciencias de Administración y Economías*, 13(25), 49-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n25.2023.04>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 179-211.
- Akhter, R., & Sumi, F. (2014). Socio-cultural factors influencing entrepreneurship activities: A study on Bangladesh. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(9), 1-10.
- Aldrich, H. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage Publications.
- Aldrich, H., & Ruef, M. (2006). *Organizations Evolving. Second Edition*. <https://amirone2006.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/02/aldrich-and-ruef-2006.pdf>
- Alvarez, A. (2019). Emprendedores por necesidad. Factores determinantes. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 166, 3-24. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>

- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource based theory. *Journal of Management*, 27, 755-775.
- Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00122-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00122-2)
- Arévalo, G., Zambrano, S., & Vázquez, A. (2021). Teoría del Pecking Order para el análisis de la estructura de capital: aplicación en tres sectores de la economía. *Revista Finanzas y Política Económica*, 14 (1): 99-129.
- Arias, C., López , P., Villegas , C., & Echavarría , J. (2020). Emprendimiento universitario y educación emprendedora: Una revisión de literatura. *Revista Reflexiones Y Saberes*(12), 51–65. <http://34.231.144.216/index.php/RevistaRyS/article/view/1192>
- Arroyo, G., Medina, E., & Chamorro, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica. *Revista de Ciencias Sociales RCS*, 26(3), 163-174. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7565474.pdf>
- Atkinson, J. (1964). *NostrandAn Introduction to Motivation*. Princeton, N.J: Van.
- Bagur, S., Rosselló, M., Paz, B., & Verger, S. (2021). El enfoque integrador de la metodología mixta en la investigación educativa. *RELIEVE. Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 27(1), 1-21. <https://doi.org/http://doi.org/10.30827/relieve.v27i1.21053>
- Bajo, C. (2023). *El emprendimiento en África crece en un escenario de desplome de la inversión global en 'start-ups'*. El País. <https://elpais.com/planeta-futuro/2023-03-26/el-emprendimiento-en-africa-crece-en-un-escenario-de-desplome-de-la-inversion-global-en-startups.html>
- BBVA. (13 de Junio de 2023). *Communications*. <https://www.bbva.com/es/innovacion/que-es-un-emprendedor-visionario-ejemplos-de-exito/>

- BBVA. (26 de Agosto de 2024). *Innovación*.  
<https://www.bbva.com/es/innovacion/emprendimiento-por-necesidad-que-es-y-algunos-ejemplos/>
- Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la “entrevista etnográfica. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22380/2539472x.388>
- Ben, E., & Ezzeddine, B. (2020). Behavioral entrepreneurship theory: A survey and future directions. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(4).  
[https://www.researchgate.net/publication/321837526\\_Behavioral\\_Entrepreneurship\\_Theory\\_a\\_Survey\\_and\\_Future\\_Directions](https://www.researchgate.net/publication/321837526_Behavioral_Entrepreneurship_Theory_a_Survey_and_Future_Directions)
- Betancourt, B. (2023). *Fundamentos de Innovación*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Black, C. (2020). *FINANCIAMIENTO PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN EL PERÚ*. Lima, Perú.
- Blacutt, J. (2021). La innovación, un tema recorriendo los caminos de la teoría de la administración. *Revista Perspectivas*(47).  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332021000100006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332021000100006)
- Böhm-Bawerk, E. (1889). *Teoría Positiva del Capital*. Ediciones Aosta.
- Bravo, I., Bravo, M., Preciado, J., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista economía y política*, 33(1), 139-155.  
<https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Bustos, P. (2017). *CARACTERIZACIÓN DE LA UTILIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN PYMES APOYADAS POR CDN – SERCOTEC*. Chile.

- Callegari, B., & Nybakk, E. (2022). Schumpeterian theory and research on forestry innovation and entrepreneurship: The state of the art, issues and an agenda. *Forest Policy and Economics*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.forpol.2022.102720>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en general*. London: Ed. Henry Higgs.
- Carrión, H., Jiménez, S., & Duran, Y. (2018). Las redes sociales en el emprendimiento de una marca comercial. *Pol. Con.*, 3(5), 54-65 . <https://doi.org/10.23857/pc.v3i5.482>
- Cempromype. (2020). *Emprendiendi desde la escuela*. Cempromype. <https://ceccsica.info/sites/default/files/inline-files/6.5.1%20Presentaci%C3%B3n%20de%20la%20sesi%C3%B3n.pdf>
- Cenpromype. (2020). *Estrategia regional de fomento al emprendimiento*. Cenpromype.
- CEPLAN. (2017). *Situación del financiamiento a PYMES y empresas nuevas en América Latina*. Santiago de Chile: Gráfica LOM. [https://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2019/02/Situacion\\_del\\_financiamiento\\_a\\_PYMES\\_y\\_empresas\\_nuevas\\_en\\_America\\_Latina.pdf](https://www.cieplan.org/wp-content/uploads/2019/02/Situacion_del_financiamiento_a_PYMES_y_empresas_nuevas_en_America_Latina.pdf)
- COFIDE. (2013). *Finanzas para el emprendedor*. [https://www.sbs.gob.pe/Portals/3/Material\\_Educativo/GU%C3%8DA%20DE%20EMPREENDEDOR.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/3/Material_Educativo/GU%C3%8DA%20DE%20EMPREENDEDOR.pdf)
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- De la Fuente, B. (2021). La neología en español relacionada con los business angels: un estudio de caso en el campo de la financiación alternativa. *Signo y seña*(39), 1-20. <https://doi.org/https://doi.org/10.34096/sys.n39.10148>
- Definición.de. (21 de 12 de 2024). *Definición de Rubro*. <https://definicion.de/rubro/#:~:text=Un%20rubro%20comercial%20es%20el,textil%20o%20de%20la%20confecci%C3%B3n.>

- Delgado , J. (2021). La investigación científica: su importancia en la formación de investigadores. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2385-2386.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i3.476](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.476)
- Di Stefano, A. (2017). *Lean Startup, el camino al modelo de negocio ideal para una startup*. Argentina: Universidad Nacional de San Martin.
- Díaz, D., & Cancino, C. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: Casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 1-9.
- Díaz, J. (2018). *El crowdfunding como forma de financiamiento y su impacto en el desarrollo de emprendimientos universitarios en tecnologías de la información y comunicación en Quito*. Quito: [Tesis para optar el grado de Ingeniero Comercial, Universidad Politécnica Salesiana sede Quito].
- Digital Talent Agency. (2018). *Metodologías de gestión de proyectos* . Zemsania Global Group.
- Dobañ, R. (2024). *Financiación propia o ajena: ¿cuál elegir?* Quipu.  
<https://getquipu.com/blog/financiacion-propia-o-ajena/#:~:text=La%20financiaci%C3%B3n%20propia%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,a%20trav%C3%A9s%20de%20sociedades%20de>
- Douglas, T., Jaiyeoba, O., & Makanyeza, C. (2022). Perceived Access to Finance, Entrepreneurial Self-Efficacy, Attitude Toward Entrepreneurship, Entrepreneurial Ability, and Entrepreneurial Intentions: A Botswana Youth Perspective. *Sage Open*, 12(3). [https://doi.org/ https://doi.org/10.1177/21582440221096437](https://doi.org/https://doi.org/10.1177/21582440221096437)
- Drimer, R. (2023). Nueva teoría del financiamiento. *Cuadernos de Investigación Serie Administración*.  
<http://revele.uncoma.edu.ar/index.php/administracion/article/view/5181>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper y Row Publishers.

- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Ebsco. (21 de 09 de 2024). *Need theory (Three Needs Theory)*. Research Starters Home: <https://www.ebsco.com/research-starters/psychology/need-theory-three-needs-theory>
- El Peruano. (06 de diciembre de 2022). *El Peruano*. Produce: Cusco potenciará estrategia de desarrollo regional con proyectos de innovación: <https://elperuano.pe/noticia/198454-produce-cusco-potenciara-estrategia-de-desarrollo-regional-con-proyectos-de-innovacion>
- Escobar, J. (01 de mayo de 2023). *infobae*. Colombia, entre los países de América con más mujeres emprendedoras: <https://www.infobae.com/colombia/2023/05/01/colombia-entre-los-paises-de-america-con-mas-mujeres-emprendedoras/>
- Esquivel, F., García, J., & Aldape, L. (2023). Universidades emprendedoras en América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1685-1700. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.19>
- Estrada , E. (2010). *El fideicomiso y los fondos sin personalidad jurídica*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces S. A.
- Feater, N. (1961). The relationship of persistence at a task to expectation of success achievement related motives. *Journal of Abnormal and Social Psychology.*, 63, 552-561.
- Feria , H., Matilla , M., & Mantecón , S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica Y Educación*, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Ferraro , C., & Rojo , S. (2018). *Las MIPYMES en América Latina y el Caribe: Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms\\_654249.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf)

- Flórez, L. M. (2018). *ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO*. Colombia: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales.
- Formichella, M. M. (2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN, EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL*. Buenos Aires, Argentina: INTA. Rivadavia 1439 (1033).
- French, E. (1955). Some characteristics of achievement motivation. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, 96-99. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.43.4.653>
- García Méndez, I. (2008). Los ocho tipos de emprendedores. *Emprendedores: las claves de la economía y el éxito profesional*, 22-26.
- García, J., De Miguel, J., & Peralta, A. (2013). *El manual del emprendedor*. Madrid: Instituto para el Desarrollo de Negocios Lean.
- Garzozzi, R., Jaramillo, M., & Garzozzi, Y. (2018). *Hablemos de emprendimiento*. Editorial UTMACH. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14347/1/Cap.2-Proceso%20y%20Ecosistema%20emprendedor.pdf>
- Gerber, M. (2005). *EL MITO DEL EMPRENDEDOR*. Barcelona: Ediciones Paidós Iberica SA.
- Gimeno, J., & Pérez, I. (2008). *Métodos cuantitativos aplicados*. México: Centro de Investigación y Docencia de México. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34912704/LECTURA\\_DE\\_EVERTSON-libre.pdf?1411935571=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA\\_DE\\_EVERTSON.pdf&Expires=1693523743&Signature=L6zqlIKBnlTvuBmkctZizIwmxpypn38apnFc5~pkDaL](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34912704/LECTURA_DE_EVERTSON-libre.pdf?1411935571=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLECTURA_DE_EVERTSON.pdf&Expires=1693523743&Signature=L6zqlIKBnlTvuBmkctZizIwmxpypn38apnFc5~pkDaL)
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México : Pearson Educación .



- Gómez, F. (2019). Desempeño Financiero y Estructura de Capital Óptima en las Empresa Mexicanas Cotizadas. *RCC Revista Colombiana de Contabilidad*, 7(13), 33-61.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7830968.pdf>
- González, A., Sánchez, Y., & Sánchez, M. (2021). Diferencias en los rasgos de la personalidad de los emprendedores por necesidad y oportunidad. *Lúmina*, 22(2), 2-22.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4074.2021>
- Hernández , J., & Marín , I. (2021). Financiamiento sostenible de la inversión pública: evidencia para México, 1990-2019. *Revista Finanzas y Política Económica*, 13(1), 43-75. <https://doi.org/https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v13.n1.2021.3>
- Hernandez, M. (2023). *Financiamiento y emprendimiento de las Mipymes del distrito= El Porvenir*, 2022. Universidad César Vallejo.  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/112507>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). (I. EDITORES, Ed.) México: McGRAW-HILL.
- Horna , I. (2020). Perspectivas del financiamiento corporativo y el mercado de valores del Perú. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(19), 135-152.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n19.2020.08>
- Innovation Factory Institute. (15 de Febrero de 2017). *¿Qué metodología de Innovación es la más adecuada para mi empresa?* The experiential learning center :  
<https://www.innovationfactoryinstitute.com/blog/que-metodologia-de-innovacion-es-la-mas-adecuada-para-mi-empresa/>
- IPSOS. (22 de julio de 2022). *IPSOS. Emprendedores en tiempo de inflación 2022*:  
<https://www.ipsos.com/es-pe/emprendedores-en-tiempo-de-inflacion-2022>

- JICA. (2015). *Guía Práctica para la Plan de Negocio*.  
[https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_03.pdf](https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf)
- Juárez, L., & Tobón, S. (2018). Análisis de los elementos implícitos en la validación de contenido de un instrumento de investigación. *Espacios*, 39(53), 1-23.  
<https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.html>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: analysis decision making under risk. *Econometrica*, 47(2).
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. (1995). *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*. Madrid: Unión Editorial S.A.
- Knight, F. (1947). *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio (Manuel Torres, Traducción)*. Madrid : Aguilar.
- Konnola, T., Fernández, S., García, I., Barro, S., & Leceta, J. (2017). *Las empresas de alto crecimiento no surgen por azar*. Madrid: Real academia de ingeniería.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- KUNAN. (2019). *Desafío Kunan*. <https://desafio.kunan.org/aliado/pucp/>
- Lazaro, M. (2016). *Análisis del proceso de financiamiento de las startups en el Perú desde la perspectiva de los emprendedores*. Universidad Peruana Cayetano Heredia.  
<https://repositorio.concytec.gob.pe/server/api/core/bitstreams/02e989a7-f5c9-4ce0-b273-a1e4e5def1/content>
- Levy, L. (2008). *Planeación estratégica de las fuentes de financiamiento* . México : Fiscales ISEF .

