



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores del Emprendimiento Empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de  
la localidad de Buenos Aires -Trujillo 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Alegria Boy, Karla Cecilia (ORCID: 0000-0003-3290-8059)

ASESORA:

Mg. Alva Morales, Jenny (ORCID: 0000-0002-2598-1912)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

TRUJILLO – PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

### **A DIOS**

Principalmente a él, por haberme permitido estar en este mundo maravilloso y demostrarme a diario su amor infinito, por darme fuerza para continuar en este proceso y por permitirme lograr cada uno de los objetivos que mi corazón anhela.

### **A MI FAMILIA**

A mis padres, que a pesar de la distancia siempre están apoyándome y motivándome, por su arduo trabajo y sacrificio en todos estos años solo por verme cumplir mis metas. A mis hermanos Arturo y María Fernanda, que son mi soporte y quienes me ayudan a querer superarme en todo momento; a mi linda sobrina Zoe Valentina quien es la alegría de casa y a mi abuelita María, aunque no estés, sigues siendo el pilar para seguir adelante, eres la mejor estrella que el cielo pueda tener.

### **A MI AMIGA**

A Mercci, la chica de la sonrisa amplia, mi amiga y futura colega, quien es la hermana que la vida me dio, a quien agradezco infinitamente su amistad, cariño y apoyo para conmigo y los míos, todos los momentos que pasamos quedarán grabados en mi corazón.

## **Agradecimiento**

### **A MIS PADRES**

No me alcanzan las palabras para agradecer el enorme esfuerzo que hacen al estar lejos de nosotros solo por brindarnos calidad de vida, sé que están orgullosos por cada logro que alcanzamos, es parte de la retribución que puedo darles.

### **A MI DOCENTE**

Jenny Alva, quien estuvo guiándome con su experiencia y profesionalismo, por haberme apoyado y soportado en este último año, parte importante de mi carrera, quien me brindó su amistad, la cual guardaré con mucho cariño.

A todas las personas que formaron parte de mi vida, las que se fueron y las que aún están, de todas ellas aprendí algo nuevo.

## **Página del Jurado**

## Declaratoria de Autenticidad

Yo; Alegria Boy, Karla Cecilia; identificada con DNI N°: 46890497 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Titulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la información que acompañamos es veraz y auténtica.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, encubrimiento u omisión en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Trujillo, 09 diciembre de 2019



Alegria Boy Karla Cecilia  
DNI: 46890497

## Índice

<b>Dedicatoria</b> .....	ii
<b>Agradecimiento</b> .....	iii
<b>Página del Jurado</b> .....	iv
<b>Declaratoria de autenticidad</b> .....	v
<b>Índice</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. MÉTODO</b> .....	14
2.1. Tipo y Diseño de investigación .....	14
2.2. Operacionalización de variables.....	15
2.3 Población muestra y muestreo .....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	16
2.5 Procedimiento.....	18
2.6 Métodos de análisis de datos .....	18
2.7 Aspectos Éticos.....	18
<b>III. RESULTADOS</b> .....	19
<b>IV. DISCUSIÓN</b> .....	31
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	35
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	37
<b>VII. PROPUESTA</b> .....	38
<b>REFERENCIAS</b> .....	42
<b>ANEXOS</b> .....	48

## **RESUMEN**

La presente investigación se realizó con el objetivo de establecer los factores que determinan el emprendimiento en mujeres entre las edades de 25 a 40 años en la localidad de Buenos Aires, año 2019, esta investigación fue de carácter descriptivo no experimental y de corte transversal. Para llevar a cabo este proyecto se trabajó con una población de 29,315 mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, tomando una muestra de 150 mujeres, las cuales fueron elegidas a través de un muestreo no probabilístico (Por conveniencia). Para recolectar los datos se aplicó un cuestionario a mujeres entre las edades de 25 a 40 años que tienen una empresa o negocio.

Palabras clave: Emprendimiento femenino, necesidad, oportunidad, autonomía

## **ABSTRACT**

This research was conducted with the aim of establishing the factors that determine entrepreneurship in women between the ages of 25 to 40 years in the district of Buenos Aires 2019, this research was descriptive non – experimental and cross – cutting. To carry out Project was worked with a population of 29315 women between the ages of 25 to 40 in the locality of Buenos Aires, taking a sample of 150 young women, who were chosen through non probabilistic samping (for convenience). A questionnaire was applied to women between the ages go 25 and 40 who a company or business to collect the data.

Keywords: Female entrepreneurship, necessity, opportunity, autonomy.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, se enfrenta una crisis de desempleo, lo cual conlleva que las nuevas generaciones de personas, estén en búsqueda constante de independización económica y a la vez obtengan satisfacción personal mediante la creación de su propia empresa. La mujer, como pieza clave para el presente estudio, en las últimas décadas, está tomando un rol importante en la sociedad frente a los varones. Las jóvenes emprendedoras, además de generar su propio ingreso, también contribuyen a disminuir, aunque en pequeña proporción, el desempleo y a la activación de la economía local, ya que incide con mayor énfasis en los resultados referentes a la calidad y estamento de vida de la sociedad en la que se desarrollan.

