ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA

"TOULOUSE LAUTREC"

DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA DIGITAL SOBRE TIPOS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES DE 20 A 30 AÑOS EN LA REGIÓN DE LIMA, 2024

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

CRUZ LEONELA CHAMORRO EVARISTO

(https://orcid.org/0009-0005-2361-9054)

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en la carrera de Comunicación Audiovisual Multimedia

AUTOR:

CHRISDEY NATHALIA CORTEZ MEZONES

(https://orcid.org/0009-0009-1890-2612)

Asesor:

GIOVANNA GUZMÁN DE LAMA

(https://orcid.org/0000-002-5641-8938)

Lima-Perú

2024

DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA DIGITAL SOBRE TIPOS ...

REVISÓN-CORRECCIONES

REVISÓN-CORRECCIONES

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:470071220

Fecha de entrega

26 jun 2025, 8:16 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

26 jun 2025, 8:19 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

DESARROLLO DE UNA PLATAFORMA DIGITAL SOBRE TIPOS DE FINANCIAMIENTO PARA EMPREND....pdf

Tamaño de archivo

1001.9 KB

64 Páginas

15.697 Palabras

85.166 Caracteres

12% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado

Fuentes principales

10%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
7%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
517 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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.

Resumen del Trabajo de Investigación

Durante los últimos años el Perú se ha convertido en uno de los países más emprendedores de Latinoamérica, cambio que ha sido ocasionado por los evolutivos cambios en el mundo tecnológico y los pocos beneficios que ofrece del mercado laboral actual que orillan al peruano a buscar maneras de sobrevivir. Sin embargo, la falta de un ecosistema emprendedor y de conocimiento sobre financiamientos y recursos vuelven esta industria emprendedora una competencia feroz donde se disputa que negocio podrá seguir adelante y cual no. De tal manera de que solo 2 de 10 emprendimientos sobreviven.

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar una plataforma digital que facilite el acceso al financiamiento para emprendedores de 20 a 30 años que residen en Perú, mejorando así el conocimiento y el avance de emprendimientos en crecimiento del país. La plataforma serviría como un intermediario eficiente entre emprendedores y fuentes de financiamiento, centralizando información y ayudando de inicio a fin en el proceso de aplicación a distintos tipos de financiamiento. El desarrollo de la investigación se basó en la metodología Toulouse Thinking y otras herramientas complementarias con el modelo Lean Canvas, el modelo DPESTA y prototipos iterativos para garantizar una propuesta de valor orientada al usuario.

El proyecto busca transformar el acceso al financiamiento y ofrecer soluciones integrales que aborden las principales barreras de los emprendedores, facilitando el acceso a recursos financieros y contribuyendo al crecimiento y la sostenibilidad del ecosistema emprendedor peruano.

Palabras Clave: Emprendimiento, Plataforma Intermediaria, Digital, Financiamiento

Abstract

In recent years, Peru has become one of the most entrepreneurial countries in Latin America, a change that has been caused by the evolving changes in the technological world and the few benefits offered by the current labor market that force Peruvians to look for ways to survive. However, the lack of an entrepreneurial ecosystem and knowledge about financing and resources make this entrepreneurial industry a fierce competition where it is disputed which business will be able to move forward and which will not. In such a way that only 2 out of 10 ventures survive.

This project aims to develop a digital platform that facilitates access to financing for entrepreneurs aged 20 to 30 residing in Peru, thus improving the knowledge and advancement of growing ventures in the country. The platform would serve as an efficient intermediary between entrepreneurs and funding sources, centralizing information and helping from start to finish in the application process for different types of financing. The development of the research was based on the Toulouse Thinking methodology and other complementary tools with the Lean Canvas model, the DPESTA model and iterative prototypes to ensure a user-oriented value proposition.

The project seeks to transform access to financing and offer comprehensive solutions that address the main barriers for entrepreneurs, facilitating access to financial resources and contributing to the growth and sustainability of the Peruvian entrepreneurial ecosystem.

Tabla de Contenido

Resumen del Trabajo de Investigación 2

Abstract 3

Lista de tablas 8

Lista de Figuras 9

1. Contextualización del Problema 10

2.1 Utilidad metodológica 13

3. Reto de innovación 14

3.1. Preguntas 14

Pregunta general 14

Preguntas específicas 14

3.2 Objetivos 15

Objetivo general 15

Objetivos específicos 15

4. Sustento Teórico 15

4.1. Estudios Previos 15

4.1.1. Estudios Nacionales 15

4.1.2. Estudios Internacionales 18

4.2. Marco teórico 22

4.2.1. Plataforma Digital 22

4.2.2. Emprendedores 22

4.2.3. Emprendimiento 23

4.2.4. Plataforma intermediaria 23

4.2.5. Ecosistema Emprendedor 23

4.2.6. MYPE 24

4.2.7. Recursos para Emprendedores 24

4.2.8. Financiamiento 26

4.2.9. Innovación Tecnológica 32

4.2.10 Modelo de Negocio 33

4.2.11. Crecimiento Empresarial 34

4.2.12. Asesores Financieros 34

5. Beneficiarios 35

6. Propuesta de Valor 38

6.1. Propuesta de valor 38

6.2. Segmento de Clientes 38

6.3. Canales 39

6.4. Relación con Clientes 40

6.4.1 Soporte Multicanal 40

6.4.2. Atención inmediata y escucha activa 40

6.5. Actividades Clave 40

6.5.1. Test inicial de evaluación 40

6.5.2. Asesoría y aplicación personalizada 40

6.5.3 Información detallada sobre distintos tipos de financiamiento 41

6.5.4 Creación de un perfil emprendedor 41

6.5.5 Constante Actualización de información 41

6.5.6 Administradores Expertos 41

6.6. Recursos clave 42

6.6.1. Asesores expertos 42

6.6.2. Desarrolladores de Aplicaciones 42

6.6.3. Diseñadores de experiencia de usuario (UX) 42

6.6.4. Personal administrativo y técnico 42

6.6.5. Herramientas de Análisis de Datos y tendencias de Mercado 43

6.6.6. Equipo de Marketing y publicidad 43

6.6.7. Equipo de recopilación y curación de información 43

6.7. Aliados Clave 43

6.7.1. Instituciones Financieras 43

6.7.2. Aceleradoras y programas de Incubación de Empresas 44

6.7.3. Organizaciones gubernamentales y Agencias de desarrollo 44

6.7.4. Universidades y Centros de Investigación 44

6.7.5. Empresas tecnológicas y proveedoras de servicios. 44

6.8. Fuentes de Ingreso 45

6.8.1. Tarifas de Subscripción Premium 45

6.8.2. Publicidad y Patrocinios 45

6.8.3. Alianzas Estratégicas y Afiliaciones 45

6.9. Presupuesto 46

6.9.1 Gastos Específicos 46

6.9.2 Gastos Mensuales 47

6.9.3. Gastos Variados 48

6.9.4. Gastos Totales 48

6.10. Ingresos Estimados 48

6.10.1. Cuotas de usuarios de los primeros 12 meses 49

6.10.2. Ingresos de publicidad estimados en los primeros 12 meses 49

6.11. Flujo de caja de los primeros 12 meses 49

7. Resultados 53

7.1. Entrevistas 53

7.2. Encuestas 54

8. Conclusiones 54

9. Bibliografía Base 56

Lista de tablas

Tabla 1. Volumen de Empresas y Microempresas 24

Tabla 2. Programas Gubernamentales para Emprendedores más conocidos 31

Tabla 3. Gastos Iniciales 46

Tabla 4. Gastos Mensuales 47

Tabla 5. Gastos Variados 48

Tabla 6. Flujo de Caja 51

Lista de Figuras

Figura 1. Valor de Creditos Vendidos de Distintos Bancos Peruanos 29

Figura 2. Índice de la Producción de Servicios Financieros y Seguros (2022) 36

Figura 3. Nuevos clientes con créditos de consumo según rangos de edad (En porcentaje) 37

Figura 4. Gastos Totales 48

Figura 5. Ingresos Estimados 48

Figura 6. Cuotas de usuarios de los primeros 12 meses 49

Figura 7. Ingresos de Publicidad en los primeros 12 meses 49

1. Contextualización del Problema

Los emprendedores jóvenes peruanos de entre 20 y 30 años no pueden acceder a financiamientos para generar empresas o emprendimientos. Gamboa, (2023) menciona en un informe de RPP Noticias que más del 50% de los jóvenes peruanos no poseen un historial crediticio porque seis de cada diez jóvenes no generan ingresos con un empleo fijo. A esto se le suma que las entidades financieras, llámense bancos, cajas de ahorro o cooperativas poseen requisitos imposibles de cumplir por este sector de la población para acceder a sus préstamos. Por ello terminan tomando el camino de los prestamistas informales, familiares o amigos.

Según Jorge Merzthal Toranzo, director de ESAN, el emprendimiento impulsa el desarrollo del país y el aumento del empleo, pero al mismo tiempo aumenta la informalidad, resalta la ausente gestión estatal y la inexperiencia al iniciar en un negocio. La principal razón de la existencia de estos emprendimientos es que casi el 54% de las personas peruanas tienen acceso a Internet. Este tipo de labor es una opción más atractiva en comparación a un empleo de alguna compañía (IPSOS GLOBAL, 2022). Cabe destacar que el concepto que el 20% de los empleados considera que los beneficios laborales sean beneficiosos. Es decir, los peruanos en edad laboral se encuentran descontentos con los beneficios laborales en su país y por ello se embarcan en proyectos de emprendimiento como método de supervivencia. (Universidad ESAN, s.f.)

El mismo informe asegura que los emprendedores suelen carecer de conocimientos técnicos y necesarios para las ideas de negocio, así como las herramientas para expandirlos o mantenerlos de forma estable ante la ley. Este problema viene también de parte del gobierno y el estado, ya que no cumple su rol regulador ni genera normativas que ayuden a los emprendedores. Y aunque ha creado alianzas con Start UP y la Fundación Wiesse, y han generado programas como el FAE MYPE, que otorga garantías para que las medianas y pequeñas empresas puedan acceder a créditos con nuevas entidades financieras, el programa

Innovate Perú, que impulsa innovaciones tecnológicas, *Tu Empresa*, o el Programa *Reactiva Perú*, que otorga ayuda empresas que han sido afectadas por el paro mundial impulsado por la pandemia, siguen sin resolver barreras como burocracia y desinformación.

Solo dos de diez emprendimientos sobreviven después de un año. (Saenz, 2023) Factores como la falta de recursos y experiencia empresarial, sobrecostos, poco conocimiento de gestión financiera y demoras por falta de capacitación o mentoría son algunas razones por las que los jóvenes se ven obstaculizados en su camino como emprendedores. Además, la falta de contactos, conocimiento de oportunidades comerciales y el saturado mercado peruano que les impide conocer más sobre el ambiente financiero y la gestión del negocio propio son de los desafíos más arriesgados que enfrentan. (¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los jóvenes emprendedores en el Perú?, 2024) Uno de los problemas predominantes es la ausencia de atención a la información financiera a la hora de tomar decisiones estratégicas. El poco conocimiento técnico y de recursos impiden ubicar la información necesaria para el proceso decisional determinante para su supervivencia y crecimiento empresarial. Ya que este tipo de empresas tienen herramientas limitadas, conseguir información específica y centralizada, ya sea financiera, de procesos de análisis o de gestión empresarial, les presenta un problema constante que les impide conocer a detalle programas a los que podrían acceder, ya sean estos de empresas gubernamentales o fundaciones externas o privadas (Celis Celis y otros, 2023)

Esta desinformación y falta de herramientas técnicas de gestión financiera ha sido un problema constante porque, aunque existen ciertas ayudas y beneficios, muchos emprendedores no conocen su distribución, que luchan por generar ingresos suficientes para mantener sus negocios a flote. De tal forma que menos del 20% de las Pymes (pequeñas y medianas empresas) puede acceder al sistema financiero, más allá de las microempresas con un acceso casi nulo. Todo esto, sumado al sistema que dificulta a los pequeños

emprendedores, ya que los fuerza a pagar tasas de interés que son seis veces más altas de lo normal. (RPP Noticias, 2019) Entre los factores más importantes que representan desafíos preocupantes para la creciente tasa de emprendedores peruano están; pago de impuestos, falta de incentivos monetarios, falta de cultura emprendedora, programas de capacitación y, por supuesto, la dificultad de obtener fuentes de financiamiento a costos justos y a plazos razonables. (Caceres Rosell, 2023)

Esta falta de acceso a recursos y apoyo conduce a la inevitable deriva de sus emprendimientos, resultando en su eventual cierre debido a la precariedad financiera.