- Loayza, C. (2022). *Características del emprendedor social y su relación con el tipo de emprendimiento que postula al programa Youth Action Net en Latinoamérica periodo 2014-2018*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. [https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/7041/253T20221154\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/7041/253T20221154_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas*. México : Ediciones OVA.
- Lopes, L. (1987). Between hope and fear: the psychology of risk. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20(1), 255–295.
- Lopez, L., Pupe, M., & Quispe, M. (2024). *Factores que influyen en el emprendimiento de los jóvenes universitarios: Una revisión de la literatura*. Universidad Autónoma del Perú. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/3427>
- MacClelland, D. (1989). *Estudio de la Motivación Humana* . Madrid : Editorial Narcea.
- Maldonado, K. (2022). *Alternativas de financiamiento: Factor importante para invertir en tu negocio*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5170/1/TIB\\_MaldonadoJimenezKeyla.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5170/1/TIB_MaldonadoJimenezKeyla.pdf)
- MAPFRE. (2021). *Savia nueva (y brillante) para el ecosistema insurtech: así son los emprendedores del futuro*. <https://www.mapfre.com/actualidad/innovacion/ecosistema-insurtech-emprendedores/>
- Matíz , B., & Mogollón , Y. (2008). La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(63), 59–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n63.2008.443>

- Matiz , F., & Parra , L. (2012). La orientación al mercado y la financiación en etapas tempranas como factores ausentes en la empresarialidad por necesidad. *Perfil de Coyuntura Económica*(20), 177-194. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-42142012000200008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-42142012000200008&script=sci_arttext)
- Maya, A., Cevallos, C., Raura, J., & Cejas, M. (2016). Emprendimiento por oportunidad en el contexto del cambio de la matriz productiva: una estrategia innovadora- Ecuador. *Visión Gerencial*(2), 305-318. <https://www.redalyc.org/journal/4655/465549558005/html/>
- McClelland, D. (1977). *La sociedad ambiciosa. Factores psicológicos en el desarrollo económico.* (Original de 1961). Madrid: Guadarrama.
- Mehmood, T., Alzoubi, H., Turki, M., & Al-Gasaymeh, A. (2019). Schumpeterian entrepreneurship theory: Evolution and relevance. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(4):1-10. [https://www.researchgate.net/publication/337798315\\_SCHUMPETERIAN\\_ENTREPRENEURSHIP\\_THEORY\\_EVOLUTION\\_AND\\_RELEVANCE](https://www.researchgate.net/publication/337798315_SCHUMPETERIAN_ENTREPRENEURSHIP_THEORY_EVOLUTION_AND_RELEVANCE)
- Messina, M., & Pena, J. (2013). Alternativas de financiamiento para emprendedores. *Centro de Emprendedurismo*, 1-22. [http://fcea.edu.uy/Jornadas\\_Academicas/2013/file/ADMINISTRACION/Alternativas%20de%20Financiamiento%20para%20Emprendedores.pdf](http://fcea.edu.uy/Jornadas_Academicas/2013/file/ADMINISTRACION/Alternativas%20de%20Financiamiento%20para%20Emprendedores.pdf)
- Ministerio de Economía y Finanzas . (2012). *Aliados para crecer, una alternativa para obtener capital.* Lima : Mef.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2012). *Ahorro de los Emprendedores.* <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2012/12/Boletin-EME-Ahorro.pdf>
- Miranda, D. (2018). *Informe de prestación alusivo al emprendimiento y su proceso de creatividad con enfoque sistematico en el emprendor al azar .* Quito: Universidad UTE.

- Mogollón, Y. (2011). Fuentes de financiación para el start up de una empresa. *Universidad EAN*, 1-56.  
<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/2690/Financiacion%20Start%20Up.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Monica, P. (2019). *The stock market now has two \$1trillion companies: Amazon and Microsoft*. *CNN Business*. <https://edition.cnn.com/2019/07/11/investing/amazon-microsoft-trillion-dollar-market-value/index.html>
- Monsalve, J. (2020). *Jóvenes, talento y perfil emprendedor*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Morcela, O., Cabut, M., Bertone, B., & Petrillo, J. (2017). *¿Schumpeter o Kirzner? ADN del acompañamiento a emprendedores en la Universidad Nacional de Mar del Plata*. Argentina: Actas del X COINI. <http://otec.fi.mdp.edu.ar/wp-content/uploads/2019/04/CO17-G03.pdf>
- Murphy, J., Liao, J., & Welsch, P. (2006). A Conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12, 9-24.
- Myers, S., & Majluf, N. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*. 13(2), 187–221. [https://doi.org/10.1016/0304-405x\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405x(84)90023-0)
- Nº 601-2024-PRODUCE/PROINNOVATE. (2024). *Aprueban otorgamiento de subvenciones a favor de diversos beneficiarios, destinados a cofinanciar los desembolsos de proyectos en el marco del Contrato de Préstamo “Programa de Innovación, Modernización Tecnológica y Emprendimiento” y del Fondo MIPYME Emp.*  
<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2310260-1>
- Navarro, E., Gisbert, V., & Pérez, A. (2017). Metodología e implementación de Six Sigma. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 73-80.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3comp.2017.especial.73-80>

- Navarro, J., Vargas, F., & López, L. (2022). *Las universidades y su contribución al emprendimiento dinámico: un estudio acerca de su potencial*. BID. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/las-universidades-y-su-contribucion-al-emprendimiento/>
- OMC. (2006). *Las subvenciones, el comercio y la OMC*. [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/anrep\\_s/wtr06-2b\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/wtr06-2b_s.pdf)
- Ortiz, E. (2013). Epistemología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Paradigmas y Objetivos. *Revista de Claseshistoria*(408), 1-22. <http://www.claseshistoria.com/revista/>
- Owen, R., & Vedanthachari, L. (2023). Exploring the Role of U.K. Government Policy in Developing the University Entrepreneurial Finance Ecosystem for Cleantech. *Journals & Magazines*, 70(3), 1026-1039. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3153319>
- Padilla, M., Loor, E., & Guamanquispe, T. (2019). Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública. *Ciencia Digital*, 3(2), 43-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.374>
- Padua, J. (2018). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pilay, E., Palacios, J., Muños, M., Benavides, A., & Pico, E. (2019). Las fuentes de financiamiento como estrategias de competitividad en las Pymes en la provincia de Santa Elena. *Espiraes revista multidisciplinaria de invesitgación científica*, 3(26), 1-10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573263325011>
- Portocarrero, M., & Timaná, J. (2023). Innovación abierta: Una revisión sistemática de la literatura. *Universidad y Sociedad*, 15(3), 59-67.
- Puco, M. (2021). *Efectos de los emprendimientos universitarios en la generación de empleo en la provincia del Cusco al 2019*. Cusco: Tesis para optar el título profesional de

- Economista. Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco.  
[https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5717/253T20210064\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5717/253T20210064_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- PUCP. (2024). *Día de la mujer: 4 peruanas emprendedoras e innovadoras que debes conocer*.  
<https://cide.pucp.edu.pe/tag/emprendimiento/>
- Puri, V., & Misra, S. (1995). Economics of development and planning theory and practice. *Himalaya Publishing House*, 5, 127-136.
- Quevedo, L. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 57-62.  
[http://scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372019000200006](http://scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200006)
- Raccanello. (2013). *Fuentes informales de financiamiento: Un acercamiento a la eficiencia del microfinanciamiento en Mexico*. México .
- Ramos , C. (2021). Editorial: Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica*, 10(1), 1-7. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Ramos, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Red Empren. (2020). *Principales fuentes de financiación para pymes, personas autónomas y proyectos de emprendimiento*. Catalunya: Caralunya empren.  
<https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/07recursos/fitxers/Financiacion.pdf>
- Restrepo, J. (2013). Reflexiones sobre la importancia del proyecto Red de Ángeles Inversionistas de Antioquia como instrumento para la dinámica del emprendimiento 2010-2011. *Revista Soluciones de Postgrado*, 4(8), 67–87.  
<https://revistas.eia.edu.co/index.php/SDP/article/view/355>

- Ricart, J. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*(23), 12-25. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43312282002>
- Rivera , O., & Villanueva , J. (2020). El financiamiento y su influencia en la liquidez de las MYPES comercializadoras de la ciudad de Chiclayo. *Horizonte Empresarial*, 7(2), 85–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/rce.v7i2.1450>
- Robles , B. (2019). Población y muestra. *Pueblo Continente*, 30(1), 1-2. <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269>
- Rojas, M., & Chávez, K. (2024). Factores determinantes del éxito de los emprendimientos universitarios. *Revista InveCom*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.10625673>
- Ruiz, J. (2023). *GUESSSS: el mayor proyecto mundial de emprendimiento universitario*. Monempresarial. <https://www.monempresarial.com/2023/10/05/guesss-el-mayor-proyecto-mundial-de-emprendimiento-universitario/>
- Say, J. (1803). *Traité D'économie Politique, ou Simple Exposition de la Manière Dont se Forment, se Distribuent, et se Composent les Richesses*. Paris: A.A. Renouard.
- Schiavenza, M., & Parness, A. (1 de Noviembre de 2024). *Deep Dive: La teoría de la gran sustitución*. <https://hias.org/es/noticias/deep-dive-great-replacement-theory/>
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of Economic Development* (1st ed.). <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315135564>
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Row.
- Solís, V., & Castillo. (2021). Pluralidad en las teorías del emprendimiento. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 10, 76-96. <https://doi.org/https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11609>
- Stevenson, H., & Harmeling, S. (1990). Entrepreneurial Management's Need for a More "Chaotic" Theory. *Journal of Business Venturing* , 5, 1-14.



- Tapia, G. (2020). Capital de riesgo e innovación en la economía real. Caso de aplicación. *CHECKPOINT*, 1-13.  
[https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/fe/material\\_de\\_estudio/material/Capital%20de%20riesgo%20e%20innovacion%20en%20la%20economia%20real%20Caso%20de%20aplicacion.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/fe/material_de_estudio/material/Capital%20de%20riesgo%20e%20innovacion%20en%20la%20economia%20real%20Caso%20de%20aplicacion.pdf)
- Tarapuez, E., Zapata, J., & Agreda, E. (2008). Knight and his contributions to the entrepreneur theory. *Estudios Gerenciales*, 24(106), 83-98.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v24n106/v24n106a05.pdf>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 1-7.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 1-7.
- Torres, A., Guerrero, F., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín*, 284-303. <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/133/125>
- Torres, J. (2021). Fiabilidad de las escalas: interpretación y limitaciones del Alfa de Cronbach. *Jour. ResearchGate*.  
[https://www.researchgate.net/publication/350590351\\_Fiabilidad\\_de\\_las\\_escalas\\_interpretacion\\_y\\_limitaciones\\_del\\_Alfa\\_de\\_Cronbach/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/350590351_Fiabilidad_de_las_escalas_interpretacion_y_limitaciones_del_Alfa_de_Cronbach/citation/download)
- Trenza, A. (25 de junio de 2018). *Ana Trenza*. ¿Cuáles son las fuentes de financiación de una empresa más usadas?: <https://anatrencia.com/fuentes-de-financiacion-empresa/>
- Umaña, V. (2019). Capital semilla y la ecuación de inversión en emprendimiento. *Anuario de Investigación*, 8(1), 59-71. file:///C:/Users/user/Downloads/8555.pdf

- UNI. (2024). *ProInnovate realiza visita técnica al campus para conocer capacidades de incubadora Startup UNI*. <https://vri.uni.edu.pe/proinnovate-realiza-visita-tecnica-al-campus-para-conocer-capacidades-de-incubadora-startup-uni/>
- Universidad de Lima. (18 de 04 de 2024). *Emprendimientos Ulima ingresan al programa de capital de riesgo de la Universidad de Berkeley (Estados Unidos)*. Centro de Emprendimiento : <https://www.ulima.edu.pe/departamento/centro-de-emprendimiento/noticias/emprendimientos-ulima-ingresan-al-programa-de-capital>
- Universidad de Piura . (2022). *Red de inversionistas Ángeles del PAD*. <https://www.udep.edu.pe/vri/relaciones-empresariales/red-de-inversionistas-angeles-del-pad/>
- Universidad de Piura. (2023). *Promueve en el emprendimiento innovador*. <https://www.udep.edu.pe/amigos/promueven-el-emprendimiento-innovador/>
- Uribe, R. (2021). *Design Thinking: Guía digital básica*. Costa Rica: Instituto Nacional de Aprendizaje .
- UTEC. (2020). *Emprendimiento* . <https://www1.utec.edu.pe/blog-de-carreras/emprendimiento-0>
- Valencia, P., & Patlán, J. (2011). El empresario descibridor de oportunidades de mercado: Puntos centrales de la teoría de Kirzner. *Tec Empresarial*, 5(1), 31-38.
- Vega, É. (26 de noviembre de 2020). *El comercio*. El 15% de emprendedores dejó de operar por falta de fuentes de financiamiento, según Emprende UP: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/el-15-de-emprendedores-dejo-de-operar-por-falta-de-fuentes-de-financiamiento-segun-emprende-up-ncze-crisis-politica-noticia/>

- Vélez, X., & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dom. Cien.*, 2(4), 346-369.  
<https://doi.org/http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Véliz, T., Véliz, C., Véliz, J., & Arroyo, M. (2023). Formación del emprendimiento y madurez de incubadoras de empresas: Caso de la universidad pública peruana. *Comuni@cción*, 14(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.14.3.830>
- Vera, J., Vera, María, & Martínez, R. (2023). Emprendimiento y género: Su análisis desde la perspectiva de la teoría de la conducta planificada. *Entreciencias: Dialogo en la Sociedad del Conocimiento*. <https://www.scielo.org.mx/pdf/edsc/v11n25/2007-8064-edsc-11-25-e2583060.pdf>
- Vergara, C. (2022). *Las fuentes de financiamiento de la actividad emprendedora en Uruguay*. Montevideo: Tesis para optar el grado de Magister. Universidad de la República de Uruguay.  
<https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/34501/1/TM288.pdf>
- Villanueva, J. (2022). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México : Klik soluciones educativas S.A.
- VRIN UNSAAC. (06 de 08 de 2025). *Incubadora de Empresas Paqarina Wasi*.  
<http://vrin.unsaac.edu.pe/emprendimiento/centro-incubadora/1/incubadora-de-empresas-paqarina-wasi-.html>
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. New York: Oxford University.
- Weber, M. (1969). *Economía y Sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. México: Fondo de cultura económica.

Yucra , T., & Bernedo , L. (2020). Epistemología e Investigación Cuantitativa.

*IGOVERNANZA*,

3(12),

107–120.