Hoy en día, las mujeres, están más preocupadas por ser autosuficientes, no depender económicamente de nadie y ser reconocidas en el campo laboral, en la época actual, la mujer está sobresaliendo tanto que, obtiene cargos jefaturales. Su liderazgo es notablemente avanzado en muchos casos y superior al de los hombres en otros, es por ello, que también uno de los intereses o prioridades, es crecer económicamente, tener más ganancias y a la vez independizarse, la mujer de hoy, no busca estar bajo el mando de alguien ni mucho menos ser subordinada en una empresa, lo que ella quiere obtener o lograr, es satisfacer sus intereses propios, y alcanzar el éxito, mediante la creación de su propia empresa.

De acuerdo a lo dicho anteriormente, la mujer emprendedora, y creadora de sus propios ideales, logra sus metas y objetivos, por la que arma un camino, trazándose alcanzar el éxito.

En Buenos Aires, distrito de Trujillo, si se habla de emprendimiento femenino entre las edades de 25 a 40 años, encontraremos que existen muchas limitaciones, aún por discriminación debido al género, motivo por el cual deciden emprender sus negocios de manera independiente, con la intención de sentirse útiles o buscar un ingreso extra.

Las mujeres de esta localidad están creando proyectos autogestionarios, sin embargo, en cuanto a las relaciones sociales, y en mayoría la de las de género, son aún un problema para ellas; impedimento del cual están conscientes que no será fácil revertir, pero tienen la convicción de que van a romper dicha barrera para forjarse un lugar en el ámbito empresarial.

Para llevar a cabo la presente investigación, fue necesario investigar trabajos desarrollados, libros, artículos científicos, con respecto al tema, se encontraron los

siguientes. Dentro de las investigaciones más importantes encontramos a las de tipo internacional:

Díaz y Echevarría (2016) en su investigación titulada “El emprendimiento en Cuba: un estudio de la intervención femenino”. El objetivo principal fue realizar un estudio de la intervención femenino en el trabajo por cuenta propia en Cuba, su estudio fue cuantitativo con diseño descriptivo. La muestra se constituyó por 66 mujeres dueñas de los emprendimientos, al desarrollar su trabajo utilizaron la técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En esta investigación se concluyó que:

El aporte más relevante consiste en enseñar, desde la voz propia del emprendimiento femenino, sus implicancias al respecto, así como normalizar ciertos factores en este tipo de trabajo en Cuba. La colaboración mundial de la mujer empresaria ha ido incrementando cada año, aun así no logren sobrepasar el 30% del total de las que están insertadas en el sector. (p. 65)

Guerreo, Gómez y Armenteros (2014) en su investigación titulada “Mujeres emprendedoras: Similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila”. El objetivo principal fue encontrar las causas que tienen mayor influencia en el emprendimiento en mujeres, el tipo de estudio fue cuantitativo con diseño descriptivo. La muestra estuvo constituida por 66 y 29 de las MIPYME en Torreón y Saltillo, Coahuila, respectivamente, al desarrollar su trabajo utilizaron la técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En esta investigación se concluyó que:

Se demuestra que el motivo predominante para que una mujer logre emprender, es la necesidad y oportunidad, concentrada mayormente en el comercio y servicios, y más del 75% de las mujeres emprendedoras tienen deudas económicas. Sin embargo, en Satillo el promedio de edad y estudios universitarios (40 años y 48%) es menor que en Torreón (47 años y 68%). (p. 77)

Buil y Rocafort (2015) en su artículo científico publicado sobre “Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: el caso Barcelona, Universidad de Barcelona – España”, donde el propósito principal fue evaluar las características financieras de los negocios creados en Barcelona a principios de la crisis y de todo lo que se ha ido sosteniendo en ella. Se realizó un estudio estadístico-descriptivo de las variables. Se tomó la muestra a

515 empresas incluido el sector industrial y no industrial, donde se concluyó que los negocios que se crearon a inicios de la crisis en Barcelona y que se han sostenido durante ella, muestran algunas características comunes: muestran una EBITDA positivo, los propios recursos viene a ser lo más importante para el financiamiento, y tienden a aminorar las deudas. (p.92).

Cruz (2015) en su estudio realizado a la Universidad de Querétaro, Facultad de Contaduría y Administración, México titulado “El Empowerment y su relación con la satisfacción laboral”, señala que existe una relación entre el empowerment y la satisfacción en el trabajo respecto a los colaboradores de cada empresa en esa localidad. Se realizó el método experimental, de campo, descriptivo, transversal y correlacional. Establecida una muestra no probabilística por conveniencia de 30 trabajadores a quienes se les hizo una encuesta tipo Likert ordinal. Se muestran los resultados a través de un análisis descriptivo de frecuencias y tabla de contingencia para corroborar la relación que hay entre las dos variables que se están estudiando. Los resultados demuestran la conexión de forma lineal entre sus variables, a lo cual se llega a la conclusión que la empresa en estudio tiene un bajo nivel de empowerment, donde se ve reflejada en la mala situación de los colaboradores dentro de la empresa.