Además, la predominancia de negocios informales, es decir, negocios no registrados en administración tributaria (SUNAT), alcanza aproximadamente el 75%, en contraste con el modesto 25% registrado formalmente (Peñaranda Castañeda, 2019) La región central del país recibe una mayor proporción de negocios informales en comparación con el sur y el norte, acciones que generan consecuencias con la recaudación fiscal y la bancarización del país, limitando la posibilidad de acceder a mercados más grandes. (Caceres Rosell, 2023)

Según La Asociación de Emprendedores del Perú (El Comercio, 2020) existen alrededor de 7 millones de emprendimientos en informalidad. Alrededor del 49% de estos está concentrado en Lima y Callao, y en su mayoría quienes lideran dichos emprendimientos son mujeres. (PUCP, 2023)

2. Justificación

El reto de innovación seleccionado se centró en abordar y ayudar en las dificultades de los emprendedores que buscan un financiamiento inicial creando contacto con asesores seguros que puedan servir de guía para el crecimiento seguro de sus empresas. Esta iniciativa busca beneficiar a un amplio espectro de emprendedores que se ven afectados por barreras de

desconocimiento que limitan su capacidad para conseguir los recursos financieros necesarios para iniciar o hacer crecer sus negocios.

Se ha identificado que muchos emprendedores no poseen experiencia en gestión financiera, lo que puede llevar a problemas en la administración de recursos y presupuestos. Por ello se ven obligados a buscar ayuda en entes exteriores. Nuestro reto de innovación busca ayudar a que exista una conexión sencilla, cómoda y de fácil acceso para emprendedores de cualquier clase social con asesores o mentores que estén interesados en invertir o ayudar de una forma legal y segura.

2.1 Utilidad metodológica

Adoptamos un enfoque metodológico integral que combina el proceso de Toulouse Thinking con varias herramientas de análisis y diseño estratégico. Este enfoque nos ha permitido desarrollar una solución fundamentada que busca responder eficazmente a las necesidades de emprendedores en Perú.

Este proceso inicial abarca cuatro etapas que son; de Investigar, Idear, Desarrollar y Transferir. Estas buscaron comprender el problema y el contexto, usando técnicas como encuestas, entrevistas, el análisis DPESTA (Demográfico, Político, Económico, Social, tecnológico y Ambiental), Lluvia de Ideas y análisis de mercado. Este nos ayudó a identificar las necesidades clave y los desafíos para cumplir la meta del proyecto.

Además, buscamos generar soluciones creativas y efectivas para desarrollar distintas propuestas de valor alineadas con las necesidades de los usuarios, analizados a profundidad y divididos en arquetipos representativos que ayudan a individualizar y representar apropiadamente las distintas necesidades del público objetivo.

El modelo Lean Canvas fue importante durante la creación de dicha propuesta, ya que nos ayudó a definirla y validarla de un modo profesional y completo. También se

realizaron prototipos, mapas de experiencia (Costumer Journey Map), para asegurar sus interacciones y redefinir las funcionalidades de la plataforma.

En conjunto, las herramientas y el proceso principal nos permitieron abordar el desarrollo de la plataforma de manera estructurada y sistemática. Cada fase del proceso aportó información valiosa y permitió refinar la solución desde lo básico hasta lo complejo.

3. Reto de innovación

Simplificar y asegurar información detallada sobre opciones de financiamiento para emprendimientos en Lima, con el fin de facilitar el acceso al crédito y convertir ideas en realidad.

3.1. Preguntas

Pregunta general

¿De qué manera podemos simplificar y asegurar información detallada sobre opciones de financiamiento para emprendimientos en Lima, con el fin de facilitar el acceso al crédito y convertir ideas en realidad?

Preguntas específicas

P1: ¿Cómo promover, simplificar y asegurar información detallada sobre opciones de financiamiento para emprendimientos en Lima, con el fin de facilitar el acceso al crédito y convertir en realidad?

P2: ¿De qué manera sistematizar formas de financiamiento que permitan el acceso a créditos para emprendedores de entre 20 a 30 años en la región Lima?

P3: ¿Cómo se podría difundir e informar sobre métodos y formas de financiamiento para emprendedores jóvenes en la región de lima, garantizando el acceso a dicho financiamiento con un método moderno y actual?

3.2 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un método que simplifique y asegure información detallada sobre métodos y formas de financiamiento, y que además ayude a hacer ideas realidad conectando emprendedores con entidades financieras.

Objetivos específicos

O1: Promover una plataforma digital que difunda e informe sobre métodos y formas de financiamiento para emprendedores jóvenes en la región Lima.

O2: Sistematizar formas de financiamiento que permitan el acceso a créditos para emprendedores de entre 20 a 30 años en la región Lima.

O3: Difundir e informar sobre métodos y formas de financiamiento que permitan el acceso a financiamiento de forma moderna.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios Previos

4.1.1. Estudios Nacionales

Como primer antecedente tenemos a Córdoba, M. (2019). *Estudio del nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo 2019.* Para optar el grado de bachiller en ingeniería comercial. Chiclayo, Perú.

Se investigó el emprendedurismo de los comerciantes de la Plataforma Cuglievan del mercado Modelo, y se buscó establecer el nivel de emprendedurismo de los comerciantes de dicha plataforma. Asimismo, se investigaron las fuentes de financiamiento que utilizaron estos comerciantes para preservar sus comercios. Este proyecto utilizó una metodología descriptiva no experimental y la investigación fue de nivel descriptivo, ya que detalló particularidades, características y perfiles de los comerciantes de Cuglievan.

Se aplicó un estudio tipo encuesta a los comerciantes. Se les mostró una creciente falta de capacitación que causa la disminución de la fidelización. Los resultados obtenidos sobre los métodos de ingreso de estos comerciantes señalaron que existen un bajo nivel de préstamos a entidades financieras, y prevaleció el ingreso del ahorro propio. Se seleccionó este estudio porque evidenció que este tipo de ahorros no son suficientes para mantener a flote los comercios y recomendaron también que entidades gubernamentales y financieras capaciten a los comerciantes en la optimización de toma de decisiones, costos, finanzas, alianzas, atención al cliente y principalmente los tipos de financiamiento a los que pueden aspirar. Afirmaron que esto les mejoraría las condiciones en las que trabajan los comerciantes y optimizarían su gestión del negocio.

Olivera, M. Rodríguez, K. Chávez, G. y Llanos R. (2021) *Plan de negocios para una empresa Fintech de financiamiento para Mypes en Lima Metropolitana.* Tesis presentada como requerimiento para el grado de Magister en Administración.

Este proyecto desarrolló un plan de negocios que otorgue fuentes de financiamientos a empresas Mypes ubicadas en Lima Metropolitana, desglosando la creación en doce capítulos que van desde la idea, el análisis de entorno, el contexto, las preferencias del público objetivo, el valor diferencial de la propuesta, la estrategia y sus lineamientos que permitirían a la empresa operar, hasta planes de tecnología, organizacionales y una evaluación económica que serían cruciales para el desarrollo de la estructura de negocio y un apartado de conclusiones. La empresa presentó altas probabilidades de ser exitosa gracias las tasas y tiempos ofrecidos gracias al plan de negocios, además de que gracias al proceso de validación el público afirmó que sí satisface sus necesidades de obtener financiamiento rápido. Esta tesis fue seleccionada ya que comparte muchas similitudes con nuestro proyecto; siendo uno de estos el deseo de mejorar el financiamiento enfocado a microempresas ante un mercado que

tiene altas barreras con difícil acceso, además de la amplia investigación sobre los verticales sobre los que se apoyan empresas con los mismos objetivos que se alinean con los nuestros.

Diaz, W. Guerrero, P. Montero, J. Reategui, N. y Riera D. (2023) *Modelo ProLab: Plan de negocios para el desarrollo de un aplicativo móvil para interconectar operaciones entre bancos: Falabella, Ripley, Alfin, de la Nación, Financieras, Cajas Municipales y Rurales de ahorro y crédito.* Tesis para obtener el grado de magister en administración estratégica de empresas.

En este trabajo se presentó una propuesta destinada a aliviar las dificultades que enfrentan empresas financieras de menor tamaño en su proceso de digitalización, que ha sido mínimo en comparación al de las grandes empresas financieras del país. Con su investigación resaltó la importancia de que los servicios financieros tengan un marco de acción digital eficiente, seguro y necesario, en especial luego de la rápida transformación digital en la industria financiera luego de la pandemia en el 2020.

Esta propuesta se trató de un aplicativo móvil que resalte por la agilidad en procesos y variedad de transacciones. En sí, realizar distintas operaciones de forma más simple y no presencial. La investigación para esto también resaltó a profundidad las necesidades de los consumidores, que cubren un amplio abanico de problemas entre los cuales están transacciones complejas, manejos de información y seguridad, tiempos de ejecución, falta de atención al cliente asertiva y centralización de información.

Este trabajo se seleccionó por la importancia y profunda investigación que da a las necesidades del consumidor relacionadas con el proyecto, esenciales para desarrollar un servicio satisfactorio, además de un repertorio de datos clave fundamentales y que deben considerar para crear alianzas estratégicas comerciales. La selección de este trabajo no solo abarca la selección profunda, sino que también ofrece ideas claras sobre cómo aplicar estos hallazgos en la práctica.

Cáceres, D. Odiaga, S. y Puente, M. *Elementos claves que influyen en el crecimiento empresarial de las fintech que ofrece servicios de financiamiento alternativo. Estudio de casos múltiples en Lima Metropolitana.* (2024) Tesis para obtener el título profesional de licenciada en gestión con mención en gestión pública. Lima, Perú.

Este proyecto utilizó la técnica de estudio de casos para determinar factores que se involucran activamente en el desarrollo de las *fintech* en el financiamiento, es decir, que se identificaron y examinaron los elementos fundamentales que pueden afectar el crecimiento empresarial en el contexto del mercado peruano a través de experiencias de distintos participantes con altos cargos. El objetivo principal fue conseguir una estructura analítica que permitiese facilitar la evaluación comparativa y el avance del progreso empresarial de estas empresas. Como conclusiones, el proyecto separó todos los elementos clave en tres categorías, siendo estas: Agente, Negocio y entorno. Se seleccionó esta tesis como fundamento teórico porque toda su información sobre los elementos clave puede ser crucial para mejorar nuestra evolución como empresa, revelando obstáculos y desafíos comunes para evitarlos y ayudándonos con la creación de un marco conceptual solido sobre el mundo empresarial. Además, nos beneficiaríamos de la información recolectada para un mejor entendimiento del ecosistema emprendedor y la validación de estrategias y soluciones los factores positivos y potenciadores mencionados en el proyecto.

4.1.2. Estudios Internacionales

Morales, D. Vivar, F. (2022) *Proyecto para el desarrollo de una aplicación móvil para mejorar la productividad y el servicio de pequeños distribuidores de gas doméstico en cuenca.* Proyecto de desarrollo para la obtención de Maestría en Administración de Empresas.

Utilizando una investigación descriptiva y explicativa a través de análisis cuantitativos, este proyecto trabajó en el proceso de desarrollo de una app móvil para

distribuidores. La intención inicial era mejorar el servicio y la eficiencia, organizando el trabajo, los tiempos, el orden y el control. Siendo los usuarios de esta los dos extremos del proceso de compra; los clientes, y los vendedores y/o distribuidores. Con encuestas y análisis estadísticos, los desarrolladores analizaron oportunidades y amenazas e innovaron en un plan de marketing para alcanzar objetivos a corto y largo plazo, con el objetivo de satisfacer el objetivo de sus usuarios, llegando a un análisis profundo de datos estadísticos —como porcentajes de usuarios o de producción por año— y a la generación de un modelo de negocio que estima los costos y la tasa de rendimiento de dicha aplicación. La selección de este proyecto ha sido importante para la elaboración del presupuesto y estimación de costos más precisa y realista. A través del análisis detallado de las necesidades y requisitos de la aplicación móvil, así como la investigación de recursos y posibles gastos, pudimos identificar de manera más clara los componentes esenciales. Este enfoque nos proporcionó una base sólida para desarrollar un presupuesto más preciso.

Larios-Gómez, E. Santiesteban-López, N. Pérez-terrón, M. Gestion (2024) *Desarrollo y emprendimiento en las organizaciones latinoamericanas Mexico-Colombia.* Red internacional de investigadores en gestión de las organizaciones.

Este estudio de tipo explorativo, descriptivo, con enfoque cualitativo buscaba obtener información practica de emprendedores, además de la magnitud de la investigación teórica de su comportamiento y las características evolutivas de estos. Estas percepciones y experiencias sobre cómo se desarrollaban sus emprendimientos fueron la base para desarrollar un modelo de formación sistémico para la elaboración de dicho emprendimiento, modelo que sigue el negocio desde la idea hasta la materialización de esta. Este modelo buscó otorgar oportunidades para la generación adecuada del emprendimiento, teniendo en cuenta; las experiencias como logros, etapas, conocimientos y los obstáculos como el limitado acceso a

financiamiento u apoyo económico y el proceso burocrático. Esta investigación fue seleccionada porque proporciona información sobre necesidades y obstáculos enfrentados por emprendedores. Estos insights ayudaron a desarrollar herramientas y recursos que aborden áreas críticas en el proceso de conseguir financiamiento para emprender.