<https://doi.org/https://doi.org/10.47865/igob.vol3.2020.88>

## **Apéndices y Anexos**

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Sub indicadores	Tipo de indicador
Fuente de financiamiento	Las fuentes de financiamiento constituyen el origen para que las empresas puedan obtener capital para el desarrollo y ejecución de actividades, así como empujar a un crecimiento. (Palomino, 2006)	Según Palomino (2006) existen tipos de financiamiento: -Fuentes de Financiamiento Internas -Fuentes de Financiamiento Externas	Fuentes de Financiamiento Internas	- Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Utilidades de otros emprendimientos liderados	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Capital propio (recursos financieros propios)	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Apoyo de socios	- Si usó - No usó	Dicotómica
				- Porcentaje de financiamiento interno	- Menos de 25% - 25% - 50% - 51%- 75% - 75% - 90%	Intervalar
				- Monto de financiamiento interno	- Soles	Continua
				- Frecuencia de uso de financiamiento interno	- Una sola vez - Varias veces	Ordinal
				- Impacto de fuentes de financiamiento interno	- No sabe, no opina - Neutro - Negativo - Positivo	Ordinal
			Fuentes de Financiamiento Externa	- Financiamiento de incubadoras o aceleradoras	- Si - No	Dicotómica
				- Préstamos bancarios	- Si - No	Dicotómica
				- Porcentaje de financiamiento externo	- Menos del 25% - 25%-75% - Más de 75%	
				- Monto de financiamiento externo	- Soles	Continua
				- Impacto de fuentes de financiamiento externo	- No sabe, no opina - Neutro - Negativo - Positivo	Ordinal
Creación de emprendimientos	La creación de emprendimientos es el proceso mediante el cual	El proceso emprendedor abarca diversas etapas	Búsqueda de ideas	- Origen de la idea.	- Por necesidad - Por recomendación - Por identificación de oportunidad en mercado - Por interés o pasión personal	Nominal

una idea se desarrolla y materializa hasta convertirse en una actividad productiva o comercial en funcionamiento. Este proceso, es conocido como proceso emprendedor (Garzozzi et al., 2018).	interrelacionadas, como la generación de ideas, el diseño de un modelo operativo que validen la idea, la gestión de recursos para el financiamiento y la implementación de actividades y resultados del proceso (Garzozzi et al., 2018).		- Realización de análisis inicial.	- Sin análisis previo - Con información informal - Con estudio de mercado	Nominal
			- Fuente de financiamiento para desarrollar la idea.	- Interna - Externa - Ambos	
		Validación de la idea	- Método de validación de la idea.	- Encuestas y entrevistas - Ninguno - Consulta a expertos y mentores - Prueba de prototipo	Nominal
			- Resultado del proceso de validación.	- Sin resultados claros - No continuar con la idea - Identifiqué problemas para continuar - Confirmación de idea viable	Nominal
			- Fuente de financiamiento para la validación de la idea.	- Interna - Externa - Ambos	Nominal
		Identificación de recursos	- Tipo de recursos identificados.	- Recursos materiales - Recursos financieros - Recursos tecnológicos - Recursos humanos	Nominal
			- Fuente de financiamiento para los recursos.	- Interna - Externa - Ambos	Nominal
			- Dificultades en la identificación o acceso a los recursos	- El proceso fue sencillo - Dificultades importantes - No, ya contaba con recursos - Sí, pero logré resolverlas	Nominal
		Creación de la emprendimiento	- Aspectos prioritarios en la creación del emprendimiento.	- Lugar físico o virtual - Registro legal y formalización - Estrategia de marketing - Desarrollo y lanzamiento del producto	Nominal
			- Desafíos enfrentados al crear el emprendimiento.	- Organizar al equipo de trabajo - Identificar clientes - Cumplir con requisitos legales - Conseguir financiamiento	Nominal
		Primeros años del emprendimiento	- Fuente de financiamiento para la operación inicial.	- Interna - Externa - Ambos	Nominal
			- Retos principales en los primeros años de operación.	- Ninguno - Mantener un flujo de caja positivo - Gestionar la expansión del emprendimiento - Atraer y retener clientes - Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales	Nominal

				- Tiempo de funcionamiento desde la creación de Producto Mínimo Viable	- Años	Continua
				- Ganancias netas del emprendimiento	- Soles	Continua
				- Tiempo de retornos de inversión.	- Años	Continua
				- Razón principal del cierre del emprendimiento.	- Falta de demanda - Falta de financiamiento - Cambios inesperados en el mercado - Problemas legales o regulatorios - Problemas en la administración - Tiempo	Nominal



### MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL
¿De qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?	Determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influyen en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.	Las fuentes de financiamiento influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPOTESIS ESPECÍFICAS
¿ Cómo es la influencia de las fuentes de financiamiento internas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?	Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento internas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.	Las fuentes de financiamiento internas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.
¿ Cómo es la influencia de las fuentes de financiamiento externas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021?	Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento externas en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021.	Las fuentes de financiamiento externas influyen significativamente en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021

## Cuestionario para el emprendimiento y las fuentes de financiamiento



### Encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021

Estimado emprendedor, la siguiente encuesta se realiza con el fin de determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influye en la creación de emprendimientos en los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021. La información recolectada será con fines netamente académicos, agradecemos su participación.

Indicaciones: Marque con una X donde corresponda, y llene los espacios vacíos de ser necesario.

## Cuestionario

### Encuesta dirigida a los dueños de los emprendimientos

Estimado emprendedor, la siguiente encuesta se realiza con el fin de determinar de qué manera las fuentes de financiamiento influye en la creación de emprendimientos en estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, periodo 2018-2021. La información recolectada será con fines netamente académicos, agradecemos su participación.

Indicaciones: Marque con una X donde corresponda, y llene los espacios vacíos de ser necesario.

### SECCIÓN 1 : DATOS GENERALES

#### 1. Rubro de su emprendimiento o startup:

- (a) Tecnología y Software
- (b) E-commerce y Comercio Electrónico
- (c) Alimentación y Bebidas
- (d) Salud y Bienestar
- (e) Moda y Belleza
- (f) Servicios Profesionales
- (g) Educación y Formación
- (h) Sostenibilidad y Medio Ambiente
- (i) Arte y Cultura
- (j) Innovación Social
- (k) Turismo y Viajes
- (l) Entretenimiento
- (m) Ferretería

#### 2. Año de creación del emprendimiento

- (a) 2018
- (b) 2019
- (c) 2020
- (d) 2021

#### 3. Número de socios con el que empezaste tu emprendimiento (poner 0 si empezaste solo) \_\_\_\_\_

#### 4. Sexo: (a) Femenino (b) Masculino

#### 5. Edad

- (a) 18 a 21 años
- (b) 22 a 25 años
- (c) 26 a 30 años
- (d) 30 a 40 años

#### 6. ¿Qué tipo de empresa es su emprendimiento?

- (a) Ninguno
  - (b) En proceso de Constitución
  - (c) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
  - (d) Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)
  - (e) No sabe, no opina
- 7. ¿Cómo se encuentra registrado?**
- (a) Persona natural
  - (b) Persona jurídica
  - (c) Ninguno
- 8. Participaste en algún concurso, programa de aceleración para emprendimientos brindado por la universidad**
- (a) Si
  - (b) No
- 9. ¿Cuál fue el concurso o programa de aceleración en el que participaste? (Selecciona todas las que apliquen)**
- (a) OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica)
  - (b) Programa StartupLab UNSAAC3
  - (c) Semillero de Emprendedores2
  - (d) Hult Prize
  - (e) Impact Startup Competition (ISC)1
  - (f) No sabe, no opina
- 10. ¿En qué año participaste el concurso o programa de aceleración?**
- (a) 2018
  - (b) 2019
  - (c) 2020
  - (d) 2021
- 11. ¿Cuáles fueron los principales motivos por las que participaste en el concurso o programa de aceleración? (Selecciona todas las que apliquen)**
- (a) Acceso a Financiamiento Inicial
  - (b) Aceleración del Crecimiento
  - (c) Validación del Modelo de emprendimiento
  - (d) Acceso a Mentores y Expertos
  - (e) Redes de Contactos y Oportunidades de Networking
  - (f) Recursos y Herramientas Especializadas
  - (g) Exposición y Visibilidad
  - (h) Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades
  - (i) Oportunidad de Innovación y Mejora Continua
  - (j) Apoyo en la Internacionalización
  - (k) No sabe, no opina
- 12. ¿Cómo te enteraste del concurso o programa de aceleración? (Selecciona todas las que apliquen)**
- (a) Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp)
  - (b) Correo Electrónico Institucional
  - (c) Boletines de la Universidad o Facultad
  - (d) Talleres y Seminarios de Emprendimiento
  - (e) Oficina de Innovación y Emprendimiento
  - (f) Profesores y Mentores
  - (g) No sabe, no opina

<b>SECCIÓN 2: FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>
---

**I. FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS**

13. **¿Utilizaste fuentes de financiamiento internas para iniciar tu emprendimiento? (Ejemplo: ahorros personales, apoyo de familiares, amigos o socios)**
  - (a) Si
  - (b) No
14. **¿Cuáles fuentes de financiamiento internas utilizaste para iniciar tu emprendimiento? (Selecciona todas las que apliquen)**
  - (a) Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)
  - (b) Apoyo de familiares o amigos
  - (c) Utilidades de otros emprendimientos liderados
  - (d) Capital propio (recursos financieros propios)
  - (e) Apoyo de socios
  - (f) Venta de activos personales (propiedades, vehículos; otros)
  - (g) No sabe, no opina
15. **¿Qué porcentaje del financiamiento total que tuvo tu emprendimiento o startup provino de estas fuentes internas?**
  - (a) Menos del 25%
  - (b) 25% - 50%
  - (c) 51% - 75%
  - (d) 75% - 90%
16. **El monto de financiamiento interno con el que comenzaste está en un rango de:**
  - (a) S/0 - S/ 500
  - (b) S/550 - S/1,500
  - (c) S/1,550 - S/ 2,500
  - (d) S/ 2,550 - S/ 5,000
  - (e) S/5,500 - S/10,000
  - (f) S/10,500 - S/15,000
  - (g) S/15,500 - S/25,000
17. **¿Con qué frecuencia recurrió a fuentes internas?**
  - (a) Una sola vez
  - (b) Varias veces
18. **¿Qué factores influyeron en tu decisión de usar fuentes de financiamiento internas? (Selecciona todas las que apliquen)**
  - (a) Facilidad de acceso
  - (b) Evitar deudas externas
  - (c) Confianza en la seguridad del financiamiento
  - (d) No sabe, no opina
19. **¿Qué impacto crees que tuvieron estas fuentes de financiamiento internas en la creación y desarrollo de tu emprendimiento?**
  - (a) Positivo
  - (b) Neutro
  - (c) Negativo
  - (d) No sabe, no opina

**II. FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNAS**

20. **¿Utilizaste fuentes de financiamiento externas para iniciar tu emprendimiento? (Ejemplo: financiamiento de concursos, capitales semilla, préstamos bancarios, capital de riesgo, fondos gubernamentales)**

- (a) Si
- (b) No

**21. ¿Cuáles fuentes de financiamiento externas utilizaste para iniciar tu emprendimiento? (Selecciona todas las que apliquen)**

- (a) Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras) S/
- (b) Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras) S/

**22. ¿Qué porcentaje del financiamiento total provino de estas fuentes externas?**

- (a) Menos del 25%
- (b) 25% - 50%
- (c) 51% - 75%
- (d) Más del 75%

**23. ¿Qué factores influyeron en tu decisión de usar fuentes de financiamiento externas? (Selecciona todas las que apliquen)**

- (a) Necesidad de capital adicional
- (b) Acceso a mayores montos de financiamiento
- (c) Mejores condiciones de pago
- (d) No sabe, no opina

**24. ¿Qué dificultades enfrentaste al intentar acceder a estas fuentes de financiamiento externas? (Selecciona todas las que apliquen)**

- (a) Falta de garantías o avales
- (b) Altas tasas de interés
- (c) Requisitos complejos
- (d) No sabe, no opina

**25. ¿Qué impacto crees que tuvieron estas fuentes de financiamiento externas en la creación y desarrollo de tu emprendimiento?**

- (a) Positivo
- (b) Neutro
- (c) Negativo
- (d) No sabe, no opina

**26. El monto de financiamiento externo que percibiste está en un rango de:**

- (a) S/0 - S/ 3,500
- (b) S/ 5,550 - S/ 10,000
- (c) S/10,500 - S/25,000
- (d) S/50,500 - S/75,000
- (e) No sabe, no opina

### SECCIÓN 3: CREACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

#### **I. FASE DE BÚSQUEDA DE IDEA**

**27. Búsqueda de idea: ¿Usó dinero propio, apoyo de familiares o amigos, o algún préstamo o financiamiento externo para desarrollar su idea?**

- (a) Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
- (b) Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
- (c) Ambos
- (d) No necesité financiamiento

**28. ¿Cómo surgió la idea para iniciar tu emprendimiento?**

- (a) Por identificación de una oportunidad en el mercado.
- (b) Por necesidad económica o personal.
- (c) Por interés o pasión personal en un área específica.

- (d) Por recomendación o idea de familiares o amigos.
- (e) Otro: \_\_\_\_\_

**29. ¿Realizaste algún tipo de análisis o evaluación antes de desarrollar la idea?**

- (a) Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.
- (b) No, desarrollé la idea directamente sin análisis previo.
- (c) No, pero obtuve información de manera informal (opiniones, experiencias cercanas, etc.).

## **II. FASE DE VALIDACIÓN DE IDEA**

**30. Validación de la idea: (ejemplo: investigar el mercado o probar un prototipo): ¿De dónde obtuvo el dinero o recursos para realizar esta fase?**

- (a) Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
- (b) Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
- (c) Ambos
- (d) No necesité financiamiento

**31. ¿Cómo validaste la viabilidad de tu idea?**

- (a) Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.
- (b) Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.
- (c) Consulté con expertos o mentores.
- (d) No realicé ningún proceso formal de validación.
- (e) Otros: \_\_\_\_\_

**32. ¿Qué resultado obtuviste en el proceso de validación de tu idea?**

- (a) Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.
- (b) Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.
- (c) Decidí no continuar con la idea después de validarla.
- (d) No obtuve resultados claros.