Gutiérrez (2015), en su artículo “Manejo efectivo del empowerment en los gerentes de las multinacionales en Colombia”, tuvo como principal finalidad analizar cómo las áreas gerenciales de las multinacionales en Colombia enfocan el Empowerment en sus negocios partiendo de un arduo análisis, y como su gestión impresiona de una magnitud significativa de manera propia para casa empleado. Se determinó que los jefes de las organizaciones colombianas proyectan el Empowerment en los altos ejecutivos, teniendo en cuenta las principales características del liderazgo y la diferencia de funciones que un gerente y un colaborador puedan desarrollar.

Por otro lado, dentro de las investigaciones nacionales más importantes se encuentran:

Según el diario Gestión (2018) indica que: El Perú es líder de la clasificación más alta de Latinoamérica. Por otro lado, diferentes causas como la apreciación de roles de género, la división del trabajo en cuanto al género y la falta de capital financiero supeditan el desarrollo de las mujeres en cuanto a la economía y emprendimiento. A pesar de que estos

estereotipos existan, el Perú es estimado como el único país de América Latina donde solamente el 22.5% de mujeres tienen un índice alto de emprendimiento en etapa temprana a comparación del sexo opuesto.

Tomando en cuenta las cifras mostradas anteriormente, se puede ver que el emprendimiento en mujeres va en desarrollo, ya que los desafíos que nos vemos enfrentados en la actualidad actualmente son significativos, más sin embargo, a su vez sigue existiendo una brecha en cuanto a la percepción que se tiene hacia la mujer y a su idea de emprender.

A nivel nacional localizamos datos a favor para el Perú en cuanto a emprendimiento en las mujeres, aunque no todos los planes de negocio permanecen con el fin de emprender algún negocio, y si así fuere, con el tiempo se desvanecen.

Según el diario Gestión (2017) indica que en el Perú, 700 negocios son creados al día, y 426 de ellos dejan de desempeñarse ya que no desarrollan su marca o tienen estudios previos en el rubro que se desarrollan, por falta de ingresos y recursos económicos, poca información y experiencia en el manejo de empresas.

A nivel ecuménico se considera al emprendimiento como un dilema de crecimiento ante la poca originalidad y desarrollo de los negocios, por ende puede sopesar al emprendimiento como una exorbitante inclinación, ya que con el pasar del tiempo ha logrado un impacto significativo en el desarrollo empresarial.

En el Perú tras la crisis de hiperinflación, las personas estuvieron en la obligación de generar sus propios ingresos económicos, creando nuevos negocios para su sustento, pero en el Perú no existen leyes que puedan respaldar a los emprendedores nacientes.

Según Serida, Alzamora, Guerrero, Borda y Morales (2016) en su artículo “Global Entrepreneurship Monitor (GEM)”, mencionan que el Perú es uno de los países más activo en cuanto a emprendimiento y se ubica liderando entre cinco países que tienen mayor actividad emprendedora dentro del grupo de las economías basadas en eficiencia. (p.11).

En cuanto al emprendimiento juvenil, se ha visto un incremento del empleo juvenil, por lo que se debería crear programas de emprendimiento a través de competencias que desarrollen habilidades personales con el fin de incentivar un espíritu emprendedor y obtener una economía más competitiva. En otras palabras, preparar a los jóvenes no solo para trabajar en empresas, sino para ser dueño de su propio negocio.

Arellano (2018) en su investigación titulada “Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino del comercio de Gamarra”. El objetivo principal fue determinar los factores que influyen en dicho emprendimiento, el tipo de estudio fue cuantitativo con diseño descriptivo. La muestra estuvo conformada por 364 mujeres emprendedoras que se dedican al comercio, por menor y mayor, donde se utilizó la técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En esta investigación se dedujo que:

El emprendimiento femenino tiene una conexión directa con los factores edad, grado de estudios y tiempo de actividad, teniendo a la vez una conexión inversa con el estado civil de las emprendedoras. Se refuta acerca del financiamiento, debido a que, su importancia con respecto a la muestra de la investigación fue irrelevante. (p. 9)

Álvarez y Cáceres (2017) en su investigación titulada “Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la Asociación de Mujeres empresarias del Perú”. El principal objetivo fue hallar el motivo más importante el cual incentivó a las emprendedoras de la Asociación de Mujeres Empresarias del Perú, el tipo de estudio fue cuantitativo con diseño transeccional. La muestra estuvo conformada por 24 socias activas del AMEP, al desarrollar su trabajo utilizaron la técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento. En esta investigación se concluyó que:

De las 24 mujeres de la Asociación de Mujeres Empresarias (Capítulo Arequipa) los motivos internos la gran parte fueron, lo que les impulsó a crear su negocio; y como segundo punto, están las causas trascendentales y por último las razones externas fueron los que menos determinaron al momento de formar sus negocios. (p. 187)