Mosquera, X. Espinoza, C. Townsend, J. (2023) *Innovación y emprendimiento en Ecuador: Tendencias y Factores impulsores de Desarrollo Empresarial, periodo 2018-2022.* Investigación presentada para obtener un Máster en Administración de Empresas y un PhD. Gestión Económica Global.

Esta investigación de tipo analítico con enfoque descriptivo estudió la dinámica cambiante entre la innovación y el emprendimiento en Ecuador. Entre sus resultados se destacó que esta relación es un eje central en la economía contemporánea, ya que muestra cómo se unifican el progreso y los desafíos que enfrenta el país en su intento de promover el ecosistema emprendedor y la cultura innovadora. Se analizo las cifras y tendencias que surgen de estos intentos para conseguir una visión panorámica del entorno emprendedor ecuatoriano y su evolución, análisis que mostro la trayectoria positiva del ambiente emprendedor ecuatoriano, pero que termino por destacar los desafíos esenciales que limitan el potencial de dicho ambiente, entre los cuales se encuentran el acceso a financiamiento, la tecnología y la formación social. Esto destacó la falta de apoyo gubernamental y la necesidad de una reevaluación de políticas y programas, actos cruciales para el éxito a largo plazo del ecosistema emprendedor. Este proyecto se seleccionó por los hallazgos sobre la falta de financiamiento, fundamentales en nuestra investigación, que comprendieron las diversas opciones de financiamiento -desde préstamos bancarios hasta subvenciones gubernamentales- y los desafíos y limitaciones asociadas con cada uno de estos.

Trujillo, A. Rodríguez, M. Alvizo, A. Reyes, F. (2024) *Características de los pequeños emprendedores en Xicotencatil Tamaulipas. México.* Investigación para Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar en México.

Esta investigación no experimental transeccional estudió los pequeños emprendedores de la ciudad de Xicotencatl, Tamaulipas, resaltando sus características y estudiándolas para poder definir que puede ocasionar problemas en su desempeño. El objetivo principal estuvo enfocado con los conocimientos de los emprendedores, determinar si estos conocimientos incluían ventajas, desventajas y la existencia de información más técnica y completa como el plan de negocio o el estudio de mercado. Los investigadores realizaron encuestas a una muestra no probabilística que abarcaba a emprendedores cuyos negocios ya tuviesen un tiempo en el mercado y a aquellos que apenas estuviesen empezado. Luego de estudiar a los 64 negocios de la feria del centro de la ciudad de Xicotencatl, los resultados y las conclusiones confirmo la hipótesis planteada desde el inicio en la duda de los investigadores; ya que una gran parte de la muestra no tenían ni un plan de negocio y muy pocos realizaban un estudio de mercado. En resumen, las respuestas confirmaron que, aunque existe el análisis básico de mercado antes de iniciar, no son suficientes sin un plan de negocio que tenga un análisis técnico, administrativo y financiero que vuelva exitosos y duradero los pequeños negocios de la zona. Este estudio fue seleccionado ya que destaca la falta de planificación empresarial en los beneficiarios o la muestra de estudio. Esta información nos permite entender mejor las necesidades y desafíos específicos quedan de la mano con los que enfrenta nuestro segmento de clientes. Por último, este trabajo destaca la importancia del fomento de la cultura emprendedora sin limitarse por la zona del estudio.

4.2. Marco teórico

4.2.1. Plataforma Digital

Son soluciones en línea que permiten la ejecución de tareas variadas, tales como ejecución de programas o aplicaciones, en un espacio de internet para satisfacer distintas necesidades. Todas ellas con funciones distintas, destinadas a resolver distintos problemas y requerimientos, utilizando menos recursos. (Giraldo, 2018) Un informe realizado por la OECD (como citado en Cordova, 2021) sostiene que estas plataformas son “infraestructuras digitales que posibilitan la interacción entre grupos”.

Existe una gran cantidad de tipos de plataformas digitales, como educativas, sociales, electrónicas, entre otros. Tienen múltiples ventajas, tales como el ahorro de tiempo, la facilidad de trabajar con equipos de menor tamaño, fácil lectura de desempeño, variantes múltiples y, principalmente, que son más económicas (Giraldo, 2018) Sin embargo, también pueden diferenciarse por sus modelos estructurales, ya sean modelos por subscripción, por publicidad o por acceso. Esta clasificación se define por la manera en la que dicha plataforma es llevada al público objetivo para la que fue creada, y depende mayoritariamente del producto o servicio que ofrece y del hosting o servicio de alojamiento web en el que se encuentre. (Cordova, 2021)

4.2.2. Emprendedores

Un emprendedor es una persona capaz de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Organiza recursos y herramientas y con ellos inicia un proyecto empresarial. (Sanchéz, 2020) En 2023, en el marco de las celebraciones por el día mundial del emprendimiento, El Peruano (2023) reveló en un informe que en nuestro país hay más de 102,000 emprendedores formales. En dicho informe el ministro Raul Perez Reyes dio énfasis en que 2 de cada 10 personas en un rango de edad de 18 a 64 años son propietarios de una

nueva empresa (Global Entrepreneurship Monitor, s.f., como citado en El Peruano et al., 2023) Estas cifras ponen el Perú (con un 22.4%) por sobre otros países latinoamericanos como Colombia (15.7%), Mexico (13.0%), Costa Rica (11.3%) y Argentina (9.1%).

4.2.3. Emprendimiento

Shane y Venkataraman, 2000, (como citado en Mosquera et al., 2023) consideran que el emprendimiento es un acto que puede ser individual y colectiva, lo que requiere fusión de creatividad, tolerancia al riesgo y capacidad de gestión. Además, el emprendedor también fue identificado como un agente de cambio dentro de organizaciones ya existentes, acto conocido como emprendimiento corporativo (Antonic & Hisrich, 2001, como citado en Mosquera et al., 2023). Este enfoque recalca que el emprendedor no se detiene con start ups, sino que también es crucial en la innovación de organizaciones establecidas.

4.2.4. Plataforma intermediaria

Son plataformas que actúan como intermediarias entre prestadores de servicios y la sociedad, siendo estos también en sentido material, facilitando interacción entre usuarios. Al final, resalta que la actividad intermediaria no la realiza la plataforma, sino por los usuarios a través de ella, siendo este el medio donde existe la interacción. (Casas, 2020)

4.2.5. Ecosistema Emprendedor

Se entienden como combinaciones de elementos (sean estos sociales, políticos, económicos y/o culturales) que están envueltos en el desarrollo y crecimiento de negocios y alientan a todos los actores involucrados a tomar riesgos para sacar dichos negocios adelante (Spiegel, 2017, como citado en Marín & Cuartas, 2022)

Al mismo tiempo, un ecosistema de emprendimiento engloba el grupo de factores, componentes y actores, diferentes e interdependientes, que se relacionan para contribuir a la

creación y el desarrollo sostenible de nuevos Start Up's. (Cohen, 2006, como citado en Caceres et al., 2024)

Para que este tipo de ecosistemas surjan, se debe dar una convergencia de actores involucrados y factores del entorno bajo el mandato de un complejo proceso de actividad emprendedora en un lugar específico (Cuartas, 2022)

4.2.6. MYPE

La SUNAT (s.f.), superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, define la Mype como "una unidad económica compuesta por una persona natural o jurídica, que busca desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y/o prestación de servicios"

Las microempresas representan el mayor volumen dentro del creciente organismo de empresas existentes, el cual es el 94.9% del total de empresas formales. (Superintendencia de Bancos Seguros y AFPs, 2020, como citado en Hidalgo et al., 2021)

Tabla 1.
Volumen de Empresas y Microempresas

TIPO DE EMPRESA	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Gran empresa	0.50%
Mediana Empresa	0.20%
Pequeña Empresa	4.40%
|MicroEmpresa	94.90%

Información obtenida de SBS (2020)

4.2.7. Recursos para Emprendedores

En este proyecto nos enfocamos en definir y analizar el concepto de recursos para emprendedores, herramientas financieras, mentoría especializada, y otros servicios clave para el crecimiento empresarial. Los recursos disponibles para emprendedores son fundamentales en el éxito y la sostenibilidad de emprendimientos, pero el acceso a estos recursos puede ser

desafiante por diversas barreras y limitaciones. En este sentido, nuestro objetivo es explorar a profundidad los tipos de recursos disponibles, las estrategias para mejorar su accesibilidad y la importancia de estos recursos en el panorama empresarial actual.

La ENEN (Escuela Europea de Negocios, s.f.) señala que el uso de los términos "Recursos para emprendedores", no solo involucra lo que se quiere invertir, sino que también abarca los recursos humanos (personas que ayudaran en la construcción del negocio), la inversión (desembolso financiero) utilizada al inicio para poner en marcha el negocio y el resto de herramientas necesarias para los primeros meses de operación del emprendimiento. También incluyen el termino en inglés *(Know How)* que implica tener la experiencia y el conocimiento para llevar a cabo el producto o servicio. Asimismo, se le llama Recursos para Emprendedores a los programas especializados lanzados por organizaciones como COFIDE (Banco del desarrollo del Perú, empresa que se encarga en impulsar el desarrollo del Perú viabilizando acceso a recursos para personas y empresas) Entre ellos; el programa de Apoyo Empresarial a las Micro y pequeñas Empresas (PAE-Mype), iniciativa que asigno un aproximado de 60 millones de soles a entidades financieras participantes, el programa nacional "Tu empresa", El Fondo MIPYME emprendedor para reactivar las micro, pequeñas y medianas empresas, entre otros. (El Peruano, 2021)

En cuanto a los recursos económicos, nombrados cómo inversión monetaria subyacente al proceso mismo del emprendimiento, la EEN los define como "Los recursos financieros necesarios para empezar un negocio y poder desarrollarlo". Estos recursos pueden provenir de fuentes diversas, entre estas los recursos propios, los recursos de familiares y amigos. La CEUPE (European Business School, s.f.) define estos recursos financieros como activos que poseen nivel de liquidez, es decir, recursos que pueden convertirse en dinero en efectivo. Mencionan que pueden provenir de dos fuentes; las propias y las ajenas. Estos recursos pueden ser Dinero, Acciones o propiedades, cada uno de estos con distintos niveles

de liquidez (capacidad del recurso de ser comprado y vendido con un impacto mínimo en su valor). La importancia de los recursos financieros radica en que estos representan el medio capital para financiar las operaciones de cualquier empresa, ya que son las que costean actividades estratégicas y decisiones necesarias para cumplir con los objetivos de esta.

4.2.8. Financiamiento

Proceso a través del cual una organización consigue dinero necesario para llevar a cabo determinados planes. Es decir, el capital recibido por una empresa o individuo para concebir un proyecto, obtener bienes o realizar alguna inversión. Puede estar dividido por tiempos, ya sean a largo o corto plazo, o por el tipo de organización de la que se originen, ya sea pública o privada, e incluso dependiendo de la entidad en la que se realice, ya sea de forma interna o externa a esta. (Chavez, s.f.) Antes de acceder a uno se deben tener claros los objetivos del emprendimiento y las expectativas del financiamiento, además, se debe tener una rigurosa atención en el flujo de ingresos del emprendimiento, para saber si va de la mano con el pago del tipo de financiamiento seleccionado. Finalmente, se debe tener en orden la contabilidad y la información bancaria para tener una relación sana y libre de dudas con la institución financiadora. (Pena & Messina, 2013)

Servicios Financieros

El sector de servicios financieros está compuesto por instituciones, servicios y productos que varían de un país a otro pero que giran alrededor de bancos, organizaciones depositarias, sociedades de créditos, cooperativas de créditos, empresas de gestión de tesorería u otros agentes dedicados a la mediación financiera o gestión de activos. También forman parte de este sector intermediarios financieros tales como; empresas de inversión, arrendamiento o arrendamiento-venta y entidades de crédito personal o al consumo. En la mayoría de los países los proveedores de servicios financieros más activos son los bancos,

conocidos como las instituciones financieras con mayores depositarios. (Organización Internaciónal del trabajo, s.f)

Prestamos

El Santander Cosumer (Circus, 2022) sostiene que se trata de un tipo de financiación que da acceso a bienes y servicios difíciles de conseguir para muchas personas. Y aunque son habituales y comunes, no es muy conocido su funcionamiento o las partes que deben tenerse en cuenta a la hora de contratar uno. Afirman que la definición popular que se le da al préstamo es "una cantidad determinada de dinero a un cliente, que deberá devolverlo en plazos y con intereses" Lo que no se sabe, es que esta es solo una de las opciones, ya que no todos son hechos por bancos, no todos tienen intereses, y, por último, el bien prestado no es obligatoriamente dinero.

El mismo estudio afirma que los actores envueltos en el proceso son dos; el prestamista y el prestatario. El prestamista es el dueño del bien, y se vuelve prestamista cuando presta dicho bien al otro actor involucrado, el prestatario, el que recibe el bien. Al tenerlo, este puede hacer lo que desee con este, esto siempre y cuando el bien no sea tangible, aunque para esto se debe tener en cuenta lo que se haya acordado previamente entre ambos.