## **III. IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS**

**33. Identificación de recursos: (ejemplo: comprar materiales o buscar un lugar para operar): ¿Cómo financió esta etapa de su emprendimiento?**

- (a) Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
- (b) Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
- (c) Ambos
- (d) No necesité financiamiento

**34. ¿Qué tipo de recursos identificaste como necesarios para iniciar tu emprendimiento?**

- (a) Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)
- (b) Recursos humanos (personal, socios, etc.)
- (c) Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)
- (d) Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)
- (e) Otros: \_\_\_\_\_

**35. ¿Tuviste dificultades para identificar o acceder a los recursos necesarios?**

- (a) Sí, encontré dificultades importantes.
- (b) Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
- (c) No, el proceso fue relativamente sencillo.
- (d) No, ya contaba con los recursos desde el inicio.

#### IV. CREACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

**36. Creación del emprendimiento (ejemplo: registrar el emprendimiento, lanzar su producto o servicio): ¿De dónde obtuvo los fondos para realizar esta etapa?**

- (a) Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
- (b) Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
- (c) Ambos
- (d) No necesité financiamiento

**37. ¿Qué aspectos consideraste prioritarios durante la creación de tu emprendimiento?**

- (a) Registro legal y formalización.
- (b) Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio.
- (c) Estrategia de marketing y promoción inicial.
- (d) Establecimiento de un lugar físico o virtual para operar.
- (e) Otros: \_\_\_\_\_

**38. ¿Cuál fue el mayor desafío que enfrentaste al crear tu emprendimiento?**

- (a) Cumplir con los requisitos legales y regulatorios.
- (b) Conseguir financiamiento suficiente.
- (c) Reclutar y organizar un equipo de trabajo.
- (d) Identificar clientes o mercados iniciales.
- (e) Otros: \_\_\_\_\_

**39. ¿Qué factores externos (económicos, sociales, tecnológicos) crees que influyeron en la imposibilidad de concretar tu emprendimiento? (Respuesta abierta)**

---

#### V. PRIMEROS AÑOS DEL EMPRENDIMIENTOS

**40. Primeros años de operación (ejemplo: pagar empleados, alquiler, o promocionar el emprendimiento): ¿Cómo financió el funcionamiento inicial del emprendimiento?**

- (a) Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
- (b) Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
- (c) Ambos
- (d) No necesité financiamiento

**41. Durante los primeros años de operación, ¿cuál fue el principal reto que enfrentaste en tu emprendimiento?**

- (a) Mantener un flujo de caja positivo.
- (b) Atraer y retener clientes.
- (c) Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
- (d) Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
- (e) Otros: \_\_\_\_\_

**42. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento o startup desde la creación del Producto Mínimo Viable?**

- (a) Meses: \_\_\_\_\_
- (b) 1 años
- (c) 2 años
- (d) 3 años
- (e) 4 años
- (f) Aún no lo lanzamos
- (g) Indefinido

**43. ¿Cuánto considera que son las ganancias netas de su emprendimiento?**

- (a) Menos de 500

- (b) 1201 a 1500
- (c) 1501 a 2000

**44. ¿En cuánto tiempo recibió retornos de la inversión realizada?**

- (a) En menos de un año
- (b) 1 año
- (c) 2 años
- (d) 3 años
- (e) 4 años
- (f) Más de 5 años

**45. ¿Llegó a dar a fin su emprendimiento?**

En caso su respuesta sea Sí, continúe la encuesta, en caso no, finalice la encuesta.

- (a) Si
- (b) No

**46. ¿Cuál fue la razón principal por la que decidiste cerrar tu emprendimiento o startup? (Selecciona una opción principal)**

- (a) Falta de financiamiento
- (b) Problemas en la gestión o administración
- (c) Cambios inesperados en el mercado
- (d) Problemas legales o regulatorios
- (e) Falta de demanda de productos/servicios
- (f) Problemas con los socios o conflictos internos
- (g) Tiempo, ya que me encontraba estudiando
- (h) No sabe, no opina

**47. ¿Qué medidas intentaste implementar para evitar el cierre del emprendimiento? (Selecciona todas las que apliquen)**

- (a) Búsqueda de financiamiento adicional
- (b) Cambio en la estrategia de mercado
- (c) Cambio en la oferta de productos o servicios
- (d) Reestructuración del emprendimiento
- (e) Incorporación de nuevos socios o inversionistas
- (f) Reducción de costos
- (g) No sabe, no opina

**48. ¿Cuál fue la principal razón por la que no pudiste concretar tu emprendimiento? (Selecciona una opción principal)**

- (a) Falta de financiamiento
- (b) Conflictos con socios o colaboradores
- (c) Problemas en el desarrollo del producto o servicio
- (d) Falta de conocimiento o experiencia en el área
- (e) No sabe, no opina



### a. Guía de la entrevista a los ganadores del concurso



#### Entrevista dirigida a estudiantes ganadores de concursos de emprendimientos

**Nombre:**

**Tipo de emprendimiento:**

**Concurso que ganó:**

1. **¿Qué desafíos enfrentaron al buscar inversores dispuestos a proporcionar capital semilla?**

---



---



---

2. **¿Podrías compartírnos un poco sobre tu experiencia en el concurso de financiamiento? ¿Qué te motivó a participar y cómo te enteraste del concurso?**

---



---



---

3. **¿Cuál fue la idea o el concepto detrás de tu emprendimiento que presentaste en el concurso? ¿Qué consideras que lo hizo destacar entre otras propuestas?**

---



---



---

4. **Después de ganar el concurso, ¿cómo utilizaste los fondos obtenidos para impulsar y hacer crecer tu negocio?**

---



---



---

5. **¿Qué consejos darías a otros emprendedores que estén considerando participar en concursos de financiamiento? ¿Cuáles son los elementos esenciales para prepararse y presentar de manera efectiva?**

---



---



---



---

6. **¿Has mantenido algún tipo de relación o conexión con los organizadores del concurso después de ganar? ¿Ha habido oportunidades adicionales que se han presentado gracias a esta victoria?**

---



---



---

## Base de datos

ID	Rubro de su emprendimiento, startup o negocio:	Año de creación del emprendimiento, startup o negocio	Número de socios con el que empezaste tu emprendimiento, startup o negocio (poner 0 si empezaste solo)	Sexo	Seleccione su edad	¿Qué tipo de empresa es su emprendimiento, negocio o startup?	¿Cómo se encuentra registrado?	Participaste en algún concurso, programa de aceleración para emprendimientos brindado por la	¿Cuál fue el concurso o programa de aceleración en el que participaste? (Selecciona todas las que apliquen)	¿En qué año participaste el concurso o programa de aceleración?	¿Cuáles fueron los principales motivos por los que participaste en el concurso o programa de aceleración? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Cómo te enteraste del concurso o programa de aceleración? (Selecciona todas las que apliquen)
1	Alimentación y Bebidas	2020	2	Masculino	30 a 40 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	Impact Startup Competition (ISC)	2020	Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua	Boletines de la Universidad o Facultad, Profesores y Mentores, Ferias y Exposiciones Universitarias
2	Innovación Social	2018	2	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores	2019	Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, etc.	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
3	Innovación Social	2020	2	Femenino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC	2020	Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad, Centros Estudiantiles
4	Turismo y Viajes	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Ferias y Exposiciones Universitarias
5	Alimentación y Bebidas	2020	1	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2021	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Exposición y Visibilidad, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Ferias y Exposiciones Universitarias
6	Salud y Bienestar	2020	3	Femenino	22 a 25 años	Ninguno	Ninguno	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2019	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Correo Electrónico Institucional

7	Tecnología y Software	2019	4	Masculino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2019	Acceso a Financiamiento Inicial, Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos	Correo Electrónico Institucional, Boletines de la Universidad o Facultad, Centros Estudiantiles
8	E-commerce y Comercio Electrónico	2019	1	Masculino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Hult Prize	2021	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas, Exposición y Visibilidad	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad y Mentores
9	Educación y Formación	2018	2	Femenino	30 a 40 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Tablones de Anuncios
10	Salud y Bienestar	2019	1	Femenino	22 a 25 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Hult Prize	2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Correo Electrónico Institucional, Boletines de la Universidad o Facultad, Plataforma Virtual de la Universidad
11	Salud y Bienestar	2019	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2019	Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua	Correo Electrónico Institucional, Plataforma Virtual de la Universidad, Profesores y Mentores
12	Innovación Social	2019	0	Femenino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2019	Acceso a Mentores y Expertos, Exposición y Visibilidad, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
13	Tecnología y Software	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC	2020	Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Boletines de la Universidad o Facultad, Profesores y Mentores
14	Alimentación y Bebidas	2018	0	Femenino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	Semillero de Emprendedores, No sabe. no opina	2021	Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
15	E-commerce y Comercio Electrónico	2018	0	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica)	2020	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento
16	Educación y Formación	2020	2	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	No	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad
17	Salud y Bienestar	2018	2	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC	2020	Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Ferias y Exposiciones Universitarias

18	E-commerce y Comercio Electrónico	2019	1	Masculino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Hult Prize	2020	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad, Profesores y Mentores
19	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2019	1	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2019	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Exposición y Visibilidad	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Boletines de la Universidad o Facultad, Plataforma Virtual de la Universidad
20	Innovación Social	2020	0	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2019	Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Correo Electrónico Institucional, Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
21	Innovación Social	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2020	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Centros Estudiantiles
22	Moda y Belleza	2019	0	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2020	Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
23	Alimentación y Bebidas	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2020	Validación del Modelo de Negocio, Exposición y Visibilidad, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Tablones de Anuncios
24	Turismo y Viajes	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Centros Estudiantiles
25	Innovación Social	2019	1	Masculino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2020	Validación del Modelo de Negocio, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Plataforma Virtual de la Universidad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
26	Alimentación y Bebidas	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2020	Validación del Modelo de Negocio, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Tablones de Anuncios
27	Innovación Social	2018	1	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2021	Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Visibilidad, Aprendizaje y Habilidades, Innovación y Mejora Continua	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
28	Educación y Formación	2019	1	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad, Networking y Comunidades de Egresados
29	Alimentación y Bebidas	2019	0	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento

						Responsabilidad Limitada (S.R.L.)					Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	
30	Alimentación y Bebidas	2020	1	Femenino	26 a 30 años	Ninguno	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize, No sabe. no opina	2021	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Profesores y Mentores
31	Salud y Bienestar	2019	0	Femenino	30 a 40 años	Ninguno	Ninguno	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad
32	Salud y Bienestar	2021	0	Femenino	30 a 40 años	Ninguno	Ninguno	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2021	Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Aprendizaje y Habilidades, Innovación y Mejora Continua	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
33	Servicios Profesionales	2020	0	Masculino	30 a 40 años	Ninguno	Ninguno	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos, Recursos y Herramientas Especializadas	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
34	Ferretería	2021	0	Femenino	26 a 30 años	Ninguno	Ninguno	Si	Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad
35	Servicios Profesionales	2019	1	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Validación del Modelo de Negocio, Exposición y Visibilidad	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
36	Alimentación y Bebidas	2020	2	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2020	Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Ferias y Exposiciones Universitarias
37	Tecnología y Software	2020	3	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Impact Startup Competition (ISC)	2020	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Centros Estudiantiles
38	E-commerce y Comercio Electrónico	2020	2	Femenino	30 a 40 años	Ninguno	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad, Plataforma Virtual de la Universidad
39	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2020	3	Masculino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2021	Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
40	Innovación Social	2020	2	Femenino	30 a 40 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2021	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento

41	Turismo y Viajes	2021	1	Masculino	30 a 40 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Recursos y Herramientas Especializadas	Correo Electrónico Institucional, Boletines de la Universidad o Facultad
42	Innovación Social	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Mentores, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad, Aprendizaje, Habilidades	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Plataforma Virtual de la Universidad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
43	Tecnología y Software	2021	0	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aceleración del Crecimiento, Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Profesores y Mentores, Ferias y Exposiciones Universitarias
44	Tecnología y Software	2020	0	Masculino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2019, 2020	Validación del Modelo de Negocio, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Exposición y Visibilidad	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento
45	Alimentación y Bebidas	2019	5	Femenino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	Hult Prize	2020	Recursos y Herramientas Especializadas, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua, Apoyo en la Internacionalización	Oficina de Innovación y Emprendimiento
46	Servicios Profesionales	2018	0	Femenino	26 a 30 años	Ninguno	Persona natural	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica)	2018	Aceleración del Crecimiento, Exposición y Visibilidad	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Networking y Comunidades de Egresados
47	Turismo y Viajes	2018	1	Femenino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Programa StartupLab UNSAAC	2018, 2019	Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas, Exposición y Visibilidad	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Plataforma Virtual de la Universidad
48	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2019	5	Masculino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Ninguno	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores	2019	Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking, Recursos y Herramientas Especializadas	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
49	Servicios Profesionales	2019	6	Masculino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica)	2018	Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Correo Electrónico Institucional, Networking y Comunidades de Egresados
50	Moda y Belleza	2019	5	Femenino	22 a 25 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores	2019	Acceso a Mentores y Expertos, Recursos y Herramientas Especializadas	Talleres y Seminarios de Emprendimiento
51	Turismo y Viajes	2020	7	Masculino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2020, 2021	Acceso a Financiamiento Inicial, Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Oficina de Innovación y Emprendimiento, Centros Estudiantiles
52	Educación y Formación	2021	2	Femenino	26 a 30 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	Semillero de Emprendedores, Impact Startup Competition (ISC)	2019, 2021	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Talleres y Seminarios de Emprendimiento, Profesores y Mentores, Networking y Comunidades de Egresados
53	Servicios Profesionales	2020	1	Masculino	26 a 30	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica		Programa StartupLab UNSAAC	2021	Exposición y Visibilidad	Profesores y Mentores