Solórzano, Altamirano, Quezada y Aranda (2014) en su tesis “Emprendimiento rural femenino en el Perú, Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima”, que tiene por finalidad hallar las causas que han impulsado a las mujeres rurales emprender sus propios negocios, el estudio es descriptivo de enfoque cualitativo delimitado a la población por mujeres mayores de 14 años en los departamentos de La Libertad y Lima, tiene como técnica la entrevista a profundidad y como instrumento una guía de preguntas, deduciendo que las causas que han motivado emprender a las mujeres rurales se evidencian como un grupo de situaciones y motivaciones. No se demuestra un solo estímulo que promueve a las mujeres

rurales optar por emprender. Sin embargo, se encuentran en su mayoría motivadas al emprendimiento. (p.156).

Cunya (2017). En su artículo “Handeel y su idea de poder hacer que las mujeres lideren en el mercado ferretero”. Gestión, esa empresa con apenas 2 años de funcionamiento en el mercado global, se ha posicionado como líder en productos de ferretería, construcción y limpieza, a la vez tiene un importante equipo de mujeres que manejan 50 ferreterías. El triunfo que obtienen es gracias a que implementaron un perfil de cada agente comercial que años anteriores lo asumían los caballeros, mientras que hoy son las mujeres quienes se encargan de la marca de manera personalizada e innovadora. Handeel es una empresa que da oportunidades de obtener una línea de carrera con una buena calidad de vida y beneficios económicos.

Cáritas del Perú (2015) en el estudio titulado "Mejores competencias personales y emprendedoras de jóvenes de Tarma para obtener trabajo digno y productivo" enero del 2014; gracias al financiamiento de FONDOEMPLEO. Buscó con este proyecto consolidar la capacidad emprendedora de mujeres jóvenes (120), entre 18 y 29 años de edad, provenientes de la provincia de Tarma, también se incluyeron discapacitados y madres solteras. Las mujeres jóvenes se capacitaron en turismo, producción, agroindustria y artesanía; afianzaron sus habilidades sociales y personales, se les brindó acompañamiento y asesoría en la elaboración de sus ideas emprendedoras y también, en conocer sobre información, comunicación y tecnologías para acceder a potenciales mercados.

Y, por último, las investigaciones locales más relevantes son:

Castañeda (2017) en su investigación titulada “Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en la localidad de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, 2017”. El fin primordial fue determinar las circunstancias que favorecen el emprendimiento empresarial, el tipo de estudio realizado fue cuantitativo con diseño descriptivo de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 20 medianas empresas del sector Cacique en la localidad de San Pedro de Lloc, al desarrollar su trabajo utilizaron la técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Esta investigación concluyó en que:

La inexistencia de autoridades crea conmoción en las personas emprendedoras del sector Cacique, y los factores intrínsecos adoptados

predominan más en los emprendedores de aquel sector para formar una empresa. Así también, se pudo ver algunas de las imperfecciones, ya que se realizó una proposición para reconocer, mejorar e impulsar el espíritu emprendedor en las personas jóvenes de dicho sector, con el fin de que éstos no busquen nuevas oportunidades fuera de su ciudad. (p. 63)

Atoche (2016) en su estudio denominado “Actitudes emprendedoras de los egresados de administración en las principales universidades de Trujillo año 2015 de la Universidad Cesar Vallejo – Trujillo”, donde se buscó ver el tipo de emprendedor que son los Universitarios trujillanos, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, como técnica se aplicó la encuesta a una muestra de 384 egresados de las diversas instituciones universitarias concluyendo que: los Universitarias de la Universidad César Vallejo son considerados emprendedores empresariales con un 78%, a diferencia de los Universitarias de la Universidad Nacional de Trujillo con 54% considerados Intraemprendedores y por último con un 52% la UPAO, emprendedor social (p.16).

Pereira (2016) en su tesis denominada “Capacidad emprendedora del sector comercio minorista en el centro comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016 de la Universidad César Vallejo – Trujillo”, donde se buscó determinar la capacidad emprendedora de la gente dedicada sector comercio minorista tecnológico en el centro Comercial Zona Franca de la ciudad de Trujillo 2016. Esta investigación es descriptiva no experimental; se utilizó para este estudio la técnica de encuesta y al cuestionario como instrumento, obteniéndose un muestreo de 269 comerciantes en la Zona Franca.

Otero, Celis, Reaño y Souza (2015) señalan como causas predominantes en el aprendizaje en las universidades de la región deberían enfocarse en el crecimiento de las distintas actividades de emprendimiento en los diferentes sectores económicos. Los egresados que han logrado emprender son una parte mínima, los cuales han contribuido para tener un crecimiento económico sostenible, esto se ve reflejado en la contribución al aumento del PBI nacional, y la intención de afianzar al sector servicio y comercial, siendo ellos, los que cooperan al PBI regional con gran magnitud. Hoy en día, las universidades liberteñas, no se preocupan y han hecho muy poco en cuanto al fortalecimiento de ideas de negocios, se ve reflejado en que no todas las Universidades tiene un programa de emprendimiento. Ante esta situación, el fomentar el desarrollo económico basado en el conocimiento, en el aprendizaje del emprendimiento como parte de la cultura en las

universidades, se debe tener como idea principal a fin de que sus estudiantes puedan quedarse en su ciudad teniendo oportunidades.