Otros elementos que forman parte del proceso son el tiempo que dura el préstamo, el bien prestado, la forma, que implica de qué manera fue formalizado el préstamo y el precio, que abarca los intereses que deberá pagar el prestatario.

Créditos y Microcréditos para Emprendedores

EDUCA sostiene que un crédito es un préstamo de dinero que una parte otorga a otra, con el compromiso de ser devuelto en el futuro mediante cuotas o en un solo pago. Además, se añadirá un interés adicional que compense a quien presta por el tiempo que no tuvo ese dinero (Portal de Educación Financiera, s.f.) El crédito tiene ventajas entre las cuales

destacan la facilidad del deudor a la hora de realizar inversiones o compras pese a no tener la liquidez suficiente, la capacidad de salir de emergencias o apuros, la facilidad de realizar pagos importantes y el impulso de la actividad económica. Sin embargo, también tienen desventajas; quienes obtienen el crédito no solo debe devolver la cantidad principal del crédito, sino que debe pagar intereses. En términos absolutos, comprar más crédito es más caro que pagar en efectivo. (Montes de Oca, 2020)

Al mismo tiempo, un artículo realizado por BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, s.f.) define los microcréditos con la herramienta financiera enfocada a ayudar a personas y comunidades vulnerables. Este tipo de préstamos ayudan a aquellos que no pueden acceder a servicios financieros formales, entre las cuales están las PYMES y emprendedores que necesitan una cantidad de dinero pequeña y rápida. Estos microcréditos son una fuente de financiamiento muy importante, ya que no solo dotan de liquidez inmediata a los emprendedores con pocos recursos y sin acceso a préstamos o créditos, sino que también cumplen una labor social.

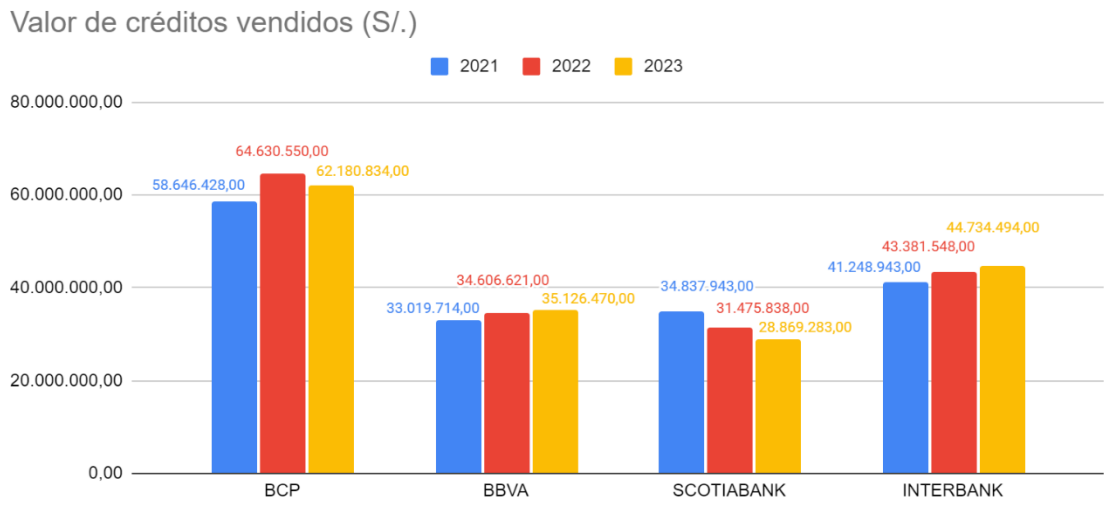
El estudio afirma que los microcréditos con carácter social aún son una herramienta importante en Asia, África y América latina. Es en estas regiones que se encuentra gran parte de los Mil Setecientos millones de adultos excluidos financieramente del mundo. Estos viven con dificultades para ahorrar, pedir créditos o incluso recibir subsidios o aportes por parte del estado. Rojas (Como citado en Noticias RCN, 2022) afirma que los microcréditos benefician a estas personas, no solo financieramente, sino que inician un historial crediticio que le permite al pequeño empresario seguir adelante y quizá, en un futuro, seguir siendo sujeto de crédito.

Señala varias diferencias importantes entre los créditos y los microcréditos; Mientras que los créditos son utilizados por todo tipo de personas, empresas y/o entidades gubernamentales, los microcréditos están dirigidos a personas de bajos ingresos en situación

difícil y necesitan ayuda económica. En cuestión de cantidad, los microcréditos siguen su nombre, es decir, son pequeños. Mientras que los créditos convencionales abarcan cantidades que pueden llegar de los miles hasta los millones. (Reclama por mi, s.f.)

A continuación; la figura N° 1 muestra el valor de los créditos vendidos por los bancos BCP, BBVA, Scotiabank e Interbank. Se observa que en el 2021 y 2022 el valor de los créditos aumentaros a excepción del banco Scotiabank que tuvo una caída. Los bancos que tienen una tendencia de crecimiento fueron BBVA e Interbank. Finalmente, podemos observar que el banco que obtuvo mayor valor de créditos en los 3 años fue BCP.

Figura 1.
Valor de Creditos Vendidos de Distintos Bancos Peruanos



Fuente: Propia

Diferencias entre un préstamo y un crédito

Es muy sencillo confundir un crédito con un préstamo, pero que en realidad no son los mismos y que tienen características y detalles diferentes, aun cuando ambos puedan resolver problemas financieros.

Una de las diferencias mencionadas es que, mientras en el préstamo se entrega el importe total pactado en el momento inicial, en el crédito solo se dispone la cantidad

necesaria en cada momento. También resalta diferencias notorias, como que en los prestamos hay que pagar intereses desde el primer momento, mientras que en créditos se abonan o como que el crédito puede renovarse, pero el préstamo debe amortizarse en el plazo. Finalmente, una de las diferencias más relevantes, es que los usuarios de créditos normalmente son autónomos, y pequeñas y medianas empresas, usualmente para cubrir necesidades de liquidez, mientras que los prestamos suelen ser adquiridos para conseguir bienes de alto valor. (Diario Gestión, 2022)

Subvenciones

Transferencia de recursos por un ente gubernamental a una entidad nacional sin contribución a cambio, estas pueden tener distintas formas entre las cuales están las subvenciones directas, incentivos tributarios o condiciones de financiamiento favorables. Hay múltiples razones por las que los gobiernos recurren a las subvenciones, todas dependiendo de los objetivos (ventajosos o estratégicos) que se desean alcanzar. (Van Heuvelen, 2023)

Fondos Gubernamentales

También conocidos como *Fondos Públicos* o *Fondos del Estado,* son todos los recursos financieros de carácter tributario y no tributario que pueden generarse por la producción o prestación de bienes y servicios que las entidades públicas realizan siguiendo proyectos de ley (Ministerio de Economia y Finanzas del Peru, 2024)

A lo largo de los últimos años, el panorama financiero del Perú ha crecido significativamente, siendo un ejemplo de esto la creciente cantidad de programas gubernamentales que han ido surgiendo una tras otra como opciones gubernamentales. La

Plataforma del Gobierno (Gobierno del Peru, s.f.) enlista una amplia cantidad de programas beneficiosos para nuevos y existentes emprendedores.

Tabla 2.
Programas Gubernamentales para Emprendedores más conocidos

Programa	Fecha de Fundación
Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e innovación (Proinnovate)	2007
Programa Nacional "Tu Empresa"	2017
Start Up Perú	2013
Programa Jóvenes Emprendedores	2018
Programa Emprende Ahora	2015

Fuente: Plataforma Oficial del Gobierno del Perú

El peruano (2023) mencionó que el Ministerio de la Producción sigue elaborando propuestas para lograr que las micro y pequeñas empresas (Mypes) accedan a financiamientos del gobierno, y afirmó que el viceministro de *Mype e Industria* está creando un fondo de rescate de 100 millones de soles para reactivar microempresas.

Programas de Aceleración e Incubación

Las incubadores son organizaciones diseñadas para ayudar en el inicio de una Start up, proveyendo espacios, mentoría, formación y/o financiamiento. La principal función es dar apoyo durante los desafíos iniciales (Aernoudt, 2004) Mientras que, por otra parte, las

Aceleradoras entran en una etapa avanzada de la Start up, cuando ya está más definida. Estas organizaciones ofrecen programas de memoria y suelen culminar en eventos demostrativos donde estas Start Up's presentan sus negocios a un grupo de inversores (Cohen, 2013, como citado en Mosquera, 2023).

Concursos y Premios para Start Ups

NEXTIUS, (2021) sostiene que estos son reconocimientos que enaltecen el esfuerzo de los emprendedores, así como también los riesgos que asumen a partir de cero. Afirman que están en constante búsqueda de nuevos modelos de negocio o empresas en fase inicial que presenten un pico innovador. Microsoft, Google, ayuntamientos, etc., están entre las instituciones que presentan concursos y reconocimientos. Un ejemplo notorio en nuestro país se encuentra en Start Up Peru, iniciativa ProInnovate del Ministerio de la Producción Peruano (Gobierno del Peru, 2023), que busca fortalecer el ecosistema de emprendimiento e innovación en el Perú generando las condiciones para el surgimiento de nuevas empresas innovadoras, y que ofrece concursos que ofrecen hasta ciento cincuenta mil soles para emprendimientos innovadores que resalten en la industria. Estos concursos no se limitan a empresas pequeñas en sus inicios, sino también a redes amplias de emprendedores o inversionistas, incubadoras, aceleradoras, entre otros.

4.2.9. Innovación Tecnológica

Son cambios técnicos o científicos realizados a los bienes o servicios que ofrece una empresa, así como también en los procesos y sistemas que esta lleva a cabo. Los cambios tienen como finalidad trascender, evolucionar y alcanzar mejores resultados en el mercado donde se encuentra dicha empresa, demostrando la capacidad y flexibilidad de esta. (Juan de Assembler Institute, 2022)

Las empresas deben aprovechar las ideas externas para avanzar en sus tecnologías y modelos de negocio, y llama este concepto Innovación Abierta, el cual implica colaboraciones con otras organizaciones y clientes. Esta se presenta como respuesta ante el constante cambio tecnológico gracias a la evolución social. (Chesbrough, 2003)

4.2.10 Modelo de Negocio

Peter Drucker fue de los primeros en hablar del tema, en 1954 planteó que "un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio". Además, recomienda un modelo que defina quien es el cliente, que es lo que valora y determinar cuál es la lógica inherente que describe cómo se puede aplicar este valor al cliente (Murillo, 2006) . Erikson & Perker (como citado en Matiz, 2016) afirman que el modelo de negocio actúa como la base para la comunicación y la innovación de los sistemas informativos de una empresa.

Al mismo tiempo, el modelo de negocio consiste en el conjunto de elecciones hechas por la empresa y el conjunto de consecuencias que se derivan de dichas elecciones. Es un proceso que siempre ha existido y siempre existirá, y conforme avance la intensidad digital, la innovación abrirá la posibilidad de que existan distintos nuevos modelos de negocio cada época, cada uno de ellos de distintas posibles maneras. (Ricart et al., 2009)

Un informe de la ESAN (2019) define el modelo de negocio como un mecanismo utilizado por organizaciones para generar beneficios e ingresos. Afirman que es indispensable, ya que permite identificar contratiempos, clarificar ideas y determinan acciones que deben ser tomadas. Además, divide el diseño del modelo de negocio en seis etapas, siendo estas a) Definir la propuesta de valor b) Conocer el mercado objetivo c) Determinar canales de distribución d) Conocer alianzas estratégicas e) Establecer el precio. El informe asegura que el modelo de negocio es de las mejores ventajas competitivas que puede tener una empresa, sobrepasando incluso a las características del producto o los

servicios que esta ofrece. Sin embargo, también advierte que puede ser igual de riesgosa si la compañía no dedica suficiente esfuerzo en desarrollar este modelo comercial.

4.2.11. Crecimiento Empresarial

Gestión de crecimiento empresarial que busca alcanzar el desarrollo futuro de una empresa. (Caceres, 2024) Mas que una meta, el crecimiento empresarial suele ser un medio para alcanzar otros objetivos principales de la organización. Siguiendo la visión de la dirección de empresas, se considera este crecimiento como un conjunto de aspectos que aseguran la supervivencia de una empresa en un tiempo determinado (Canals, 2004) además, es un proceso dinámico que está relacionado con el aumento de la producción, mejorando procesos y sistemas. Del mismo modo, está vinculado con las herramientas que tenga la empresa o negocio, y cual sea la calidad de dichas herramientas para impulsar el desarrollo de esta. (Caceres, 2024)

4.2.12. Asesores Financieros

De acuerdo con la EFPA (Asociación Europea de Asesoría y planificación financiera, s.f., como citado en Matesanz, 2023) estos son “aquellas personas encargadas de ayudar a sus clientes, con un conocimiento exhaustivo en finanzas y capaces de encontrar el producto que mejor se adapte a sus necesidades”

Asimismo, Matesanz añade que estos asesores son los encargados de ayudar a encontrar distintos tipos de soluciones financieras que estén definidas y personalizadas a distintos perfiles, teniendo en cuenta la situación de vida de la persona, y características básicas de estas como; la edad, el patrimonio, la situación laboral, la situación familiar, etc. Las funciones de un asesor financiero resaltan las de orientar clientes sobre productos financieros y asesorarlos sobre la opción que más les conviene en comparación con el riesgo que desean tomar. Adicionalmente, este informe señalo que los lugares más frecuentes en los

que estos asesores o consultores pueden trabajar destacan bancos, firmas, compañías de seguros, plataformas o instituciones financieras. (Universidad X el Sabio, s.f.)