54	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2020	6	Femenino	18 a 21 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona natural	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Semillero de Emprendedores, No sabe. no opina	2018, 2019, 2020	Recursos y Herramientas Especializadas, Exposición y Visibilidad, Aprendizaje, Habilidades, Innovación y Mejora	Correo Electrónico Institucional, Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad
55	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2019	2	Femenino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Programa StartupLab UNSAAC	2019, 2020	Aceleración del Crecimiento, Validación del Modelo de Negocio, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua	Boletines de la Universidad o Facultad, Plataforma Virtual de la Universidad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
56	Arte y Cultura	2020	2	Femenino	22 a 25 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona natural	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Impact Startup Competition (ISC)	2019, 2021	Acceso a Financiamiento Inicial, Validación del Modelo de Negocio, Recursos y Herramientas Especializadas	Boletines de la Universidad o Facultad, Profesores y Mentores, Ferias y Exposiciones Universitarias
57	Moda y Belleza	2018	0	Femenino	22 a 25 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize	2019, 2021	Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Exposición y Visibilidad	Oficina de Innovación y Emprendimiento, Boletines de la Universidad o Facultad
58	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2019	3	Femenino	22 a 25 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	Semillero de Emprendedores, Hult Prize, Impact Startup Competition (ISC)	2019, 2020, 2021	Validación del Modelo de Negocio, Acceso a Mentores y Expertos, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Boletines de la Universidad o Facultad, Plataforma Virtual de la Universidad
59	E-commerce y Comercio Electrónico	2018	0	Masculino	18 a 21 años	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica)	2018	Recursos y Herramientas Especializadas, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Boletines de la Universidad o Facultad, Talleres y Seminarios de Emprendimiento
60	Sostenibilidad y Medio Ambiente	2019	3	Femenino	26 a 30 años	Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Persona jurídica	Si	OPEN FUTURE UNSAAC (Wayra y Telefónica), Programa StartupLab UNSAAC	2018, 2019	Aceleración del Crecimiento, Redes de Contactos y Oportunidades de Networking	Correo Electrónico Institucional
61	Innovación Social	2021	2	Femenino	22 a 25 años	Ninguno	Persona natural	Si	Hult Prize	2020	Acceso a Mentores y Expertos, Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades, Oportunidad de Innovación y Mejora Continua	Boletines de la Universidad o Facultad
62	Moda y Belleza	2020	0	Femenino	26 a 30 años	Ninguno	Persona natural	Si	Impact Startup Competition (ISC)	2021	Aprendizaje y Desarrollo de Habilidades	Tablones de Anuncios
63	Servicios Profesionales	2019	4	Masculino	22 a 25 años	En proceso de constitución	Persona natural	Si	Programa StartupLab UNSAAC, Hult Prize	2020	Validación del Modelo de Negocio	Oficina de Innovación y Emprendimiento

ID	¿Utilizaste fuentes	¿Cuáles fuentes de financiamiento internas utilizaste para iniciar tu emprendimiento, o negocio startup? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Qué porcentaje del financiamiento total que tuvo tu emprendimiento,	El monto de financiamiento interno con el que comenzaste está en un rango de:	¿Con frecuencia recurrió a fuentes internas?	¿Qué factores principalmente influyeron en tu decisión de usar fuentes de financiamiento internas? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Qué impacto crees que estas fuentes de financiamiento internas en la
1	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	25% - 50%	S/550 - S/1,500	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Autonomía y Control Total	Positivo
2	Si	Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	25% - 50%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
3	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Capital propio (recursos financieros propios)	25% - 50%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
4	Si	Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo

5	Si	Apoyo de socios	25% - 50%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
6	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	75% - 90%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
7	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	51% - 75%	S/1,550 - S/ 2,500	Varias veces	Evitar deudas externas	Positivo
8	Si	Apoyo de socios	75% - 90%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas	Negativo
9	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)	25% - 50%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Autonomía y Control Total	Positivo
10	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir)	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
11	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
12	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Capital propio (recursos financieros propios), Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
13	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
14	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Capital propio (recursos financieros propios)	Menos del 25%	S/10,500 - S/15,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
15	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	25% - 50%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
16	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
17	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Apoyo de socios	25% - 50%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
18	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
19	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Apoyo de socios	25% - 50%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
20	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
21	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios), Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
22	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
23	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
24	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios), Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000		Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
25	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Apoyo de socios	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
26	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
27	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo



28	Si	Apoyo de socios	75% - 90%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
29	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
30	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Capital propio (recursos financieros propios), Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
31	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/10,500 - S/15,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	No sabe, no opina
32	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
33	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
34	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/15,500 - S/25,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
35	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	25% - 50%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
36	Si	Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
37	Si	Apoyo de socios	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
38	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Apoyo de socios	25% - 50%	S/10,500 - S/15,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
39	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	25% - 50%	S/ 2,550 - S/ 5,000		Facilidad de acceso, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
40	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	Menos del 25%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
41	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Apoyo de socios	Menos del 25%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
42	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	Menos del 25%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
43	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	Menos del 25%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro
44		Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	25% - 50%	S/0 - S/ 500	Una sola vez	Facilidad de acceso	Positivo
45	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	El 100%	S/5,500 - S/10,000	Varias veces	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Negativo
46	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	El 100%	S/5,500 - S/10,000	Varias veces	Evitar deudas externas, Autonomía y Control Total	Positivo
47	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados	El 100%	S/0 - S/ 500	Una sola vez	Facilidad de acceso, Evitar deudas externas	Neutro
48	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Varias veces	Evitar deudas externas	Positivo
49	Si	Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/5,500 - S/10,000	Varias veces	Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Positivo
50	Si	Apoyo de socios	75% - 90%	S/1,550 - S/ 2,500	Varias veces	Autonomía y Control Total	No sabe, no opina
51	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Varias veces	Confianza en la seguridad del financiamiento	Neutro

52	Si	Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	Menos del 25%	S/550 - S/1,500	Varias veces	Evitar deudas externas, Autonomía y Control Total	Neutro
53	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Venta de activos personales (propiedades, vehículos u otros bienes personales)	75% - 90%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas	Positivo
54	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Evitar deudas externas, Autonomía y Control Total	Positivo
55	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	25% - 50%	S/550 - S/1,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
56	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Evitar deudas externas, Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
57	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	75% - 90%	S/1,550 - S/ 2,500	Varias veces	Evitar deudas externas	Positivo
58	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios), Apoyo de socios	51% - 75%	S/1,550 - S/ 2,500	Una sola vez	Confianza en la seguridad del financiamiento, Autonomía y Control Total	Neutro
59	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados, Capital propio (recursos financieros propios)	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Evitar deudas externas	Positivo
60	Si	Apoyo de socios	75% - 90%	S/5,500 - S/10,000	Una sola vez	Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
61	Si	Apoyo de familiares o amigos (préstamos), Apoyo de socios	51% - 75%	S/1,550 - S/ 2,500	Varias veces	Facilidad de acceso, Autonomía y Control Total	Positivo
62	Si	Utilidades de otros emprendimientos liderados	51% - 75%	S/ 2,550 - S/ 5,000	Una sola vez	Confianza en la seguridad del financiamiento	Positivo
63	Si	Ahorros personales (dinero acumulado y que decidiste invertir), Apoyo de familiares o amigos (préstamos)	51% - 75%	S/0 - S/ 500	Una sola vez	Facilidad de acceso	Neutro

ID	¿Utilizaste fuentes de financiamiento para externas	¿Cuáles fuentes de financiamiento externas utilizaste para iniciar tu emprendimiento, negocio o startup? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Qué porcentaje del financiamiento total provino de estas fuentes externas?	¿Qué factores influyeron en tu decisión de usar fuentes de financiamiento externas? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Qué dificultades enfrentaste al intentar acceder a estas fuentes de financiamiento externas? (Selecciona todas las que apliquen)
1	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Falta de garantías o avales
2	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
3	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
4	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
5	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
6	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
7	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
8	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
9	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos

10	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Altas tasas de interes, Requisitos complejos
11	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
12	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
13	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
14	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
15	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
16	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
17	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
18	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Más de 75%	Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
19	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	25%-75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Altas tasas de interes, Requisitos complejos
20	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Más de 75%	Mejores condiciones de pago	Altas tasas de interes
21	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
22	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Altas tasas de interes
23	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Altas tasas de interes
24	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Altas tasas de interes
25	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
26	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
27	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
28	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes
29	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales, Requisitos complejos
30	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
31	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
32	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales, Requisitos complejos
33	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos

34	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	25%-75%	Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
35	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
36	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
37	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
38	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Acceso a mayores montos de financiamiento	Requisitos complejos
39	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Requisitos complejos
40	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Más de 75%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales
41	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
42	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
43	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
44	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
45	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales
46	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
47	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	25%-75%	Necesidad de capital adicional	Requisitos complejos
48	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
49	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
50	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales
51	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	No sabe, no opina	No sabe, no opina
52	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	No sabe, no opina	No sabe, no opina
53	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
54	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, No sabe, no opina	Requisitos complejos
55	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
56	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes

57	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
58	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes, Requisitos complejos
59	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Altas tasas de interes, Requisitos complejos
60	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Requisitos complejos
61	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento, Mejores condiciones de pago	Altas tasas de interes, Requisitos complejos
62	Si	Financiamiento de incubadoras o aceleradoras (Ejm: capitales semilla, programas de aceleración, otras), Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Falta de garantías o avales, Requisitos complejos
63	Si	Préstamos bancarios (Ejm: cajas Municipales y financieras como Caja Cusco, Banco de la Nación, otras)	Menos del 25%	Necesidad de capital adicional, Acceso a mayores montos de financiamiento	Falta de garantías o avales, Altas tasas de interes

ID	¿Qué impacto crees que tuvieron estas fuentes de financiamiento externas en la creación y desarrollo de tu emprendimiento?	El monto de financiamiento externo que percibiste está en un rango de:	¿En qué etapa se encuentra su emprendimiento, startup o negocio?	En caso de que se encuentre cerrado ¿En qué fase se encontraba tu emprendimiento cuando decidiste no continuar?	Idea de negocio: ¿Usó dinero propio, apoyo de familiares o amigos, o algún préstamo o financiamiento externo para desarrollar su idea?	¿Cómo surgió la idea para iniciar tu emprendimiento?	¿Realizaste algún tipo de análisis o evaluación antes de desarrollar la idea?	Validación de la idea: ¿Investigaste el mercado o probar un prototipo? ¿De dónde obtuvo el dinero o recursos para realizar esta fase?
1	Neutro	S/ 5,550 - S/ 10,000	Validación de la idea	Búsqueda de financiamiento	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
2	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Validación de la idea	Búsqueda de financiamiento	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
3	Positivo	S/ 5,550 - S/ 10,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
4	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
5	Positivo	S/50,500 - S/75,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por recomendación o idea de familiares o amigos.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
6	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por recomendación o idea de familiares o amigos.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
7	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Cerrado	Lanzamiento al mercado	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	No necesite financiamiento
8	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Identificación de recursos	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	No, pero obtuve información de manera informal (opiniones, experiencias cercanas, etc.).	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
9	Neutro	S/10,500 - S/25,000	Creación del emprendimiento	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
10	Negativo	S/10,500 - S/25,000	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	No, pero obtuve información de manera informal (opiniones, experiencias cercanas, etc.).	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
11	Positivo	S/10,500 - S/25,000	Creación del emprendimiento	Desarrollo del plan de negocio	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)

12	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
13	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
14	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Validación de la idea	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
15	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Creación del emprendimiento	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
16	Neutro	\$/ 5,550 - \$/ 10,000	Cerrado	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	No, pero obtuve información de manera informal (opiniones, experiencias cercanas, etc.).	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
17	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
18	Neutro	\$/10,500 - \$/25,000	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por recomendación o idea de familiares o amigos.	No, pero obtuve información de manera informal (opiniones, experiencias cercanas, etc.).	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
19	Neutro	\$/10,500 - \$/25,000	Cerrado	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por necesidad económica o personal.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
20	Neutro	\$/10,500 - \$/25,000	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
21	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
22	Neutro	\$/10,500 - \$/25,000	Identificación de recursos	Desarrollo del plan de negocio	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
23	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por recomendación o idea de familiares o amigos.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
24	Neutro	\$/10,500 - \$/25,000	Identificación de recursos	Aún se está desarrollando	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
25	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Identificación de recursos	Lanzamiento al mercado	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
26	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Identificación de recursos	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
27	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Creación del emprendimiento	Búsqueda de financiamiento	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por necesidad económica o personal.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
28	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Creación del emprendimiento	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
29	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Identificación de recursos	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por interés o pasión personal en un área específica.	No, desarrollé la idea directamente sin análisis previo.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
30	Positivo	\$/0 - \$/ 3,500	Cerrado	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
31	Neutro	\$/50,500 - \$/75,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
32	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Identificación de recursos	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
33	Positivo	\$/ 5,550 - \$/ 10,000	Identificación de recursos	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
34	Positivo	\$/ 5,550 - \$/ 10,000	Creación del emprendimiento	Búsqueda de financiamiento	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
35	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Identificación de recursos	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
36	Positivo	\$/50,500 - \$/75,000	Identificación de recursos	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
37	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Por necesidad económica o personal.	No, desarrollé la idea directamente sin análisis previo.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
38	Positivo	\$/ 5,550 - \$/ 10,000	Identificación de recursos	Desarrollo del plan de negocio	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
39	Positivo	\$/10,500 - \$/25,000	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
40	Positivo	\$/0 - \$/ 3,500	Primeros años de operación	Aún se está desarrollando	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)

41	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
42	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Identificación de recursos	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por necesidad económica o personal.	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
43	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
44	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
45	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
46	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Creación del emprendimiento	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
47	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Ambos	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	No necesite financiamiento
48	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Cerrado	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
49	Positivo	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
50	Positivo	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
51	No sabe, no opina	No sabe, no opina	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
52	No sabe, no opina	\$/0 - \$/ 3,500	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
53	No sabe, no opina	No sabe, no opina	Idea de negocio	Desarrollo del plan de negocio	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
54	No sabe, no opina	No sabe, no opina	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
55	Neutro	No sabe, no opina	Cerrado	Lanzamiento al mercado	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
56	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
57	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
58	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Creación del emprendimiento	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
59	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Idea de negocio	Idea inicial o conceptualización	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	No necesite financiamiento
60	Neutro	\$/ 5,550 - \$/ 10,000	Identificación de recursos	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
61	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)
62	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Identificación de recursos	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)
63	Neutro	\$/0 - \$/ 3,500	Cerrado	Búsqueda de financiamiento	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Por identificación de una oportunidad en el mercado	Sí, realicé un estudio de mercado o análisis preliminar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)

ID	¿Cómo validaste la viabilidad de tu idea de negocio?	¿Qué resultado obtuviste en el proceso de validación de tu idea?	Identificación de recursos: (ejemplo: comprar materiales o buscar un lugar para operar): ¿Cómo financió esta etapa de su emprendimiento?	¿Qué tipo de recursos identificaste como necesarios para iniciar tu emprendimiento?	¿Tuviste dificultades para identificar o acceder a los recursos necesarios?
1	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
2	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
3	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.