Como teorías y enfoques conceptuales relacionadas a la variable tenemos:

Emprendimiento, para Klapper (2007) define que “El emprendimiento es aquella competencia que realiza un grupo de personas o un individuo para poder dar inicio a actividades económicas de manera formal”.

En este punto se puede tomar al emprendimiento como una formalidad en cuanto a las actividades económicas, lo cual significa que el trabajo de manera informal no se acepta como emprendimiento según este autor.

En disparidad con el autor anterior, Quesada (2007) dice que “El emprendimiento es toda aquella idea que tiene en mente un individuo lo pone en marcha, para crear su negocio, incluyendo cualquier intento de ser auto-empleado”.

Se considera como emprendimiento a toda idea de negocio grande o pequeño, formal o informal, en lo cual también se incluyen a los vendedores ambulantes, tiendas pequeñas, que buscan sus propios recursos, a raíz de la falta de empleo o por buscar su independencia.

Prieto (2014) define que “Es la capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades”.

Desde este punto de vista podemos tomar al emprendimiento como una idea de innovación, quiere decir que toda persona que tenga y plasme una idea de negocio la cual lleve a la satisfacción de necesidades de los demás es aceptada como emprendedor, según este autor.

Emprendedor: León y Huari (2010) señala que “Todo aquel que planea, ejecuta y desarrolla un plan de negocio y forma su empresa, con el fin de sacar provecho a los beneficios que el mercado brinda y a la vez satisfacer necesidades de las personas, generando ingreso propio”

Cuando hablamos de una persona emprendedora nos referimos a alguien que tenga la mente creativa, visionario, sensible, realista y con una capacidad resolutiva ante

cualquier tipo de problema, con el fin de poder satisfacer las necesidades que tiene el público.

Tipos de Emprendedor:

Emprendimiento Participativo, este tipo de emprendimiento se ajusta a la colaboración entre todas las personas de una comunidad, obrar en conjunto para poder lograr una meta en común.

Emprendimiento Social, para Brouard y Larivet (2000, citado en Formichella, 2004) señala al emprendedor social como:

Todo individuo con su personalidad y ganas de salir adelante, son capaces de actuar como líderes y personas de cambio para resolver problemas que susciten en la sociedad, pero siempre observando nuevas oportunidades y encontrando soluciones innovadoras, diferentes a las demás; éstas personas emprendedoras están más ocupadas crear lazos sociales que el valor financiero.

Este emprendimiento pretende obtener una variabilidad total, en base a la innovación y el trabajo en equipo que se pueda hacer con los colaboradores y con ciertas organizaciones.

Emprendimiento Empresarial, este tipo de emprendimiento muestra a aquella persona que se da cuenta de las necesidades o carencias de las personas y hace de ella una oportunidad, el fin de este emprendedor puede ser o no lucrativo.

Factores que determinan el emprendimiento: Entre las causas que intervienen en este emprendimiento, se tuvo en cuenta el estudio hecho por el Monitor Global de Emprendimiento (2013, citado en Oelckers, 2015), para emprender se consideran 3 factores: Por necesidad, oportunidad, y también se consideran otras causas. Hasta el año 2014, los emprendedores eran motivados por la oportunidad (73.5%), por necesidad el 17.8% y el 8.7% por otras causas.

Según González (2014, citado por Rebollar, 2016) señala: Hablar de emprender por Oportunidad es todo individuo que sabe reconocer las carencias de las personas para luego plantear ideas; este emprendedor trata de plasmar sus ideas de negocio al momento de crear

su negocio, es apasionado cuando va llevando a cabo su propósito, son personas emprendedoras por vocación y siempre tiene la idea de seguir mejorando.

Se consideran ciertos aspectos como La Iniciativa; ya que pretenden ser los que inician ya sea con alguna idea o concretar algún plan en mente, no permiten que las cosas a su alrededor influyan de manera forzosa con sus ideas; esta cualidad permite que las personas tengan madurez al momento de tomar decisiones y son responsables con los resultados que se obtengan.

Por otro lado, las razones de emprendimiento por necesidad, Rodríguez (2014) considera que: Las personas que emprenden por necesidad encaminan su proyecto aceleradamente, no tienen idea si reúnen las cualidades o si tienen el potencial para poder obtener sus propios recursos. Este tipo de emprendedores generalmente ingresan al mercado solo para solventar problemas financieros, la mayor parte son por encontrarse desempleados, por querer salir de su rutina laboral o su centro de trabajo; o porque el dinero que ganan no son suficientes para sacar adelante a su familia. Dentro del emprendimiento por necesidad se tiene en cuenta a los ingresos económicos y barrera financiera que de manera indirecta se relaciona con los ingresos económicos.