5. Beneficiarios

Se aplicó una metodología de investigación cuantitativa inicial, que abarcó un estimado de 80 encuestas señalando que los beneficiarios son jóvenes adultos y adultos que se encuentran entre las edades de 20 a 30 años. Esto debido a que el proyecto está destinado a personas con capacidad de tener un emprendimiento y presentarlo legalmente. Un 50% de los usuarios encuestados respondieron que no tenían conocimiento de todas las opciones de financiamiento disponibles en Lima, el 32.1% cree que entre los principales desafíos existentes para iniciar un emprendimiento son los tramites y regulaciones, seguido de cerca por la falta de acceso a financiamiento con un 28.6%, el 53.6% respondió que la necesidad más importante de un emprendedor es el Acceso a Financiamiento.

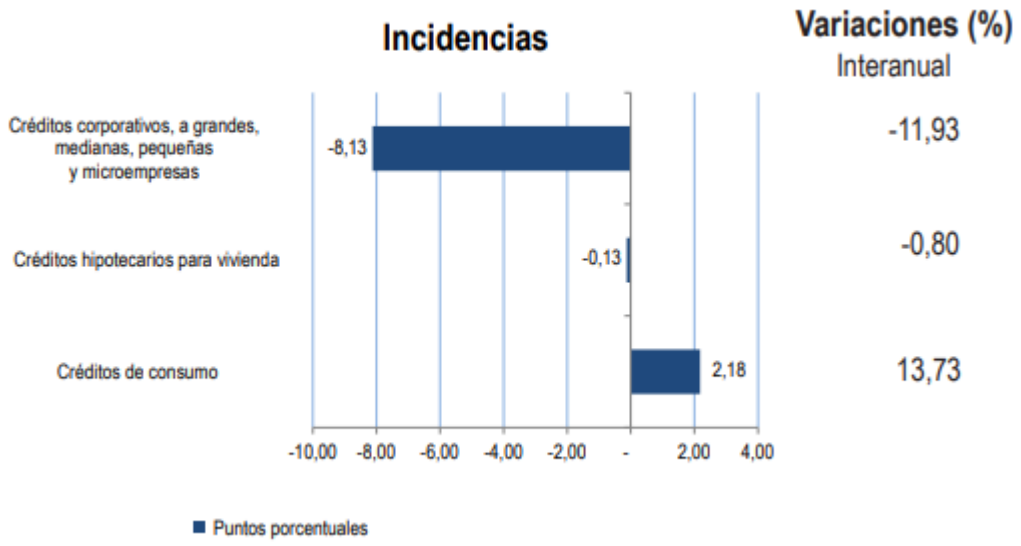
Estas personas se encuentran en un perfil demográfico de nivel “B”, “C”, o “D”. Tras obtener las primeras bases para conseguir un perfil más específico, se pasó a la metodología cualitativa-descriptiva para analizar características homogéneas como socioeconómicas, demográficas y sociales. Las herramientas para una investigación más profunda y personalizada que fueron utilizadas fueron; a) Entrevistas, b) Diarios de Observación y c) Talleres generativos.

El perfil demográfico de esta persona la ubica en un nivel socioeconómico medio. Es innovadora, tuvo educación universitaria o técnica (en curso o completada), es activa en redes y busca acceso a recursos financieros y de desarrollo. Usa tecnología y dispositivos móviles regularmente, valora la transparencia, la seguridad y la conveniencia, prefiere soluciones digitales y plataformas en línea para facilitar su vida profesional y personal, y está dispuesta a aprender y buscar información constantemente para su desarrollo como emprendedora. Entre

sus motivaciones están; buscar financiamiento para lanzar su negocio o expandirlo, necesita asesoramiento y mentoría especializada para resolver desafíos, quiere pedir préstamos y acceder a programas o concursos gubernamentales. Finalmente, desea conectar con inversores y otros emprendedores para impulsar su proyecto.

Según un informe del INEI (Instituto nacional de Estadística e Informática, 2023), el 90% de la población mayor a seis años ha accedido a internet a través de algún aparato inteligente. Partiendo de esta información, se asumió que el usuario tendría acceso a internet o algún tipo de aparato digitalizado desde antes del primer contacto con nuestra plataforma. El mismo informe de afirmó que el sector financiero registró un aumento en los créditos de consumo en un 13, 73% con una incidencia positiva de 2,18 puntos porcentuales en el total.

Figura 2.
Índice de la Producción de Servicios Financieros y Seguros (2022)

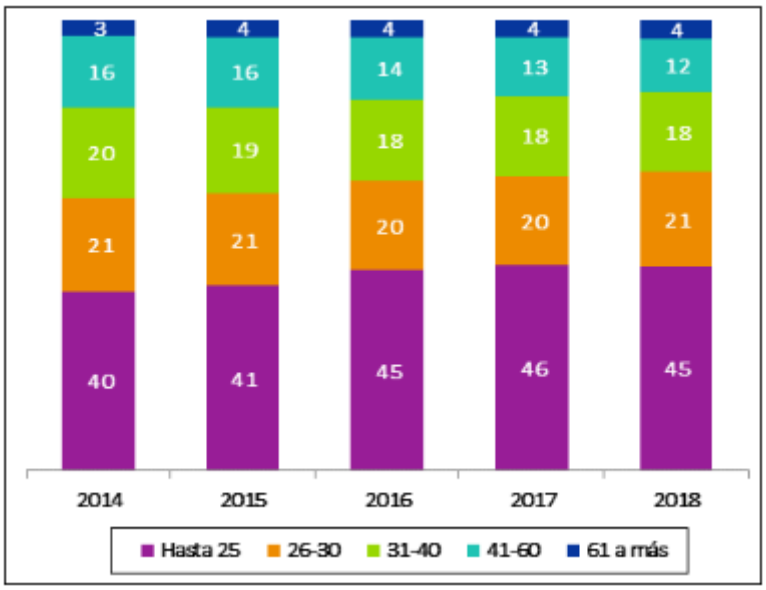


Fuente: INEI, 2023

EDUCA (Portal de Educación Financiera, s.f.) define estos créditos de consumo como un préstamo de dinero que una parte otorga a otra con el compromiso de devolverlo en el futuro, gradual o con un solo pago, además, con un interés adicional que compensa al prestamista. Otro informe de la SBS (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

menciona que estos han crecido durante los últimos años, y que han comenzado a representar una “puerta de entrada” para que la población acceda al sistema financiero de forma activa. Afirma, luego de segmentar a la población que cuenta con producto crediticio en rangos de edad, observo que la participación de los jóvenes ha ido en aumento durante la última década. En el 2014, el 61% de los nuevos clientes que accedían a créditos o préstamos bancarios tenía 30 años o menos, cifra que aumento al 66% en el 2018, ubicando a los nuevos clientes en un segmento de población entre 18 y 25 años.

Figura 3.
Nuevos clientes con créditos de consumo según rangos de edad (En porcentaje)



Fuente: SBS

Como mencionamos anteriormente en la Conceptualización de este proyecto, según IPSOS (2022) Perú encabeza la lista de países latinoamericanos que tuvieron la necesidad de iniciar un negocio, con un 54% que empata con Colombia. Afirman que solo un 15% de peruanos conectados cree que reciben ayuda activa del gobierno con sus emprendimientos, y un 25% de ellos considera que los bancos y las entidades financieras tienen el mismo

problema. Esto indica que, aunque las tasas del INEI hayan demostrado un aumento en los créditos, pocos de estos son realmente solicitados o adquiridos por emprendedores.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

En nuestro proyecto proponemos la creación de una plataforma intermediaria que facilitará el acceso a información detallada y verificada, y actuará como un puente entre emprendedores y diversos actores, (cooperativas, organizaciones gubernamentales, organizaciones internacionales y/o entidades financieras) garantizando seguridad y visibilidad de la información, simplificando el proceso de financiamiento, haciéndolo más rápido y atractivo.

Esta plataforma reducirá la búsqueda de información en páginas no confiables y facilitará los procesos burocráticos al centralizar información. A través de nuestra propuesta de valor, buscamos transformar el panorama empresarial del Perú, proporcionando a los emprendedores las herramientas y oportunidades necesarias para prosperar en un entorno competitivo. Al invertir en el talento y la creatividad de los emprendedores peruanos, podemos generar un impacto significativo en la economía, promoviendo la generación de riqueza, la innovación y la inclusión económica.

6.2. Segmento de Clientes

Al ser una plataforma que conecta dos extremos del proceso de adquisición de financiamientos, nuestros clientes son de dos tipos. Los centrales y principales son emprendedores y personas que deseen abrir un emprendimiento o negocio, y los secundarios, las empresas e instituciones financieras con las que conectaríamos a los clientes principales. Porque estas instituciones financieras —mayormente privadas— podrían pagar por los clientes que nuestra plataforma consigue.

Otros clientes indirectos serian asesores y gestores de proyectos, otras organizaciones –públicas o gubernamentales-, otras páginas o plataformas, Organizaciones sin fines de lucro, medios de comunicación y/o Cámaras de comercio.

6.3. Canales

En la actualidad la tecnología forma parte fundamental en las relaciones humanos, incluyendo dentro de este grupo relaciones comerciales, principalmente la relación con el consumidor (Mejia Trejo, 2017)

Los canales elegidos que se utilizaran para hacer llegar nuestra plataforma digital a nuestros clientes serán principalmente digitales; entre estos están nuestro Sitio Web, el cual, utilizando técnicas de SEO (Optimización de motores de Búsqueda) nos aseguraremos sea fácilmente encontrado por nuestros clientes, este también será difundido por nuestras Redes Sociales, tales como Instagram, Facebook, Tiktok y Twitter, donde estableceremos perfiles activos y publicaremos regularmente contenido valioso relacionado con emprendimiento, financiamiento y noticias relevantes del sector. Serna & Pardo (2016) mencionan que es evidente el cambio que ha generado la tecnología en la visión del mercado, y que, por esto, es determinante que las empresas generen estrategias enfocadas en utilizar tecnología para generar ventajas en el mercado.

Debido a esto, también planeamos usar plataformas de colaboración y Networking, como LinkedIn Groups, Slack Communities o foros especializados en emprendimiento, donde compartiremos contenido útil y promocionaremos la plataforma.

A esto se le añade la publicidad Online y anuncios, para estos se emplearán campañas de publicidad digital con Google Ads, redes sociales y otros sitios relevantes para dirigir el tráfico a nuestro sitio web, además como canales tradicionales de distribución pensamos colaborar con periódicos o revistas para publicar artículos, entrevistas o reseñas de la plataforma. Finalmente, otra estrategia de apoyo serían las alianzas con organizaciones,

instituciones educativas, incubadoras y aceleradoras de empresas para promover nuestra plataforma en su red de emprendedores.

6.4. Relación con Clientes

Para esta plataforma proyectamos tener una relación excelente con los clientes, dándoles excepcional atención personalizada para conseguir el éxito de cada emprendedor y empresa que utilice nuestros servicios. Planeamos ofrecer un soporte eficiente con las siguientes herramientas:

6.4.1 Soporte Multicanal

Soporte a través de canales distintos como redes, correo electrónico y chat dentro de la plataforma. Esto permitirá que los usuarios se comuniquen con nosotros de manera conveniente y obtenga respuestas rápidas a sus consultas.

6.4.2. Atención inmediata y escucha activa

Planeamos tener un equipo de atención al cliente disponible constantemente, que se encargue de responder solicitudes y preguntas. Además, nos esforzaremos por comprender sus necesidades y sugerencias y las utilizaremos para mejorar continuamente nuestra plataforma.

6.5. Actividades Clave

6.5.1. Test inicial de evaluación

Esta actividad consiste en dar a los clientes una prueba inicial gratuita que les permitirá evaluar si cumplen con los requisitos básicos para aplicar a un financiamiento. Esta prueba ayudara a los clientes a comprender sus posibilidades de obtener financiamiento y orientara sus próximos pasos en el proceso. La prueba es necesaria para saber si están preparados para pasar a la siguiente fase con probabilidades de éxito positivas.