4	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, ya contaba con los recursos desde el inicio
5	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
6	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
7	No realicé ningún proceso formal de validación.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
8	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
9	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
10	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
11	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
12	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
13	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
14	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
15	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
16	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
17	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
18	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
19	No realicé ningún proceso formal de validación.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
20	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
21	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
22	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
23	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
24	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
25	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
26	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
27	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.		Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
28	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
29	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
30	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
31	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
32	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	No obtuve resultados claros.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
33	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
34	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.



35	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
36	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
37	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
38	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
39	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
40	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
41	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
42	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Ambos	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
43	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
44	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	No obtuve resultados claros.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
45	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
46	No realicé ningún proceso formal de validación.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
47	No realicé ningún proceso formal de validación.	No obtuve resultados claros.	No necesite financiamiento		
48	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
49	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
50	No realicé ningún proceso formal de validación.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
51	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
52	Consulté con expertos o mentores.	No obtuve resultados claros.	No necesite financiamiento	Recursos tecnológicos (software, hardware, plataformas, etc.)	No, ya contaba con los recursos desde el inicio
53	Consulté con expertos o mentores.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	No necesite financiamiento		
54	No realicé ningún proceso formal de validación.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
55	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
56	Consulté con expertos o mentores.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
57	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
58	Probé un prototipo o versión inicial del producto/servicio.	Identifiqué problemas que ajusté antes de continuar.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
59	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	No, el proceso fue relativamente sencillo.
60	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Recursos materiales (equipos, insumos, local, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.
61	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Decidí no continuar con la idea después de validarla	No necesite financiamiento		
62	Consulté con expertos o mentores.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Recursos financieros (capital, préstamos, etc.)	Sí, encontré dificultades importantes.
63	Realicé encuestas o entrevistas a potenciales clientes.	Confirmé que la idea era viable y tenía mercado.	Ambos	Recursos humanos (personal, socios, etc.)	Sí, pero logré resolverlas con apoyo externo.

ID	Creación del emprendimiento (ejemplo: registrar el negocio lanzar su producto o servicio): ¿De dónde obtuvo los fondos para realizar esta etapa?	¿Qué aspectos consideraste prioritario durante la creación de tu emprendimiento?	¿Cuál fue el mayor desafío que enfrentaste al crear tu emprendimiento?	¿Qué factores externos (económicos, sociales, tecnológicos) crees que influyeron en la imposibilidad de concretar tu emprendimiento?	Primeros años de operación (ejemplo: pagar empleados, alquiler, o promocionar el emprendimiento): ¿Cómo financió el funcionamiento inicial del emprendimiento?	Durante los primeros años de operación, ¿Cuál fue el principal reto que enfrentaste en tu emprendimiento?
1	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Opción 1	No necesite financiamiento	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
2	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Atraer y retener clientes.
3	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Ninguno	Ninguno
4	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Atraer y retener clientes.
5	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Registro legal y formalización	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Tecnologicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
6	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	No había un mercado desarrollado en Cusco	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Atraer y retener clientes.
7	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Factores económicos	Ninguno	Mantener un flujo de caja positivo.
8	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Ambos	Atraer y retener clientes.
9	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Mantener un flujo de caja positivo.
10	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
11	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Sociales	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Atraer y retener clientes.
12	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Identificar clientes o mercados iniciales	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Ninguno
13	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Registro legal y formalización	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Sociales	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
14	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Tecnologico	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
15	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Registro legal y formalización	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Mantener un flujo de caja positivo.
16	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Establecimiento de un lugar físico o virtual para operar.	Identificar clientes o mercados iniciales	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Mantener un flujo de caja positivo.
17	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Mantener un flujo de caja positivo.
18	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Sociales	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
19	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Ambos	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
20	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
21	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
22	Ambos	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.

23	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Identificar clientes o mercados iniciales	Economicos	Ambos	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
24	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Atraer y retener clientes.
25	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
26	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Tecnologicos	Ambos	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
27	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
28	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
29	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
30	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
31	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Sociales	Ninguno	Ninguno
32	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Ninguno	Ninguno
33	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Atraer y retener clientes.
34	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
35	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Ambos	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
36	Ambos	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Tecnologicos	Ambos	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
37	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Tecnologicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
38	Ambos	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Tecnologicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Mantener un flujo de caja positivo.
39	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
40	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Sociales	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
41	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y orgnizat un equipo de trabajo	Economicos	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Atraer y retener clientes.
42	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Ambos	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
43	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Economicos	Ambos	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
44	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente		Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Mantener un flujo de caja positivo.
45	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Reclutar y organizar un equipo de trabajo	El equipo, éramos muchas en el equipo	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Atraer y retener clientes.
46	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Factores tecnológicos	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.
47	No necesite financiamiento				No necesite financiamiento	Ninguno
48	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales, como la pandemia	Ambos	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.

49	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo	Ninguno	Ambos	Mantener un flujo de caja positivo.
50	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Sociales	Ambos	Atraer y retener clientes.
51	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo		Ambos	Atraer y retener clientes.
52	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo		Ninguno	Ninguno
53	No necesite financiamiento	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo		Ninguno	Ninguno
54	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo	Formación del equipo, este no estaba comprometido	Ambos	Atraer y retener clientes.
55	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Desarrollo y lanzamiento del producto/servicio	Conseguir financiamiento suficiente	Factores de administración de recursos	Ambos	Atraer y retener clientes.
56	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Registro legal y formalización	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	factores económicos principalmente	Ambos	Gestionar el crecimiento y expansión del emprendimiento.
57	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Establecimiento de un lugar físico o virtual para operar.	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	El emprendimiento sigue vigente	Externa (Préstamos de bancos o instituciones externas)	Atraer y retener clientes.
58	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Registro legal y formalización	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Ninguno	Ambos	Atraer y retener clientes.
59	Ambos	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Conseguir financiamiento suficiente	Factores económicos y conocimientos por parte del equipo en el rubo en el que nos encontrábamos	Ambos	Atraer y retener clientes.
60	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Establecimiento de un lugar físico o virtual para operar.	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Muchos requisitos para abrir una tienda	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Mantener un flujo de caja positivo.
61			Reclutar y organizar un equipo de trabajo	No sabía como gestionar un equipo, me engañaron y constituyeron un emprendimiento similar	Ninguno	Ninguno
62	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Estrategia de marketing y promoción inicial.	Reclutar y organizar un equipo de trabajo		Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Atraer y retener clientes.
63	Interna (Dinero propio o de familiares/amigos)	Registro legal y formalización	Cumplir con los requisitos legales y regulatorios	Factores de mercado, con el tiempo se puso difícil seguir con el mercado	No necesite financiamiento	Cumplir con las regulaciones y obligaciones fiscales.

ID	¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento o startup desde la creación del Producto Mínimo Viable?	¿Cuánto considera que son las ganancias netas de su emprendimiento?	¿En cuánto tiempo recibió retornos de la inversión realizada?	¿Llegó a darle fin a su emprendimiento?	¿Cuál fue la razón principal por la que decidiste cerrar tu emprendimiento o startup? (Selecciona una opción principal)	¿Qué medidas intentaste implementar para evitar el cierre del emprendimiento? (Selecciona todas las que apliquen)	¿Cuál fue la principal razón por la que no pudiste concretar tu emprendimiento? (Selecciona una opción principal)
1	Aún no lo lanzamos	Menos de 500	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
2	2 años	Ninguno	Ninguno	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina

3	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	No	No sabe, no opina	Búsqueda de financiamiento adicional, Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	No sabe, no opina
4	2 años	Menos de 500	2 años	No	No sabe, no opina	Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	No sabe, no opina
5	2 años	Ninguno	Ninguno	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
6	Aún no lo lanzamos	Menos de 500	Ninguno	Si	Falta de demanda de productos/servicios	Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
7	Meses	Menos de 500	Ninguno	Si	Falta de financiamiento	Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
8	4 años	Más de 2000	3 años	Si	Cambios inesperados en el mercado	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Falta de conocimiento
9	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	No	Problemas legales o regulatorios	Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
10	2 años	1501 a 2000	3 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
11	Meses	1501 a 2000	2 años	Si	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
12	Indefinido	Ninguno	Ninguno	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
13	2 años	1201 a 1500	En menos de 1 año	Si	Falta de demanda de productos/servicios	Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
14	2 años	Menos de 500	1 año	No	Problemas en la gestión o administración	Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas, No sabe, no opina	Falta de conocimiento o experiencia en el área
15	Meses	1201 a 1500	2 años	No	Falta de demanda de productos/servicios	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
16	2 años	1501 a 2000	2 años	Si	Problemas en la gestión o administración	Búsqueda de financiamiento adicional	Falta de conocimiento o experiencia en el área
17	2 años	Más de 2000	2 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
18	1 año	Menos de 500	1 año	Si	Cambios inesperados en el mercado	Cambio en la estrategia de mercado	Falta de conocimiento o experiencia en el área
19	2 años	Más de 2000	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
20	1 año	1501 a 2000	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
21	1 año	Más de 2000	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
22	1 año	Más de 2000	Ninguno	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
23	1 año	1501 a 2000	1 año	No	Problemas en la gestión o administración	Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Conflictos con socios o colaboradores
24	1 año	Más de 2000	2 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
25	Meses	Menos de 500	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
26	2 años	1201 a 1500	2 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
27	2 años	Menos de 500	2 años	Si	Falta de financiamiento	Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Falta de conocimiento
28	2 años	1501 a 2000	2 años	No	Cambios inesperados en el mercado	Cambio en la estrategia de mercado, Reestructuración del emprendimiento	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
29	3 años	1501 a 2000	2 años	Si	Cambios inesperados en el mercado	Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Conflictos con socios o colaboradores
30	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
31	Indefinido	Ninguno	Ninguno	Si	Problemas legales o regulatorios	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios	Falta de conocimiento o experiencia en el área
32	Indefinido	Ninguno	Ninguno	Si	Cambios inesperados en el mercado	Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	Conflictos con socios o colaboradores
33	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	Si	Tiempo, ya que me encontraba estudiando	Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	Conflictos con socios o colaboradores
34	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	No	Falta de financiamiento	Cambio en la estrategia de mercado, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	No sabe, no opina
35	2 años	1501 a 2000	2 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
36	2 años	1201 a 1500	2 años	Si	Falta de financiamiento	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Falta de conocimiento o experiencia en el área
37	2 años	Más de 2000	2 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
38	1 año	1501 a 2000	1 año	Si	Cambios inesperados en el mercado	Cambio en la estrategia de mercado, Reestructuración del emprendimiento	Conflictos con socios o colaboradores
39	1 año	1501 a 2000	1 año	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina

40	2 años	1501 a 2000	4 años	Si	Problemas en la gestión o administración	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento, Reducción de costos	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
41	1 año	1201 a 1500	4 años	Si	Problemas legales o regulatorios	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la oferta de productos o servicios	Conflictos con socios o colaboradores
42	4 años	1501 a 2000	4 años	No	No sabe, no opina	No sabe, no opina	No sabe, no opina
43	4 años	Más de 2000	3 años	Si	Problemas legales o regulatorios	Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento	Conflictos con socios o colaboradores
44	1 año	Menos de 500	En menos de 1 año	No	No sabe, no opina	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la estrategia de mercado, Reducción de costos	Falta de conocimiento
45	1 año	1201 a 1500	Ninguno		Problemas en la gestión o administración	Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Conflictos con socios o colaboradores
46	2 años	1501 a 2000	Ninguno	Si	Problemas en la gestión o administración	Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
47	Aún no lo lanzamos	Ninguno			Tiempo, ya que me encontraba estudiando	Incorporación de nuevos socios o inversionistas	No sabe, no opina
48	2 años	1201 a 1500	1 año	No	Falta de demanda de productos/servicios	Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	No sabe, no opina
49	2 años	1201 a 1500	2 años	Si	Tiempo, ya que me encontraba estudiando	Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios	Conflictos con socios o colaboradores
50	1 año	1201 a 1500	1 año	Si	Falta de demanda de productos/servicios	Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
51	3 años	1501 a 2000	3 años	Si	Problemas legales o regulatorios	Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
52	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	Si	Falta de demanda de productos/servicios	Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	No sabe, no opina
53	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	Si	Tiempo, ya que me encontraba estudiando	Reducción de costos	No sabe, no opina
54	1 año	Menos de 500	Ninguno	Si	Falta de financiamiento	Búsqueda de financiamiento adicional, Reestructuración del emprendimiento	Conflictos con socios o colaboradores
55	2 años	1201 a 1500	1 año	No	No sabe, no opina	Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Falta de conocimiento o experiencia en el área
56	2 años	Menos de 500	1 año	No		Cambio en la oferta de productos o servicios, Reestructuración del emprendimiento	Problemas en el desarrollo del producto o servicio
57	1 año	1201 a 1500	1 año	No		Incorporación de nuevos socios o inversionistas, Reducción de costos	No sabe, no opina
58	1 año	1201 a 1500	3 años	Si	No sabe, no opina	Búsqueda de financiamiento adicional, Cambio en la estrategia de mercado, Cambio en la oferta de productos o servicios	
59	1 año	1501 a 2000	2 años	Si	Problemas en la gestión o administración	Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Falta de conocimiento
60	1 año	Menos de 500	2 años	No	No sabe, no opina	Búsqueda de financiamiento adicional, Reducción de costos	No sabe, no opina
61	Aún no lo lanzamos	Ninguno	Ninguno	Si	Problemas en la gestión o administración	Reestructuración del emprendimiento, Incorporación de nuevos socios o inversionistas	Conflictos con socios o colaboradores
62	Meses	Menos de 500	Ninguno	No		Cambio en la oferta de productos o servicios	No sabe, no opina
63	Meses	Menos de 500	Ninguno	No	Problemas legales o regulatorios	Búsqueda de financiamiento adicional	Falta de conocimiento o experiencia en el área