En cuanto a Otras Causas encontramos a la Autonomía, es muy relevante al querer iniciar un negocio, pues ya estamos acostumbrados a hacer ciertas tareas, a trabajar con orden, pero si queremos iniciar algo es necesario estar convencidos de tener ciertas cualidades, con el propósito de que su plan o negocio sí van a funcionar (Rebollar, 2015).

Barreras que afectan el Emprendimiento: Según Gestión (2016), “hay cuatro barreras que afectan el nacimiento y crecimiento de las ideas de emprendimiento en el Perú”

Empezamos con el poco incentivo o barrera financiera (bajos recursos económicos) en los diversos procesos que se debe tener en cuenta para lograr iniciar un proyecto, los escasos ingresos económicos es la principal barrera para seguir con un proyecto; ya que, sin estos recursos, aunque por muy simple o barata que sea el negocio a emprender siempre necesitaremos de una fuente de dinero para así poder ponerlo en marcha y avanzar (Diario Gestión, 2016).

Otra de las barreras más importantes que se puedan considerar, son los problemas sociales o aspectos culturales; ya que es la que más se pretende evitar, por la sencilla razón que todos temen a fracasar, y es el mismo entorno quienes rechazan cuando muchos caen; lo que deben tener claro todo emprendedor es a tomar el fracaso como herramienta para poder salir adelante; no tener miedo a fracasar ya que esto nos servirá como aprendizaje, lograr una mejor visión y así de a pocos lograr el éxito y por último está la falta de capacidad para emprender, lo cual muchos de los emprendedores están en este grupo, donde se tiene escaso conocimiento sobre el emprendimiento, mucha gente tiene la idea de negocio, pero no tienen idea de cómo empezar, o qué pasos se debe tomar en cuenta; por otro lado hay personas ya tienen encaminada su negocio, pero al poco tiempo desaparecen del mercado, ya que nunca se capacitaron, por ende no tuvieron conocimiento para mantenerse vigentes en el mercado. (Gestión, 2016).

Perfil de la mujer emprendedora en el Perú: Avolio (2008) plasmado en la tesis doctoral “Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en Perú”. Es inaceptable seguir tratando a las emprendedoras en un único estrato, ya que, por sus diversas cualidades, no conforman un conjunto semejante. De acuerdo a las conclusiones de este proyecto, reconoce seis perfiles, de acuerdo a la posición laboral antes de la iniciación de su emprendimiento:

Mujeres que terminan sus contratos de trabajo sufragáneos potestativamente y comienzan un proyecto. Mujeres que cesan de sus tareas individualistas y opcionalmente emprenden. Fémimas que llegan a tener una empresa mediante sus actividades dependientes y luego desisten para dedicarse por completo a su negocio. Personas que se salen inconscientemente de sus trabajos y empiezan a emprender por decisión personal o por la escasez de probabilidades. Mujeres que dan inicio a sus proyectos (sin raciocinio evidente) para regresar al mundo laboral, ya que, por una u otra razón, se alejan de sus empleos. Mujeres que, ven alguna oportunidad determinada, toman la decisión de emprender.

Por otra parte, la tendencia por empezar un emprendimiento no llega por azar, son las destrezas anticipadas y las innovaciones que tiene cada emprendedora, que hace que crezca esta tendencia. Esto quiere decir que, las emprendedoras utilizan todo lo que han aprendido para aplicar sus habilidades en el rubro que eligieron.

Mayormente en el Perú, las mujeres que emprenden acostumbran a implicar a sus familiares y es al rubro a la que se dedican sus padres la razón principal al momento de emprender. Es atrayente ver como el entorno familiar tiene influencia en ellas, no por las actividades a la que se dedica el negocio, sino también por toda la enseñanza, apoyo moral y hasta a veces material que brindan para el manejo de la empresa. Por ello, muchas emprendedoras tratan de crear un negocio para obtener ingresos económicos para su familia, y que son el capital propio y los préstamos de personas de su entorno la vía más recurrente para que su proyecto siga vigente. Por último, señala que las mujeres emprendedoras en el Perú tienen un alto índice a la dedicación a sus negocios y lo que les impulsa es sentirse realizadas y autónomas.

Según este estudio, se puede decir que las mujeres buscan ser independientes económicamente y la vez buscan su propia satisfacción de poder lograr sus propósitos y sueños. Para la mujer peruana, el emprendimiento se vuelve un vehículo para el bienestar de ella y de su familia.

Asociación de Mujeres Empresarias del Perú: AMEP (2016) La Asociación de Mujeres Empresarias del Perú fue fundada en febrero del 2008, por la presidenta fundadora, la Sra. Renee Lombardi. Según su página web, es “una asociación de mujeres sin algún fin de lucro, por lo contrario, busca aportar con el desarrollo de las mujeres peruanas que buscan emprender.”