6.5.2. Asesoría y aplicación personalizada

Esta se trata del servicio de suscripción pagada donde un administrador capacitado de la plataforma se encargará de recolectar los datos del cliente, revisar su historial y otorgar recomendaciones basándose en lo que el cliente quiere, desea y necesita, para luego enviar sus solicitudes (revisadas y procesadas, asegurándose de cumplir con requisitos necesarios, de tal manera que la probabilidad de rechazo sea mínima) al tipo de financiamiento que desee el emprendedor, las cuales pueden ser distintas entidades financieras, programas del gobierno, concursos Start Up, subvenciones, etc. Este servicio tiene como propósito conseguir ofertas y posibilidades de financiamiento adaptadas a las necesidades específicas del cliente.

6.5.3 Información detallada sobre distintos tipos de financiamiento

Proporcionaremos información clara y concisa sobre los distintos tipos de financiamiento disponibles, incluyendo préstamos bancarios, líneas de crédito, subvenciones gubernamentales, entre otros. Esto para que la información ayude a los emprendedores a comprender las opciones que tiene y que le ayuden a tomar decisiones informadas.

6.5.4 Creación de un perfil emprendedor

Los usuarios podrán crear un perfil detallado que destaque sus habilidades, experiencia y proyectos empresariales. Este perfil permitirá que los administradores puedan conocer mejor a los emprendedores y evaluar su potencial desde antes del contacto personalizado. No obstante, crear este perfil será una decisión opcional del usuario.

6.5.5 Constante Actualización de información

Se planea establecer actualizaciones regulares sobre las tendencias, noticias y eventos relevantes en la industria del emprendimiento y el financiamiento para que los usuarios estén al tanto de las oportunidades emergentes y los cambios significativos que pueda surgir en el panorama empresarial.

6.5.6 Administradores Expertos

Contaremos con administradores y asesores capacitados y con amplio conocimiento en el campo del emprendimiento y financiamiento. Estos estarán disponibles para asesorar y guiar a los clientes en las etapas del proceso.

6.6. Recursos clave

6.6.1. Asesores expertos

Administradores capacitados, fundamentales para proporcionar asesoramiento experto a los usuarios de la plataforma. Tendrán un profundo conocimiento de aspectos financieros y empresariales, lo que les permite ofrecer orientación estratégica y soluciones personalizadas para las necesidades de los emprendedores.

6.6.2. Desarrolladores de Aplicaciones

Son responsables de construir y mantener la plataforma digital, herramienta principal para conectar a usuarios con los asesores y la información de recursos financieros y oportunidades de crecimiento empresarial. Su trabajo asegura que la aplicación sea funcional, segura y fácil de usar para una experiencia optima del usuario.

6.6.3. Diseñadores de experiencia de usuario (UX)

Los diseñadores de UX son clave para crear una interfaz intuitiva y atractiva que facilite la navegación y el uso de la plataforma. Se centran en garantizar que la experiencia del usuario sea fluida, eficiente y satisfactoria, lo que aumenta la retención y la satisfacción del cliente.

6.6.4. Personal administrativo y técnico

Estos administradores desempeñaran un papel crucial en la asesoría y orientación de los usuarios durante todo el proceso de obtención de financiamiento. Deberán tener experiencia en ventas y atención al cliente. Combinaran su experiencia en gestión empresarial con la de los expertos en finanzas para ayudar a los emprendedores a identificar las mejores

opciones de financiamiento y guiarlos en el proceso de solicitud. Asimismo, el personal de soporte técnico proporcionará asistencia técnica a los usuarios en caso de problemas en esta área, tales como; errores de funcionamiento o preguntas relacionadas con el uso de la aplicación. Su función será garantizar que la plataforma siempre esté disponible y funcione correctamente.

6.6.5. Herramientas de Análisis de Datos y tendencias de Mercado

Esta herramienta clave permitirá recopilar, analizar y visualizar datos relevantes sobre tendencias en el mercado, comportamientos de usuarios y necesidades de emprendedores. Proporcionará información valiosa que ayudará a tomar decisiones estratégicas y a adaptar los servicios de la plataforma para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

6.6.6. Equipo de Marketing y publicidad

Este departamento será responsable de diseñar y llevar a cano estrategias de marketing y publicidad para promocionar la plataforma, aumentar su visibilidad de marca y atraer nuevos usuarios. Utilizaran diversas tácticas y canales de marketing digital y tradicional para generar conciencia y fomentar la participación de los clientes.

6.6.7. Equipo de recopilación y curación de información

Este equipo se encargará de recopilar, editar, redactar, verificar y curar información sobre financiamiento, recursos y programas disponibles para emprendedores. Su labor principal será asegurar que el contenido de la plataforma este actualizado, sea relevante y de calidad. Además, que sea útil y confiable para los usuarios. Trabajaran también en estrecha colaboración con los expertos en financias, para así garantizar precisión e importancia de la información proporcionada.

6.7. Aliados Clave

6.7.1. Instituciones Financieras

Estas instituciones podrían darle acceso a una gran cantidad de productos financieros a los usuarios de la plataforma. Además, estas instituciones se beneficiarían directamente al llegar a una base de clientes altamente potenciales a través de la plataforma.

6.7.2. Aceleradoras y programas de Incubación de Empresas

Este tipo de asociaciones con aceleradoras de Start Ups, incubadoras de empresas y programas de apoyo pueden brindar oportunidades adicionales de mentoría, networking y financiamiento que puede ser vista como publicidad o apoyo extra para los emprendedores de la plataforma. Esto también puede aumentar la credibilidad de esta, al asociarla con programas reconocidos en el ecosistema empresarial.

6.7.3. Organizaciones gubernamentales y Agencias de desarrollo

Trabajar en conjunto con agencias gubernamentales y organizaciones de desarrollo económico proporcionaría acceso a subvenciones, incentivos fiscales y otros recursos disponibles para apoyar a emprendedores y así promover el crecimiento empresarial. además, estas asociaciones ayudarían a la plataforma a mantenerse actualizada sobre programas gubernamentales relevantes.

6.7.4. Universidades y Centros de Investigación

Aliarse con universidades o centros de investigación con programas académicos podría facilitar el acceso a conocimientos especializados, investigación de mercado y talento innovador. Estas instituciones podrían participar en creación de contenido educativo eventos de networking y proyectos de investigación relacionados con el emprendimiento e innovación. De esta forma, le otorgaría oportunidades a los estudiantes y clientes a la plataforma.

6.7.5. Empresas tecnológicas y proveedoras de servicios.

Estas empresas mejorarían la funcionalidad y la experiencia del usuario en la plataforma. Esto incluiría integraciones con herramientas de software, soluciones de pago, servicios de alojamiento web y más, lo que enriquecería la oferta de la plataforma y daría valor a los usuarios. A su vez, la asociación les daría a estas empresas acceso a clientes potenciales, podría fortalecer su posición en el mercado y recibir beneficios como menciones en la plataforma, campañas de correo electrónico, publicaciones en redes, entre otros.

6.8. Fuentes de Ingreso

6.8.1. Tarifas de Subscripción Premium

La plataforma ofrecerá un nivel premium de suscripción donde los usuarios obtienen acceso a consultoría u asesoramiento personalizada, donde expertos en financiamiento evalúan la viabilidad de sus proyectos y los conectan con el tipo de financiamiento más adecuado. Esta suscripción ofrece un valor añadido significativo y está diseñada para aquellos que buscan un apoyo integral y una solicitud aprobada en su búsqueda de financiamiento. Los precios considerados van de los 150/s a los 300/s. La cantidad será definida en la prueba de validación.

6.8.2. Publicidad y Patrocinios

Esta plataforma ofrecerá espacios publicitarios para empresas, organizaciones gubernamentales y otras entidades interesadas en promocionar sus servicios, programas o eventos relevantes para nuestra audiencia. Estas oportunidades de publicidad permiten a los anunciantes llegar de manera efectiva a una base de usuarios segmentada y comprometida, generando ingresos adicionales.

6.8.3. Alianzas Estratégicas y Afiliaciones

Debido al tipo de mercado en el que se movería la plataforma, estimamos alianzas estratégicas con empresas, instituciones académicas y/o otras organizaciones dispuestas a

pagar comisiones por referir clientes a nuestra plataforma. A través de estas alianzas, se estima una promoción de la plataforma en una red mucho más amplia de clientes potenciales, lo que aumenta nuestra base de usuarios y genera ingresos. Además, estas alianzas pueden iniciar acuerdos de afiliación donde recibimos una comisión por cada cliente referido que se convierte en usuario activo de la plataforma.

6.9. Presupuesto

6.9.1 Gastos Específicos

Tabla 3.
Gastos Iniciales

EDT	DESCRIPCIÓN	CANT	UND/PERS/SERV	TIEMPO	Costo Unitario	P.TOTAL
1	**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**					**S/.14,660.90**
1.1	Computadoras de escritorio	4	UND	Fijo	S/.3,000.00	S/.12,000.00
1.2	Teléfono de Smartphone	4	UND	Fijo	S/.369.00	S/.1,476.00
1.3	Modem	1	UND	Fijo	S/.139.90	S/.139.90
1.4	Impresora	1	UND	Fijo	S/.249.00	S/.249.00
1.5	Pack de 4 tintas	1	UND	Fijo	S/.60.00	S/.60.00
1.6	Dispositivos de almacenamiento	4	UND	Fijo	S/.199.00	S/.796.00
2	**SOPORTE TECNICO**					**S/.220.00**
2.1	Herramientas de seguridad (antivirus y firewall)	1	UND	Fijo	S/.200.00	S/.200.00
2.2	Instalación de internet	1	UND	Fijo	S/.20.00	S/.20.00
3	**DISEÑADORES DE LA PLATAFORMA**					**S/.4,415.00**
3.1	Desarrollador web	1	PERSONA	Fijo	S/.3,000.00	S/.3,000.00
3.2	Diseñador web	1	PERSONA	Fijo	S/.1,415.00	S/.1,415.00
3.3	Software de manejo remoto	1	UND	Fijo	S/.0.00	S/.0.00
4	**MUEBLES**	1				**S/.1,000.00**
4.1	Muebles	1	UND	Fijo	S/.1,000.00	S/.1,000.00
				GASTOS FIJOS		**S/.20,295.90**

6.9.2 Gastos Mensuales

Tabla 4.
Gastos Mensuales

EDT	DESCRIPCIÓN	CANT	UND/PERS/SERV	TIEMPO	Costo Unitario	P.TOTAL
1	**PLAN DE INTERNET**					
1.1	Internet Fibra Óptica	1	UND	Mensual	S/.99.00	S/.99.00
1.2	Claro Postpago Teléfono	4	UND	Mensual	S/.69.90	S/.279.60
2	**GESTION ADMINISTRATIVA Y VENTAS**					
2.1	Salario de personal administrativo	6	PERSONA	Mensual	S/.1,450.00	S/.5,800.00
3	**COSTOS OPERATIVOS**					
3.1	Costos de alojamiento web	1	UND	Mensual	S/.1,000.00	S/.1,000.00
3.2	Mantenimiento de servidores	1	SERV	Mensual	S/.1,200.00	S/.1,200.00
4	**COSTOS ADICIONALES DE LA PLATAFORMA**					
4.1	Costos adicionales para mejoras	1	SERV	Mensual	S/.500.00	S/.500.00
5	**PERSONAL ATENCIÓN AL CLIENTE**					
5.1	Personal de los clientes del usuaruio	2	PERSONA	Mensual	S/.1,330.00	S/.2,660.00
6	**MARKETING Y PUBLICIDAD**					
6.1	Presupuesto de Publicidad Digital	1	UND	Mensual	S/.800.00	S/.800.00
6.2	Honorarios Agencia de Marketing	1	SERV	Mensual	S/.1,000.00	S/.1,000.00
6.3	Presupuesto de Publicidad Tradicional	1	UND	Mensual	S/.1,200.00	S/.1,200.00
7	**VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN**					
7.1	Personal de recopilación de información	2	PERSONA	Mensual	S/.1,025.00	S/.2,050.00
7.2	Asesores expertos	2	PERSONA	Mensual	S/.2,100.00	S/.4,200.00
7.3	Personal de verificación y edición de información	1	PERSONA	Mensual	S/.1,025.00	S/.1,025.00
8	**ALQUILER**					
8.1	Alquiler del local	1	SERV	Mensual	S/.700.00	S/.700.00
9	**SERVICIOS**					
9.1	Servicio de Luz y Agua	1	SERV	Mensual	S/.120.00	S/.120.00
					GASTOS MENSUALES	**S/.22,633.60**

6.9.3. Gastos Variados

Tabla 5.
Gastos Variados

EDT	DESCRIPCIÓN	UND/PERS/SERV	TIEMPO	Costo Unitario	COSTO MES	COSTO AÑO
1	**SOPORTE TECNICO**					
1.1	Herramientas de seguridad (antivirus y firewall)	UND	Cada 3 meses	S/.200.00	S/.200.00	S/.800.00
1.2	Soporte técnico	PERSONA	Cada 3 meses	S/.1,330.00	S/.1,330.00	S/.5,320.00
2	**SERVICIOS**					
2.1	Limpieza del local	PERSONA	Una vez por semana	S/.50.00	S/.200.00	S/.2,400.00
3	**GESTION ADMINISTRATIVA Y VENTAS**					
3.1	Capacitación de personal	PERSONA	Cada 3 meses	S/.500.00	S/.500.00	S/.2,000.00
					TOTAL MES	S/.2,230.00
					TOTAL AÑO	S/.8,320.00

6.9.4. Gastos Totales

Figura 4.
Gastos Totales

Nro	TIPO	CANTIDAD
1	GASTOS ESPECIFICOS	S/.20,295.90
	TOTAL MES 0	S/.20,295.00
2	GASTOS MENSUALES	S/.22,633.00
2	GASTOS VARIADOS (MES)	S/.2,230.00
	TOTAL MES 1	S/.24,863.00
	TOTAL	S/.45,158.00

6.10. Ingresos Estimados

Figura 5.
Ingresos Estimados

TIPO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UND	NOTA
Ingresos Membresías	Ingresos principales de subscripción a la página.	S/.200.00	Precio acordado con usuarios del público objetivo seleccionado durante la etapa de pruebas de validación
Publicidad	Estimados de publicidad y patrocinios de otras empresas	S/.50.00	Estimados mensuales de cien a doscientos soles

6.10.1. Cuotas de usuarios de los primeros 12 meses

Hemos creado una lista de cuotas de usuarios que deberán alcanzarse mes a mes para poder mantener números consistentes y positivos el primer año de funcionamiento. Estos usuarios irán creciendo conforme aumente el desarrollo y el desenvolvimiento de la plataforma en el mercado. Si bien todas llegan a un número considerable, como ejemplo el primer mes con 50 usuarios, no se trata del número mínimo, sino de una cantidad segura para la plataforma.