# Presupuesto de la Unidad de Investigación de la Unsaac

## PRESUPUESTO 2018 CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS

ANEXO 16

UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco										DICIEMBRE			
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS													
CATE	PRDG	PRODU	ACTIVIDAD	FUN	DIV	GRUP	NATURALEZA	PIM	EJECUTADO A DICIEMBRE	SALDO PIM-EJEC.	E/PIM		
GOR	PTAL	PROYECT	ACC./OBRA	FUNC.	FUNC.						N		
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS													
0066			FORMACION UNIVERSITARIA DE PRE-GRADO					24,051,100	16,698,873.74	7,352,226.26			69.43
			DOCENTES CON ADECUADAS COMPETENCIAS					24,051,100	16,698,873.74	7,352,226.26			69.43
			5005659 CAPACITACION DOCENTE					0	0.00	0.00			0.00
			22 EDUCACION					0	0.00	0.00			0.00
			048 EDUCACION SUPERIOR					0	0.00	0.00			0.00
			0109 EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA					0	0.00	0.00			0.00
			2.3.2.7.3.1 Realizado por Personas Juridicas					0	0.00	0.00			0.00
3000797			INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO ADECUADOS					24,051,100	16,698,873.74	7,352,226.26			69.43
			5006047 MANTENIMIENTO Y OPERACION DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO					24,051,100	16,698,873.74	7,352,226.26			69.43
			2.3.2.4.1.1 De Edificaciones, Oficinas y Estructuras					618,263	543,985.10	74,277.90			87.99
			2.3.2.7.11.99 Servicios Diversos					18,737	18,736.32	0.68			100.00
			2.6.3.1.1.2 Para Transporte Aereo					33,100	16,150.00	16,950.00			48.79
			2.6.3.2.1.1 Maquinas y Equipos					671,622.00	295,252.36	376,369.64			43.96
			2.6.3.2.1.2 Mobiliario					364,420	224,918.00	139,502.00			61.72
			2.6.3.2.2.1 Maquinas y Equipos					4,430,348	1,492,151.61	2,938,196.39			33.68
			2.6.3.2.2.2 Mobiliario					770,000	327,311.48	442,688.52			0.00
			2.6.3.2.3.1 Equipos Computacionales y Perifericos					11,259,564	9,749,768.26	1,509,795.74			86.59
			2.6.3.2.3.2 Equipos de Comunicaciones para Redes Informaticas					2,000	0.00	2,000.00			0.00
			2.6.3.2.3.3 Equipos de Telecomunicaciones					3,105,830	2,703,349.76	402,480.24			87.04
			2.6.3.2.4.1 Mobiliario					117,618	46,042.00	71,576.00			39.15
			2.6.3.2.4.2 Equipos					204,079	86,468.80	117,610.20			42.37
			2.6.3.2.6.1 Equipo de Cultura y Arte					126,930.00	0.00	126,930.00			0.00
			2.6.3.2.9.1 Aire Acondicionado Refrigeracion					154,000	28,362.00	125,638.00			18.42
			2.6.3.2.9.2 Aseo, Limpieza y Cocina					84,770	4,963.00	79,807.00			5.85
			2.6.3.2.9.3 Seguridad Industrial					50,550	46,088.00	4,462.00			91.17
			2.6.3.2.9.4 Electricidad y Electronica					32,906.00	22,785.00	10,121.00			69.24
			2.6.3.2.9.5 Equipos e Instrumentos de Medicion					1,021,062	238,793.00	782,269.00			23.39
			2.6.3.2.9.99 Maquinarias, Equipos y Mobiliarios de Otras Instalaciones					554,321.00	527,060.00	27,261.00			95.08
			2.6.6.1.3.2 Softwares					430,980.00	326,689.05	104,290.95			75.80
			ACCIONES CENTRALES					346,000	193,183.00	152,817.00			55.83
9001			ACCIONES CENTRALES					346,000	193,183.00	152,817.00			55.83
3999999			SIN PRODUCTO					346,000	193,183.00	152,817.00			55.83
			5000003 GESTION ADMINISTRATIVA					346,000	193,183.00	152,817.00			55.83
			2.3.1.5.3.1 Aseo, Limpieza y Tocado					0.00	0.00	0.00			0.00
			2.3.2.7.11.99 Servicios Diversos					346,000	193,183.00	152,817.00			55.83
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS													
9002			ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
3999999			SIN PRODUCTO					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
			5.000894 INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO TECNOLOGICO					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
			22 EDUCACION					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
			048 EDUCACION SUPERIOR					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
			0016 INVESTIGACION APLICADA					364,215	293,525.34	70,689.66			80.59
			2.1.1.5.2.99 Otras Retribuciones y Complementos					47,550	23,050.00	24,500.00			48.48
			2.3.1.8.2.1 Material, Insumos, Instrumental y Accesorios Medicos, Quirurgicos, Odontologicos y de Laboratorio					32,429	26,382.35	6,046.65			81.35
			2.3.199.199 Otros Bienes					3,313	2,710.00	603.00			81.80
			2.3.2.1.1.1 Pasajes y Gastos de Transporte					16,814	10,043.53	6,770.47			59.73
			2.3.2.1.1.2 Viaticos y Asignaciones por Comision de Servicio					16,142	10,141.76	6,000.24			62.83
			2.3.2.1.2.1 Pasajes y Gastos de Transporte					3,484	1,961.18	1,522.82			56.29
			2.3.2.1.2.2 Viaticos y Asignaciones por Comision de Servicio					640	640.00	0.00			100.00
			2.3.2.2.4.4 Servicio de Impresiones, Encuadernacion y Empastado					15,930	15,900.00	30.00			99.81
			2.3.2.7.11.99 Servicios Diversos					87,890	87,889.22	0.78			100.00
			2.3.2.7.2.99 Otros Servicios Similares					9,600	6,450.00	3,150.00			67.19
			2.3.2.7.3.1 Realizado por Personas Juridicas					1,500	0.00	1,500.00			0.00
			2.3.2.7.3.2 Realizado por Personas Naturales					1,000	0.00	1,000.00			0.00
			2.4.1.2.1.99 A Otros Organismos Internacionales					6,000	0.00	6,000.00			0.00
			2.5.3.1.1.1 A Estudiantes					32,000	18,500.00	13,500.00			57.81
			2.6.3.2.9.5 Equipos e Instrumentos de Medicion					79,923	79,870.00	53.00			99.93
			2.6.6.1.2.1 Libros y Textos para Bibliotecas					10,000	9,987.30	12.70			99.87
			2.6.6.1.3.2 Softwares					0	0.00	0.00			0.00
TOTAL:									24,761,315	17,185,582.08	7,575,732.92		69.40

**PRESUPUESTO 2019**  
**CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS**

ANEXO 16

UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco  
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS

FUENTE FINANCIAMIENTO: 4 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS							DICIEMBRE				
CATE.	PROG.	PRODU./	ACTIVIDAD/	FUN	DIV.	GRUPO					
GORI	PPTAL	PROYECT.	ACC. /OBRA	ENFOQUE	FUNC.	FUNC.	NATURALEZA	PIM	EJECUTADO A DICIEMBRE	SALDO PIM-EJECUC.	E/PIM
PROGRAMAS PRESUPUESTALES CON ENFOQUE A RESULTADOS											
0066							FORMACION UNIVERSITARIA DE PRE-GRADO	50,130,545	10,902,221.26	39,228,323.74	21.75
	3000785						PROGRAMAS CURRICULARES ADECUADOS	50,130,545	10,902,221.26	39,228,323.74	21.75
		5005861					FOMENTO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA	43,605,000	9,150,711.75	34,454,288.25	20.99
			22 EDUCACION					43,605,000	9,150,711.75	34,454,288.25	20.99
				48			ION SUPERIOR	43,605,000	9,150,711.75	34,454,288.25	20.99
					0109		SUPERIOR UNIVERSITARIA	43,605,000	9,150,711.75	34,454,288.25	20.99
						2.6.3.2.1.1	Maquinas y Equipos	13,550	12851.18	698.82	94.84
						2.6.3.2.1.2	Mobiliario	32,110	321.00	0.00	100.00
						2.6.3.2.2.1	Maquinas y Equipos	30,576,780	1,692,360.82	28,884,419.18	5.53
						2.6.3.2.2.2	Mobiliario	1,146,000	532,078.30	613,921.70	46.43
						2.6.3.2.3.1	Equipos Computacionales Y Perifericos	8,450,000	6,617,007.56	1,832,992.44	78.31
						2.6.3.2.3.3	Equipos De Telecomunicaciones	1,516,750	62,970.06	1,453,779.94	4.15
						2.6.3.2.4.1	Mobiliario	31,000	30,900.00	100.00	99.68
						2.6.3.2.4.2	Equipos	63,000	51,470.00	11,530.00	81.70
						2.6.3.2.9.2	Aseo, Limpieza y Cocina	37,310	34,118.91	3,191.09	91.45
						2.6.3.2.9.3	Seguridad Industrial	51,500	49,740.00	1,760.00	96.58
						2.6.3.2.9.5	Equipos e Instrumentos de Medicion	1,687,000	35,104.92	1,651,895.08	2.08
	3000797						INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO ADECUADOS	6,525,545	1,751,509.51	4,774,035.49	26.84
		5006047					MANTENIMIENTO Y OPERACION DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO	6,525,545	1,751,509.51	4,774,035.49	26.84
						2.3.1.11.1.1	Para Edificios y Estructuras	110,025	97,995.80	12,029.20	89.07
						2.3.1.11.1.5	Otros Materiales de Mantenimiento	7,000	3,848.38	3,151.62	54.98
						2.3.1.11.1.6	Materiales de Acondicionamiento	12,000	6,871.00	5,129.00	57.26
						2.3.1.6.1.1	De Vehiculos	700	637.00	63.00	91.00
						2.3.1.6.1.2	De Comunicaciones y Telecomunicaciones	110,000	63,640.82	46,359.18	57.86
						2.3.1.6.1.3	De Construcion y Maquinas	1,500	1,008.00	492.00	67.20
						2.3.1.6.1.4	De Seguridad	10,500	470.00	10,030.00	4.48
						2.3.1.6.1.99	Otros Accesorios y Repuestos	351,100	75,288.70	275,811.30	21.44
						2.3.2.4.1.1	De Edificaciones, Oficinas y Estructuras	4,971,175	1,041,186.09	3,929,988.91	20.94
						2.3.2.4.1.3	De Vehiculos	10,000	0.00	10,000.00	0.00
						2.3.2.4.1.4	De Mobiliario y Similares	12,000	12,000.00	0.00	100.00
						2.3.2.4.1.5	De Maquinarias y Equipos	334,000	216,904.50	117,095.50	64.94
						2.3.2.4.1.99	De Otros Bienes y Activos	70,000	12,648.32	57,351.68	18.07
						2.6.3.2.1.1	Maquinas y Equipos	85,000	40,051.22	44,948.78	47.12
						2.6.3.2.1.2	Mobiliario	10,000	4,940.00	5,060.00	49.40
						2.6.3.2.2.1	Maquinas y Equipos	110,375	110,275.62	99.38	99.91
						2.6.3.2.2.2	Mobiliario	35,284	10,283.95	25,000.05	29.15

Página 1

						2.6.3.2.3.1	Equipos Computacionales y Perifericos	262,268	34,337.88	227,930.12	13.09
						2.6.3.2.3.2	Equipos de Comunicaciones para Redes Informaticas	600	600.00	0.00	100.00
						2.6.3.2.3.3	Equipos De Telecomunicaciones	18,341	14,845.84	3,495.16	80.94
						2.6.3.2.9.99	Maquinarias, Equipos y Mobiliarios de Otras Instalaciones	3,677	3,676.39	0.61	99.98
ACCIONES CENTRALES								6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			9001	ACCIONES CENTRALES				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			3999999	SIN PRODUCTO				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			5000003	GESTION ADMINISTRATIVA				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			22	EDUCACION				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			006	GESTION				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			0006	ASESORAMIENTO Y APOYO				6,000,000	463,775.95	5,536,224.05	7.73
			2.3.111.1.1	Para Edificios y Estructuras			143,000	51,177.60	91,822.40	35.79	
			2.3.111.1.5	Otros Materiales de Mantenimiento			50,000	27,228.40	22,771.60	54.46	
			2.3.1.6.1.1	De vehiculos			15,000	1,840.00	13,160.00	12.27	
			2.3.1.6.1.2	de Comunicaciones y Telecomunicaciones			3,000	1,880.00	1,120.00	56.00	
			2.3.1.6.1.3	De Construcion y Maquinas			279,000	0.00	279,000.00	0.00	
			2.3.1.6.1.4	De Seguridad			15,000	1,330.00	13,670.00	8.87	
			2.3.1.6.1.99	Otros Accesorios y Repuestos			85,000	16,794.50	68,205.50	19.76	
			2.3.2.4.1.1	De Edificaciones, Oficinas y Estructuras			4,752,000	197,418.44	4,554,581.56	4.15	
			2.3.2.4.1.3	De Vehiculos			55,000	50,998.00	4,002.00	92.72	
			2.3.2.4.1.4	De Mobiliario y Similares			3,000	0.00	3,000.00	0.00	
			2.3.2.4.1.5	De Maquinarias y Equipos			500,000	80,536.01	419,463.99	16.11	
			2.3.2.4.1.99	De Otros Bienes y Activos			100,000	34,773.00	65,227.00	34.77	
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS								291,307.00	181,466.81	109,840.19	62.29
			9002	ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS				291,307.00	181,466.81	109,840.19	62.29
			2271925	MEJORAMIENTO Y AMPLIAC.DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACION TECNOLÓGICA				227,252.00	134,938.40	92,313.60	59.38
			6000041	IMPLEMENTACION DE MODULOS				227,252.00	134,938.40	92,313.60	59.38
			003	PLANEAMIENTO, GESTION Y RESERVA DE CONTINGENCIA				227,252.00	134,938.40	92,313.60	59.38
			009	CIENCIA Y TECNOLOGIA				227,252.00	134,938.40	92,313.60	59.38
			0016	INVESTIGACION APLICADA				227,252.00	134,938.40	92,313.60	59.38
			2.6.3.2.2.1	Maquinas y Equipos			31,369.00	24,319.00	7,050.00	77.53	
			2.6.7.1.5.1	Gastos por la Contratacion de Personal			60,201.00	5,400.00	54,801.00	8.97	
			2.6.7.1.5.2	Gastos por la Compra de Bienes			75,683.00	62,860.40	12,822.60	83.05	
CATE GORI	PROG. PPTAL	PRODU Y PROYEC	ACTIVIDA D/ACC./OBRA	FUN C.	DIV. FUNC.	GRUPO FUNC.	NATURALEZA	PIM	EJECUTADO A DICIEMBRE	SALDO PIM-EJECUC.	K/PIM %
			3999999	SIN PRODUCTO				84,055.00	46,528.41	37,526.59	72.64
			5000894	INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO TECNOLÓGICO				84,055.00	46,528.41	37,526.59	72.64
			22	EDUCACION				84,055.00	46,528.41	37,526.59	72.64
			048	EDUCACION SUPERIOR				84,055.00	46,528.41	37,526.59	72.64
			0016	INVESTIGACION APLICADA				84,055.00	46,528.41	37,526.59	72.64
			2.1.1.5.2.99	Otras retribuciones y Complementos			24,500.00	24,500.00	0.00	100.00	
			2.3.1.5.1.2	Papeleria en General, Utiles y Materiales de Oficina			150.00	109.80	40.20	73.20	
			2.3.1.8.2.1	Material, Insumos, Instrumental y Accesorios Medicos, Quimicos, Odontologicos y de Laboratorio			7,907.00	7,907.00	0.00	100.00	