Esta asociación tiene por objetivo fomentar una cultura ética y la igualdad de género, muy aparte de fomentar la transparencia y las redes de contacto responsablemente.

Después de haber dilucidado la realidad problemática se ha formulado la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores determinan el Emprendimiento Empresarial de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires- Trujillo 2019?

Después de tomar en cuenta todo lo descrito hasta el momento se puede justificar diciendo que la investigación se ha desarrollado a raíz de poder describir el emprendimiento empresarial de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019, por otro lado permitirá explicar sus necesidades laborales, así mismo, ayudará a poder disminuir la brecha entre la inserción al mercado laboral y educación formal desde el punto de vista del trabajo independiente, se podrá estudiar de cerca el trabajo de mujeres emprendedoras, de tal manera que no solo contribuyan a la lucha contra la pobreza,

sino también al desarrollo económico, se justifica de manera conveniente debido a que hoy en día, el emprendimiento empresarial es un tema de gran importancia, ya que existen muchos emprendedores en el país, así como también ideas que aún no han sido lanzadas al mercado. Con el presente estudio, se busca dar a conocer sobre el emprendimiento laboral de las mujeres, personas que tienen la iniciativa de surgir económica y personalmente, bajo la formación de su propia empresa. Implicaciones prácticas: Con la ayuda de esta investigación se determinará qué factores influyen en las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires para que tomen la decisión de emprender y de ésta manera tomar como un indicio los aciertos y fallidos que poseen este target de personas. Utilidad metodológica: En este proyecto se usará como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario para recolectar los datos. Ayudará como fuente de información para futuras investigaciones que deseen estudiar sobre el emprendimiento empresarial.

Los objetivos que se pretenden alcanzar son, objetivo general: Establecer los factores que determinan el Emprendimiento Empresarial en mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo – 2019, siendo los objetivos específicos: Determinar si las mujeres emprenden por oportunidad, necesidad o por autonomía.

La hipótesis de investigación se considera como: Los factores que determinan el emprendimiento empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019 son: oportunidad, necesidad y autonomía. Proponer la implementación de estrategias para el desarrollo sostenible de iniciativas emprendedoras de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

## II. MÉTODO

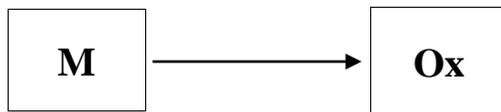
### 2.1. Tipo y Diseño de investigación

2.1.1. Tipo descriptiva – transversal, debido a que este estudio se realizará en un tiempo establecido

2.1.2. Diseño, es no experimental, debido a que se realizará la investigación sin alterar ninguna variable. Solo se observarán las soluciones reales y a raíz de ello se ejecutará este estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

El diagrama es el siguiente:

Diagrama



Dónde: M = muestra de estudio. Ox = observación del emprendimiento.

Variable Única: Emprendimiento Empresarial.

## 2.2. Operacionalización de variables

Tabla 2.1 *Matriz de operacionalización de la variable*

Variab	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Tipo	Escala De Medición
Emprendimiento Empresarial	Según Quesada (2007) define que el emprendimiento empresarial se considera toda idea de negocio que lleva a cabo cada persona para iniciar un negocio o empresa, así también como el intentar ser auto-empleado.	Desarrollo en el que una persona lleva a cabo una idea de negocio a convertirse un proyecto hecho realidad, ya sea con bienes lucrativos o un bien social. El presente proyecto será medido mediante una encuesta que será aplicada a las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019.	Oportunidad	Iniciativa Barrera Social	Cualitativa	Nominal
			Necesidad	Ingresos económicos Barrera Financiera Independencia personal Crear algo propio		
			<u>Autonomía</u>			

Nota: Teoría basada en Quesada (2007). Dimensiones basadas en la teoría de Monitor Global de Emprendimiento (2013), citado en Oelckers, (2015) el autor considera a otras causas como un factor para el emprendimiento que en este caso se ha tomado para una dimensión; pero en este proyecto de investigación al tratarse de mujeres entre las edades de 25 a 40 años se hará el cambio en la dimensión de Otras Causas a Autonomía.

### 2.3 Población muestra y muestreo

Para este estudio, la población a investigar es de 29,315 mujeres jóvenes que pertenecen al distrito de Buenos Aires, estos datos fueron obtenidos del último censo de INEI realizado en el 2017, pues en la localidad de Buenos Aires existe una población de 55,738 habitantes, de las cuales 29,315 son mujeres en edades de 25 a 40 años.

La Muestra está encuentra conformada por 150 mujeres entre las edades de 25 a 40 años que habitan en la localidad de Buenos Aires.

El tipo de muestreo que se utilizó es no probabilístico, de tipo por conveniencia para encuestar a las 150 mujeres entre las edades de 25 a 40 años que pertenecen al distrito de Buenos Aires.