Figura 6.
Cuotas de usuarios de los primeros 12 meses

MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
USUARIOS	50	70	80	90	100	130
INGRESOS	S/.10,000.00	S/.14,000.00	S/.16,000.00	S/.18,000.00	S/.20,000.00	S/.26,000.00
MES	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
USUARIOS	150	150	180	180	200	200
INGRESOS	S/.30,000.00	S/.30,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.40,000.00	S/.40,000.00

6.10.2. Ingresos de publicidad estimados en los primeros 12 meses

Figura 7.
Ingresos de Publicidad en los primeros 12 meses

MES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
INGRESOS	S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00

6.11. Flujo de caja de los primeros 12 meses

Diseñamos un estimado de valores con una duración de 12 meses exactos que abarca gastos, ingresos y egresos. Principalmente, teniendo en cuenta que se necesita una cantidad superior a 45 mil soles para iniciar el negocio, dividimos la inversión inicial en dos. Primero, el dinero de inversión propia, que sería un total de s/ 20,295.00, y segundo, un préstamo de s/35,000. Dicho préstamo se pagaría a lo largo de 24 meses, con una tasa del 7%.

El dinero de inversión propia sería el destinado a cubrir los Gastos Específicos, y el restante sería el Saldo Inicial que nos ayudaría a poner en marcha la plataforma. Sumado a los Ingresos del primer mes, sería el monto que cubriría los Gastos Mensuales y Variados.

Tabla 6.
Flujo de Caja

MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Saldo Inicial		S/.35,000.00	S/.18,820.90	S/.8,671.80	S/.522.70	-S/.5,626.40	-S/.11,805.50	-S/.9,804.60	-S/.3,803.70	S/.2,197.20	S/.12,168.10	S/.24,469.00	S/.40,769.90
Ingresos													
Membresía		S/.10,000.00	S/.14,000.00	S/.16,000.00	S/.18,000.00	S/.20,000.00	S/.26,000.00	S/.30,000.00	S/.30,000.00	S/.36,000.00	S/.36,000.00	S/.40,000.00	S/.40,000.00
Publicidad		S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.250.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.400.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00
Total Ingresos	**0**	**S/.10,250.00**	**S/.14,250.00**	**S/.16,250.00**	**S/.18,250.00**	**S/.20,250.00**	**S/.26,400.00**	**S/.30,400.00**	**S/.30,400.00**	**S/.36,400.00**	**S/.36,700.00**	**S/.40,700.00**	**S/.40,700.00**
Gastos													
Inversión inicial	S/.20,295.90												
Internet Fibra Óptica		S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00	S/.99.00
Claro Postpago Teléfono		S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60	S/.279.60
Salario de personal administrativo		S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00	S/.5,800.00
Costos de alojamiento web		S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00
Mantenimiento de servidores		S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Costos adicionales para mejoras		S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00	S/.500.00
Personal de los clientes del usuario		S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00	S/.2,660.00
Presupuesto de Publicidad Digital		S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00	S/.800.00
Honorarios Agencia de Marketing		S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00
Presupuesto de Publicidad Tradicional		S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Personal de recopilación de información		S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00	S/.2,050.00
Asesores expertos		S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00	S/.4,200.00
Personal de verificación y edición de información		S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00	S/.1,025.00
Alquiler del local		S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00
Servicio de Luz y Agua		S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00

Limpieza		S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00	S/.200.00
Herramientas de seguridad (antivirus y firewall)		S/.200.00				S/.200.00				S/.200.00			
Soporte técnico		S/.1,330.00				S/.1,330.00				S/.1,330.00			
Capacitación de personal		S/.500.00				S/.500.00				S/.500.00			
Total gastos	**S/.20,295.90**	**S/.24,863.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**	**S/.24,863.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**	**S/.24,863.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**	**S/.22,833.60**
Flujo de caja económico	**-S/.20,295.90**	**S/.20,386.40**	**S/.10,237.30**	**S/.2,088.20**	**-S/.4,060.90**	**-S/.10,240.00**	**-S/.8,239.10**	**-S/.2,238.20**	**S/.3,762.70**	**S/.13,733.60**	**S/.26,034.50**	**S/.42,335.40**	**S/.58,636.30**
Financiamiento Recibido													
Monto de inversión	S/.20,295.90												
Préstamo 1	S/.35,000.00												
Total Financiamiento	**S/.55,295.90**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Pagos de financiamiento													
Pagos préstamo 1		S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50	S/.1,565.50
Total Financiamiento	**0**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**	**S/.1,565.50**
Flujo de caja financiero	**S/.35,000.00**	**S/.18,820.90**	**S/.8,671.80**	**S/.522.70**	**-S/.5,626.40**	**-S/.11,805.50**	**-S/.9,804.60**	**-S/.3,803.70**	**S/.2,197.20**	**S/.12,168.10**	**S/.24,469.00**	**S/.40,769.90**	**S/.57,070.80**

7. Resultados

Teniendo como referencias empresas dedicadas a dar prestamos o permitir el acceso a créditos dándolos directamente utilizando plataformas online, preferimos la creación de nuestra plataforma en modo web y descartamos el modo aplicativo, ya que en nuestra investigación descubrimos que una página web es más sencilla y accesible que una aplicación. Luego, realizamos los primeros prototipos utilizando otra página especializada para realizar modelos iniciales. Este primer borrador incluyo una estructura básica de la plataforma, incluyendo los puntos básicos presentados en la introducción general de la propuesta de valor, siendo estos la recopilación básica e inicial de información sobre tipos de financiamiento, el test gratuito inicial y la asesoría personalizada premium.

Se dio al proyecto el nombre de "*NalaFinancia*", debido a que Nala era el nombre inicial del grupo de investigadores y consideramos que el verbo conectaría y daría información básica inmediata al usuario con solo escucharlo y/o leerlo. Esta información básica implica saber la función financiera de la plataforma.

7.1. Entrevistas

Presentamos la primera versión del prototipo a 5 personas que se encontraran en el rango de edad seleccionado y con deseos de abrir un emprendimiento, o ya en posesión de uno. Gracias a estas entrevistas pudimos generar mejoras de diseño y estructura a las primeras versiones de la página web, así como también recibimos retroalimentación positiva sobre la amplia cantidad de información sobre opciones de financiamiento. Con ello se pudo confirmar la complejidad de conseguir información centralizada en internet, además del interés que despiertan estas opciones en el usuario.

Sin embargo, también confirmó que las alianzas estratégicas son necesarias para conseguir la confianza del usuario, a quien, aunque parezca interesado, se le dificulta ligeramente poner toda su confianza en el servicio ofrecido.

7.2. Encuestas

Como segundo testeo de validación creamos dos perfiles en redes sociales (Instagram y Tiktok) y realizamos poco contenido audiovisual para informar y atraer usuarios dispuestos a dar opiniones sobre la iniciativa. Los redirigieron a una encuesta donde darían sus opiniones mediante respuestas divididas en varias secciones, cada una sobre un distinto servicio de la plataforma. Esto dio como resultado una respuesta inquisitiva y positiva con respecto a dos puntos: La centralización de la información y la asesoría personalizada que ayuda a aplicar a un financiamiento.

8. Conclusiones

- Los resultados afirman que la plataforma es una herramienta efectiva para mejorar la accesibilidad financiera de los emprendedores. Este hallazgo se alinea con nuestro objetivo principal, ya que ayuda a superar las barreras de acceso al financiamiento, estipulado anteriormente como un factor clave para el desarrollo de nuevos negocios.
- Al facilitar el acceso a la amplia gama de opciones de financiamiento disponibles para emprendedores, la plataforma elimina una barrera importante para el emprendimiento y nivela el campo de juego para todos los aspirantes empresarios.
- Se reduce el estrés y la incertidumbre gracias a que facilita procesos burocráticos, proporciona información útil, vuelve más rápido y sencillo el proceso y reduce la fricción en el proceso de financiamiento. Puntos clave que resaltan y diferencian esta plataforma frente al público emprendedor peruano.

- Es importante tener en cuenta la opinión del usuario y sus preocupaciones con respecto a la seguridad, ya que, al trabajar con su dinero y sus metas, la transparencia y la confianza son fundamentales. Se debe garantizar la máxima seguridad en las transacciones y la protección de datos para crear un entorno para que estos usuarios puedan sentirse seguros y confiados al utilizarla.
- Las alianzas con organizaciones conocidas, siendo públicas o privadas, son cruciales para el éxito y la credibilidad de la plataforma, ya que brindan el acceso a recursos, experiencia, reputación y una red más amplia de usuarios. Además, pueden abrir puertas a oportunidades de colaboración estratégica.
- La investigación destaco la falta de distribución de información y publicidad como uno de los principales obstáculos para que estas ayudas sean conocidas y utilizadas por aquellos que más las necesitan. Por lo tanto, es crucial que se implementen estrategias que combinen tácticas de marketing digital, presencia en redes, colaboraciones y la creación de contenido promocional relevante.
- El diseño de una interfaz intuitiva y amigable, ordenada y fácil de acceder permite que los usuarios naveguen por la plataforma de forma fluida y mejora su experiencia, este tipo de interacción cómoda y sin complicaciones aumenta las probabilidades de retención de usuarios y fomenta la fidelidad de estos a largo plazo.
- Esta plataforma representa una oportunidad única para fortalecer y dinamizar el ecosistema emprendedor en el Perú, área poco abordada, pero con potencial significativo. Al empoderar a los emprendedores con conocimientos herramientas y conexiones necesarias para tener éxito podemos contribuir significativamente en el crecimiento económico, la innovación y el desarrollo sostenible en el país.

9. Bibliografía Base

¿Cuáles son los desafíos que enfrentan los jóvenes emprendedores en el Perú? (2024). *Revista Economia*. https://doi.org/https://www.revistaeconomia.com/cuales-son-los-desafios-que-enfrentan-los-jovenes-emprendedores-en-el-peru/

Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for entrepreneurship? . *Small Business Economics, 23*, 127-135. Doi:10.1023/B:SBEJ.0000027665.54173.23

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. (s.f.). *Grupo BBVA*. https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-los-microcreditos-y-en-que-se-diferencian-de-los-creditos-rapidos-y-los-minicreditos/

Caceres Rosell, A. (14 de Diciembre de 2023). Emprendimiento en el Perú: desafíos y retos. *El Peruano*. https://www.elperuano.pe/noticia/231227-emprendimiento-en-el-peru-desafios-y-retos

Canals, J. (2004). Crecimiento Empresarial: Personas y tecnología en la nueva economía. *Empresa y Humanismo, II*(2/00), 337-370. https://doi.org/https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3776/1/Canals.pdf

Casas, M. C. (2020). La contratación a través de plataformas intermediarias en línea. *Cuadernos de Derecho Transnacional, 12*(2), 283-348. https://doi.org/ https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5612

Celis Celis, A. R., Jiménez Gómez, C. P., & Naicipa Ortiz, D. Y. (2023). *Falta de Información Financiera para Tomar Decisiones en las Micro, Pequeñas y Medianas.* Universidad EAN de Colombia.

Chavez, J. (s.f.). *¿Qué es el Financiamiento? Ejemplos, tipos e importancia.* CEUPE European Business School: https://www.ceupe.com/blog/financiamiento.html

Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology.* Oxford University Press. Recuperado de: https://www.sustanciainfinita.com/wp-content/uploads/2017/03/LIBRO-Henry-Chesbrough-Open-Innovation.pdf

Circus, T. (03 de Abril de 2022). *¿Qué es un prestamo?* Santander Consumer https://www.santanderconsumer.es/blog/post/que-es-un-prestamo.