						2.3.2.7.11.2	Transporte y Traslado de Carga, Bienes y Materiales	500.00	387.81	112.19	77.56
						2.3.2.7.11.5	Servicios de Alimentacion de Consumo Humano	450.00	300.00	150.00	66.67
						2.3.2.7.11.99	Servicios Diversos	15,548.00	40.00	15,508.00	0.26
						2.5.3.1.1.1	A Estudiantes	15,000.00	13,283.80	1,716.20	88.56
							TOTAL:	56,421,652.00	11,547,464.02	44,874,387.98	20.47



PRESUPUESTO 2020									
CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS									
UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco									
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4/13 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS									
CATE. PROG. GORIA	PROG. PPTAL	PRODU. PROYECT.	ACTIVIDAD/ ACC. /OBRA	FUN. FUNC.	DIV. FUNC.	GRUPO FUNC.	NATURALEZA	PIM	EJECUTADO MES DICIEMBRE
PROGRAMAS PRESUPUESTALES CON ENFOQUE A RESULTADOS								8,400,000.00	230,200.00
0066 FORMACION UNIVERSITARIA DE PREGRADO								8,400,000.00	230,200.00
3000785 PROGRAMAS CURRICULARES ADECUADOS								2,400,000.00	35,500.00
5005861 FOMENTO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA								2,400,000.00	35,500.00
22 EDUCACION								2,400,000.00	35,500.00
048 EDUCACION SUPERIOR								2,400,000.00	35,500.00
0109 EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA								2,400,000.00	35,500.00
2.6.3.2.1.2 Mobiliario								242,600.00	0.00
2.6.3.2.2.1 Máquinas y Equipos								1,421,927.00	35,500.00
2.6.3.2.3.3 Equipos de Telecomunicaciones								300,000.00	0.00
2.6.3.2.9.5 Equipos e Instrumentos de Medición								435,473.00	0.00
3000797 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO ADECUADOS								6,000,000.00	194,700.00
5006047 MANTENIMIENTO Y OPERACION DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO								6,000,000.00	194,700.00
22 EDUCACION								6,000,000.00	194,700.00
048 EDUCACION SUPERIOR								6,000,000.00	194,700.00
0109 EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA								6,000,000.00	194,700.00
2.3.1.6.1.1 De Vehículos								5,172.00	0.00
2.3.1.6.1.3 De Construcción y Máquinas								279,270.00	0.00
2.3.1.6.1.4 De Seguridad								55,331.00	0.00
2.3.1.6.1.99 Otros Accesorios y Repuestos								252,398.00	194,700.00
2.3.1.11.1.1 Para Edificios y Estructuras								598,485.00	0.00
2.3.1.11.1.3 Para Mobiliario y Similares								5,800.00	0.00
2.3.2.4.2.1 De Edificaciones, Oficinas y Estructuras								4,581,774.00	0.00
2.3.2.4.5.1 De Vehículos								39,365.00	0.00
2.3.2.4.7.1 De Máquinas y Equipos								160,556.00	0.00
2.3.2.4.99.99 De Otros Bienes y Activos								21,849.00	0.00
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS								277,225.00	46,849.40
9002 ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS								277,225.00	46,849.40
2271925 MEJORAMIENTO Y AMPLIAC. DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOL								277,225.00	46,849.40
6000041 IMPLEMENTACION DE MODULOS								277,225.00	46,849.40
003 PLANEAMIENTO, GESTION Y RESERVA DE CONTINGENCIA								277,225.00	46,849.40
009 CIENCIA Y TECNOLOGIA								277,225.00	46,849.40
0016 INVESTIGACION APLICADA								277,225.00	46,849.40
2.6.3.2.2.1 Maquinas y Equipos								25,900.00	0.00
2.6.3.2.3.3 Equipos de Telecomunicaciones								4,990.00	4,990.00
2.6.7.1.5.1 Gastos por la Contratacion de Persona								58,200.00	9,000.00
2.6.7.1.5.2 Gastos por la Compra de Bienes								55,136.00	18,828.50
2.6.7.1.5.3 Gastos por la Contratacion de Servicios								132,999.00	14,030.90
TOTAL:								8,677,225.00	277,049.40

Página 1

PRESUPUESTO 2020									
CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS									
UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco									
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4/13 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS									
CATE. PROG. GORIA	PROG. PPTAL	PRODU. PROYECT.	ACTIVIDAD/ ACC. /OBRA	FUN. FUNC.	DIV. FUNC.	GRUPO FUNC.	NATURALEZA	PIM	EJECUC. TOTAL A DICIEMBRE
PROGRAMAS PRESUPUESTALES CON ENFOQUE A RESULTADOS								8,400,000.00	1,170,365.70
0066 FORMACION UNIVERSITARIA DE PREGRADO								8,400,000.00	1,170,365.70
3000785 PROGRAMAS CURRICULARES ADECUADOS								2,400,000.00	791,134.00
5005861 FOMENTO DE LA INVESTIGACION FORMATIVA								2,400,000.00	791,134.00
22 EDUCACION								2,400,000.00	791,134.00
048 EDUCACION SUPERIOR								2,400,000.00	791,134.00
0109 EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA								2,400,000.00	791,134.00
2.6.3.2.1.2 Mobiliario								242,600.00	0.00
2.6.3.2.2.1 Máquinas y Equipos								1,421,927.00	791,134.00
2.6.3.2.3.3 Equipos de Telecomunicaciones								300,000.00	0.00
2.6.3.2.9.5 Equipos e Instrumentos de Medición								435,473.00	0.00
3000797 INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO ADECUADOS								6,000,000.00	379,231.70
5006047 MANTENIMIENTO Y OPERACION DE LA INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO								6,000,000.00	379,231.70
22 EDUCACION								6,000,000.00	379,231.70
048 EDUCACION SUPERIOR								6,000,000.00	379,231.70
0109 EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA								6,000,000.00	379,231.70
2.3.1.6.1.1 De Vehículos								5,172.00	5,100.00
2.3.1.6.1.3 De Construcción y Máquinas								279,270.00	0.00
2.3.1.6.1.4 De Seguridad								55,331.00	3,558.90
2.3.1.6.1.99 Otros Accesorios y Repuestos								252,398.00	194,700.00
2.3.1.11.1.1 Para Edificios y Estructuras								598,485.00	40,642.50
2.3.1.11.1.3 Para Mobiliario y Similares								5,800.00	0.00
2.3.2.4.2.1 De Edificaciones, Oficinas y Estructuras								4,581,774.00	114,415.30
2.3.2.4.5.1 De Vehículos								39,365.00	4,467,358.70
2.3.2.4.7.1 De Máquinas y Equipos								160,556.00	35,195.00
2.3.2.4.99.99 De Otros Bienes y Activos								21,849.00	144,186.00
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS								277,225.00	275.00
9002 ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS								277,225.00	120,788.20
2271925 MEJORAMIENTO Y AMPLIAC. DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOL								277,225.00	120,788.20
6000041 IMPLEMENTACION DE MODULOS								277,225.00	120,788.20
003 PLANEAMIENTO, GESTION Y RESERVA DE CONTINGENCIA								277,225.00	120,788.20
009 CIENCIA Y TECNOLOGIA								277,225.00	120,788.20
0016 INVESTIGACION APLICADA								277,225.00	120,788.20
2.6.3.2.2.1 Maquinas y Equipos								25,900.00	0.00
2.6.3.2.3.3 Equipos de Telecomunicaciones								4,990.00	0.00
2.6.7.1.5.1 Gastos por la Contratacion de Persona								58,200.00	36,000.00
2.6.7.1.5.2 Gastos por la Compra de Bienes								55,136.00	27,278.50
2.6.7.1.5.3 Gastos por la Contratacion de Servicios								132,999.00	52,519.70
TOTAL:								8,677,225.00	1,291,153.90
									7,386,071.10
									14.88

Página 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO						ANEXO 16	
OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO - UNIDAD DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO						DICIEMBRE	
PRESUPUESTO 2021							
CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS							
UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco							
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4/13 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS							
CATEGORIA	PROG.	PRODU./	ACTIVIDAD/	FUN	DIV.	GRUPO	NATURALEZA
GORPPTAL	PROYECT.	ACC. /OBRA	FUNC.	FUNC.			
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS						P.I.M.	EJECUTADO
							DICIEMBRE
9002	ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS					338,058.00	32,845.68
	2.271925	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIEN				266,310.00	32,845.68
		TECNOLOGIA E INNOVACION TECNOLOGICA					
		6.000041	IMPLEMENTACION DE MODULOS			266,310.00	32,845.68
			003	PLANEAMIENTO, GESTION Y RESERVA DE CONTINGENCIA			266,310.00
				009	CIENCIA Y TECNOLOGIA		
					0016	INVESTIGACION APLICADA	
						266,310.00	32,845.68
				2.6.7	1.5	1	Gastos por la Contratacion de Perso
							58,399.00
				2.6.7	1.5	2	Gastos por la Compra de Bienes
							69,677.00
				2.6.7	1.5	3	Gastos por la Contratación de Servi
							138,234.00
	3.9999999	SIN PRODUCTO				71,748.00	0.00
		5.000894	INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO TECNOLOGICO			71,748.00	0.00
			22	EDUCACION			71,748.00
				048	EDUCACION SUPERIOR		
					0016	INVESTIGACION APLICADA	
						71,748.00	0.00
				2.1.1	5.	2	Otras Retribuciones y Complement
							9,248.00
				2.3.1	99.	1	Libros, Diarios, Revistas y Otros Bie
							1,600.00
				2.3.1	99.	199	Otros Bienes
							0.00
				2.3.2	1.1	1	Pasajes y Gastos de Transporte
							5,550.00
				2.3.2	1.1	2	Viáticos y Asignaciones por Comisió
							8,750.00
				2.3.2	1.1	99	Otros Gastos
							700.00
				2.3.2	7.1	99	Otros Servicios Similares
							10,000.00
				2.3.2	7.2	99	Otros Servicios Similares
							12,000.00
				2.5.3	1.1	1	A Estudiantes
							5,900.00
				2.6.3	2.3	1	Equipos Computacionales y Periféri
							18,000.00
							TOTAL:
							338,058.00
							32,845.68

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO						ANEXO 16	
OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO - UNIDAD DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO						DICIEMBRE	
PRESUPUESTO 2021							
CONTROL PRESUPUESTARIO DE GASTOS							
UNIDAD EJECUTORA : 001 Universidad Nacional de San Antonio Abad Del Cusco							
FUENTE FINANCIAMIENTO: 4/13 DONACIONES Y TRANSFERENCIAS							
CATEGORIA	PROG.	PRODU./	ACTIVIDAD/	FUN	DIV.	GRUPO	NATURALEZA
GORPPTAL	PROYECT.	ACC. /OBRA	FUNC.	FUNC.			
ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS						P.I.M.	EJECUC. TOTAL
							A DICIEMBRE
9002	ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS					338,058.00	175,239.71
	2.271925	MEJORAMIENTO Y AMPLIACION DE LOS SERVICIOS DEL SISTEMA NACIONAL DE CIEN				266,310.00	163,188.24
		TECNOLOGIA E INNOVACION TECNOLOGICA					
		6.000041	IMPLEMENTACION DE MODULOS			266,310.00	163,188.24
			003	PLANEAMIENTO, GESTION Y RESERVA DE CONTINGENCIA			163,188.24
				009	CIENCIA Y TECNOLOGIA		
					0016	INVESTIGACION APLICADA	
						266,310.00	163,188.24
				2.6.7	1.5	1	Gastos por la Contratacion de Perso
							24,300.00
				2.6.7	1.5	2	Gastos por la Compra de Bienes
							32,220.24
				2.6.7	1.5	3	Gastos por la Contratación de Servi
							106,668.00
	3.9999999	SIN PRODUCTO				71,748.00	12,051.47
		5.000894	INVESTIGACION CIENTIFICA Y DESARROLLO TECNOLOGICO			71,748.00	12,051.47
			22	EDUCACION			12,051.47
				048	EDUCACION SUPERIOR		
					0016	INVESTIGACION APLICADA	
						71,748.00	12,051.47
				2.1.1	5.	2	Otras Retribuciones y Complemento
							3,247.65
				2.3.1	99.	1	Libros, Diarios, Revistas y Otros Bie
							1,600.00
				2.3.1	99.	199	Otros Bienes
							0.00
				2.3.2	1.1	1	Pasajes y Gastos de Transporte
							5,550.00
				2.3.2	1.1	2	Viáticos y Asignaciones por Comisió
							8,750.00
				2.3.2	1.1	99	Otros Gastos
							700.00
				2.3.2	7.1	99	Otros Servicios Similares
							10,000.00
				2.3.2	7.2	99	Otros Servicios Similares
							12,000.00
				2.5.3	1.1	1	A Estudiantes
							5,900.00
				2.6.3	2.3	1	Equipos Computacionales y Periféri
							18,000.00
							TOTAL:
							338,058.00
							175,239.71
							162,818.29
							51.84



## Fotografías de aplicación de entrevistas y encuestas