Cordova Jara, M. D. (2019). *Estudio del nivel de emprendedurismo de los comerciantes de la plataforma Cuglievan del mercado modelo-Chiclayo2019.* Universidad de Lambayeque. Recuperado de: https://core.ac.uk/download/335023471.pdf

Cordova, E. V. (30 de octubre de 2021). ¿Qué es una plataforma digital y qué tipos existen? *Gestión.* https://gestion.pe/tendencias/que-es-una-plataforma-digital-y-que-tipos-existen-noticia/

Cuartas, M. &. Marín, P. (2022). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. *Universidad y Empresa, 24*(43), 1-38. https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12044

Diario Gestión. (12 de Julio de 2022). ¿Cuál es la diferencia entre préstamo y crédito? *Gestión*. https://gestion.pe/economia/diferencia-prestamo-credito-nnda-nnlt-262674-noticia/?ref=gesr

Diaz Silva, W. E., Guerrero Benavides, P. E., Montero Ibañez, J. A., Reáteagui Carranza, N. A., & Riera Valencia, D. E. (2023). *Modelo ProLab: Plan de negocios para el desarrollo de un aplicativo móvil para interconectar operaciones entre bancos: Falabella, Ripley, Alfin, de la Nación, Financieras, Cajas Municipales y Rurales de Ahorro y Crédito.* Universidad PUCP. Recuperado de: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/24791/Plan%20de

%20negocios%20para%20el%20desarrollo%20de%20un%20aplicativo%20móvil%20-%20DIAZ.pdf?sequence=1

El Comercio. (04 de Marzo de 2020). ASEP: Existen más de 7 millones de personas autoempleadas en el Perú. *El Comercio*. https://elcomercio.pe/economia/peru/asep-existen-mas-de-7-millones-de-personas-autoempleadas-en-el-peru-nndc-noticia/

El Peruano. (16 de Agosto de 2021). Recursos para emprendedores. *El Peruano*. https://elperuano.pe/noticia/126881-recursos-para-emprendedores

El Peruano. (17 de Abril de 2023). Perú registra más de 102,000 emprendedores. *El peruano*. https://www.elperuano.pe/noticia/210281-peru-registra-mas-de-102000-#:~:text=16%2F04%2F2023%20En%20el,en%20conjunto%2C%20340%2C000%20empleos%20directos.

ESAN. (08 de Mayo de 2019). *¿Cómo diseñar un exitoso modelo de negocios?* ESAN: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-disenar-un-exitoso-modelo-de-negocios

Escuela Europea de Negocios. (s.f.). *Como superar la falta de recursos en la iniciativa emprendedora.* ENEN. https://een.edu/iniciativa-emprendedora/como-superar-la-falta-de-recursos-en-la-iniciativa-emprendedora/

European Business School. (s.f.). *Recursos Financieros: Concepto, ejemplos y características.* CEUPE. https://www.ceupe.com/blog/recursos-financieros.html

Gamboa, G. (22 de Septiembre de 2023). La falta de dinero es el principal obstáculo para siete de cada diez jóvenes peruanos. *RPP Noticias*. https://rpp.pe/economia/economia/falta-de-dinero-es-el-principal-obstaculo-para-siete-de-cada-diez-jovenes-peruanos-noticia-1507045

Giraldo, V. (14 de Febrero de 2018). *Plataformas Digitales: ¿Qué son y qué tipos existen?* Rockcontent. https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-

digitales/#:~:text=Plataformas%20sociales&text=Son%20aquellas%20plataformas%20digitales%20donde,conocidos%20a%20trav%C3%A9s%20de%20Internet.

Gobierno del Peru. (2023). *Start Up Peru*. Plataforma del estado peruano: https://www.gob.pe/institucion/proinnovate/campañas/4434-startup-peru

Gobierno del Peru. (s.f.). *Organización* . GOB: https://www.gob.pe/institucion/produce/organizacion

Hidalgo Olivera, M., Rios Rodríguez, K., Suárez de Freitas Chávez, G., Toledo de la Cruz, A., & Villanueva Llanos, R. (2021). *Plan de negocios para una empresa Fintech de financiamiento para Mypes en Lima Metropolitana.* ESAN. Recuperado de: https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8c0af9b0-961d-4de8-baf7-7b8d1b00aa2c/content

Carhuavilca, D., Altamirano, P., Montoya, L.,Cueto, M., & Baldeón, M. (2023). *Producción Naciona:l Diciembre 2022.* Instituto nacional de Estadística e Informática. Recuperado de: https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-produccion-nacional-dic-2022.pdf

IPSOS GLOBAL. (22 de Julio de 2022). *Emprendedores en tiempo de inflación 2022.* https://www.ipsos.com/es-pe/emprendedores-en-tiempo-de-inflacion-2022#:~:text=Por%20ejemplo%3A%20Perú%20(54%20%25),%25)%2C%20Bélgica%20(14%20%25).

Juan de Assembler Institute. (07 de Abril de 2022). *¿Qué es la innovación tecnológica? Definición y ejemplos.* Assembler Institute of technology. https://assemblerinstitute.com/blog/innovacion-tecnologica/

La Universidad en Internet. (s.f.). *¿Que es un asesor financiero?* Unir: https://colombia.unir.net/actualidad-unir/asesor-financiero/#:~:text=Funciones%20del%20asesor%20financiero&text=Según%20la%2

0EFPA%20(Asociación%20Europea,se%20adapte%20a%20sus%20necesidades".&as_qdr=y15

Larios Gómez, E., Satiesteban Lopez, N. A., & Pérez Terrón, M. E. (2024). *Gestión, Desarrollo y emprendimiento en las organizaciones latinoamericanas Mexico-Colombia.* Entelequia Editores. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Fany-Solis-Rodriguez/publication/378179105_GESTION_DESARROLLO_Y_EMPRENDIMIENTO_EN_LAS_ORGANIZACIONES_LATINOAMERICANAS_MEXICO_COLOMBIA_EMIGDIO_LARIOS-GOMEZ_NORMA_ANGELICA_SANTIESTEBAN-LOPEZ_MARIA_ELENA_PEREZ-TERRON_COORDINADORES/links/65cc091e34bbff5ba70f0036/GESTION-DESARROLLO-Y-EMPRENDIMIENTO-EN-LAS-ORGANIZACIONES-LATINOAMERICANAS-MEXICO-COLOMBIA-EMIGDIO-LARIOS-GOMEZ-NORMA-ANGELICA-SANTIESTEBAN-LOPEZ-MARIA-ELENA-PEREZ-TERRON-COORDINADORES.pdf

Matesanz, V. (17 de Octubre de 2023). *Qué es un asesor financiero y cuáles son sus funciones*. Finect: https://www.finect.com/usuario/vanesamatesanz/articulos/que-asesor-financiero-funciones

Matiz, F. & Matiz, A. (2016). *Conceptos para el diseño de modelos de negocio.* Matiz y asociados. Recuperado de: https://www.matizyasociados.com/wp-content/uploads/2016/11/2016-Conceptos-para-el-diseño-de-modelos-de-negocio.docx.pdf

Ministerio de Economia y Finanzas del Peru. (10 de Mayo de 2024). *Fondos Públicos.* MEF. https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_seoglossary&view=glossary&catid=

7&id=427&lang=es#:~:text=Todos%20los%20recursos%20financieros%20de,realizan%2C%20con%20arreglo%20a%20Ley.

Montes de Oca, J. (01 de Marzo de 2020). *Crédito*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/credito.html

Morales Cadme, D. F. (2022). *Proyecto para el desarrollo de una aplicación móvil para mejorar la productividad y el servicio de pequeños distribuidores de gas doméstico en cuenca.* . Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Recuperado de: https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22901/1/UPS-CT009870.pdf

Mosquera Rodriguez, X. A., Espinoza Alencastro, C. P., & Townsend Valencia, J. (2023). Innovación y Emprendimiento en Ecuador: Tendencias y Factores Impulsores de Desarrollo Empresarial, período 2018-2022. *Revista Científica Ciencia y Tecnología, 24*(41). https://doi.org/https://cienciaytecnologia.uteg.edu.ec

Murillo, A. J. (2006). *Peter Drucker, Innovador maestro de la administración de empresas.* Cuadernos Latinoamericanos de Administración .Recuperado de: https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf

NEXTIUS. (31 de Agosto de 2021). *Concursos y premios para una Start Up*. Nextius: https://nextius.com/portafolio/single/CONCURSOS-Y-PREMIOS-PARA-UNA-STARTUP

Noticias RCN. (12 de Septiembre de 2022). ¿Son los microcréditos buenos en eépoca de alta inflación y de la economía en alerta? *Noticias rcn.* https://www.noticiasrcn.com/economia/son-los-microcreditos-buenos-en-epoca-de-alta-inflacion-y-de-la-economia-en-alerta-428926

Odiaga medina, S. V., & Caceres Jaramillo, D. J. (2024). *Elementos claves que influyen en el crecimiento empresarial de las fintech que ofrecen servicios definanciamiento alternativo. Estudio de casos múltiples en Lima Metropolitana.* Pontificia Universidad

catolica del Perú. Recuperado de: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/27466/CACERES_JARAMILLO_ODIAGA_MEDINA_PUENTE_NAVARRO_ELEMENTOS_CLAVES.pdf?sequence=1

Organización Internaciónal del trabajo. (s.f). *Servicios Financieros y Servicios profesionales* OIT. https://www.ilo.org/es/sectores-e-industrias/servicios-financieros-y-servicios-profesionales

Pena, J. &. Messina, M. (2013). *Alternativas de financiamiento para emprendedores.* Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Udelar.

Peñaranda Castañeda, D. (2019). *El 75% de unidades productivas son informales.* La Cámara. Recuperado de: https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r879_1/informe%20economico.pdf

Portal de Educación Financiera. (s.f.). *Crédito de Consumo.* EDUCA. https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-propertyvalue-43579.html

PUCP. (19 de Mayo de 2023). *Perú emprendedor: ¿Cuántos emprendedores son formales y en qué rubros? Mujeres lideran más los nuevos negocios*. Centrum PUCP: https://centrum.pucp.edu.pe/centrum-news/centrum-medios/peru-emprendedor-cuantos-emprendedores-formales-rubros-mujeres-lideran-mas-nuevos-negocios/

Reclama por mi. (s.f.). Diferencias entre créditos y microcréditos. https://www.reclamapormi.com/blog/diferencias-entre-credito-y-microcredito#:~:text=Por%20lo%20tanto%2C%20los%20microcréditos,”%2C%20es%20decir%2C%20pequeños.

Ricart et al., J. E. (2009). *Reinventar la empresa en la era digital.* BBVA.Recuperado de: https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2015/01/BBVA-OpenMind-libro-Reinventar-la-Empresa-en-la-Era-Digital-empresa-innovacion1-1.pdf

RPP Noticias. (25 de Junio de 2019). Estos son los principales problemas de los peruanos al emprender. *RPP* . https://rpp.pe/campanas/contenido-patrocinado/estos-son-los-principales-problemas-de-los-peruanos-al-emprender-noticia-1204915

Saenz, M. (13 de Abril de 2023). Día del Emprendedor: 8 de cada 10 Negocios desaparecen al año de ser creados. *RPP Noticias*. https://rpp.pe/economia/economia/dia-del-emprendedor-8-de-cada-10-negocios-desaparecen-al-ano-de-ser-creados-noticia-1478726

Sanchéz, J. (01 de Marzo de 2020). *Emprendedor*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html

SUNAT. (2019). *Definición de la micro y pequeña empresa.*. SUNAT. Recuperado de: https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (Abril de 2019). *Créditos de consumo: Puerta de entrada al sistema financiero*. SBS: https://www.sbs.gob.pe/boletin/detalleboletin/idbulletin/61?title=Créditos

Trujillo Jiménez, A., Rodríguez Alberto, M., Alvizo Cruz, A. F., Trujillo Jiménez, M., & Reyes Pérez, F. (2024). Características de los pequeños emprendedores en xicotencatl tamaulipas. Mexico. *Ciencia latina revista Cientifica Multidisciplinar, 8*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9625

Universidad ESAN. (s.f.). *Emprendimientos en el Perú: barreras y oportunidades*. ESAN: https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/emprendimientos-en-el-peru-barreras-y-oportunidades

Universidad X el Sabio. (Noviembre de s.f.). *Cómo ser asesor financiero, estudios, requisitos y funciones*. UAX: https://www.uax.com/blog/empresa/como-ser-asesor-financiero

Van Heuvelen, E. (Junio de 2023). Guerras de Subvenciones. *Finanzas & Desarollo*. Recuperado de: https://www.imf.org/es/Publications/fandd/issues/2023/06/B2B-subsidy-wars-elizabeth-van-heuvelen