**Criterios de Inclusión:** Las particularidades a tomar en cuenta para la presente investigación parten del hecho que deben ser mujeres entre las edades de 25 a 40 años, que vivan en la localidad de Buenos Aires y que cuenten con un negocio en marcha.

**Criterios de Exclusión:** No se tomará en cuenta a aquellas mujeres que tengan menos o más edad fuera del rango seleccionado que no sean emprendedoras y que se dediquen a otras actividades.

### 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 **Técnica:** Sampieri (2014) señala que la técnica de estudio es la encuesta, las cuales están conformadas por una serie de interrogantes que implican a las variables de estudio, aquellas pueden ser uno o más variables a medir, es por eso que esta técnica se utilizará para el desarrollo de esta investigación.

2.4.2 **Instrumento:** Según Siampieri (2014) manifiesta que el instrumento del cuestionario ayuda para recolectar datos, procesar la información y figuras de las respuestas procesadas en tiempo real, para este proyecto de investigación se utilizará este instrumento para poder recaudar datos suficientes de la variable de estudio.

Al tener una sola variable solo se empleará un cuestionario, que está conformado por 21 preguntas en total, estas preguntas se elaboraron de acuerdo al tema y dimensiones del que se presentan en este proyecto de investigación.

#### 2.4.3 Validación de instrumentos:

El instrumento para medir el Emprendimiento empresarial de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019, fueron validados por 05 expertos, los cuales se detallan a continuación:

GRADO	APELLIDO Y NOMBRE	RESULTADO
DR.	Guevara Ramírez, José	Bueno
DR.	Valladares Landa, Ciro	Bueno
MG.	Bocanegra Merino, Wilfredo	Bueno
MG.	Arias Pereira, Guillermo	Bueno
MG.	Cervantes Mendoza, Lita	Bueno

#### 2.4.4. Confiabilidad del instrumento

Se aplicó el coeficiente Kuder – Richardson - 21 para poder medir la confiabilidad del Emprendimiento empresarial de las mujeres en edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019, donde se obtuvo una confiabilidad de:

Kuder – Richardson 21	Kuder – Richardson 21 basada en elementos estandarizados	Nº de elementos
<b>11</b>	<b>0.7</b>	<b>21</b>

Como el valor del coeficiente de KR-21 ha resultado de 0.70, esto indica que el instrumento presenta una confiabilidad Respetable para ser aplicado al tamaño de muestra determinado en la investigación.

## 2.5 Procedimiento

Para obtener información en esta investigación, se procedió a conversar con cada mujer habitante entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, para recibir su apoyo respondiendo el cuestionario y así lograr alcanzar los objetivos establecidos.

## 2.6 Métodos de análisis de datos

En el presente proyecto de investigación se usó el método Estadístico Descriptivo donde se emplearon gráficos y tablas, de los cuales se consiguieron en base al resultado de las encuestas, se realizó una codificación para cada pregunta, tal así permita hacer una clasificación ordenada, objetiva y eficiente. Asimismo para el análisis pertinente se mostraron los resultados a través gráficos y tablas estadísticas, elaborados mediante el programa de Excel y SPSS.

## 2.7 Aspectos Éticos

Es de mucha relevancia para el presente estudio de investigación que los datos que se puedan obtener tanto como la información que se brinde sean verdaderas; ya que lo que se busca es respetar la privacidad de las personas encuestadas, donde solo la edad sea el único dato personal a evidenciar.

Las respuestas de las mujeres encuestadas serán respetadas en su totalidad, así como a ella misma, ya que si no desean desarrollar la encuesta no serán obligadas a realizarla.

El presente trabajo de observación se encuadra en el interior de los parámetros definidos que contiene el estilo APA del “Manual de referencia de la Universidad Cesar Vallejo” teniendo en cuenta como eje principal las normas de ética establecidas para el crecimiento de los trabajos y proyectos de investigación.

### III. RESULTADOS

Objetivo Específico 1: Determinar si las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires emprenden por Oportunidad

Tabla 3.1

*Iniciativa en referencia a la motivación para emprender un negocio*

<b>Competencias directivas</b>	<b>N° de mujeres</b>	<b>%</b>
Detectar oportunidades y formular ideas para la solución de problemas	31	21%
Organizar y planificar	44	29%
Crear redes de relaciones y/o equipos de trabajo	11	7%
Liderar y motivar	50	33%
Comunicar y persuadir para una negociación exitosa	14	9%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

Para tener un negocio o empresa es importante tener contar con ciertas competencias directivas, en la tabla 3.1 se muestra que, lo que mayormente le motiva a la mujer emprendedora entre las edades de 25 a 40 años en la localidad de Buenos Aires es a liderar y motivar en un 33%, las cuales señalan que cuentan con la capacidad de dirigir a sus colaboradores, por otro lado, el 7% señala que crear redes de relaciones y/o equipos de trabajo es una cualidad a la que no le parecen dar mucho énfasis.

Tabla 3.2

*Iniciativa en referencia a la actividad económica del negocio*

<b>Actividad Económica</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Producción	52	35%
Comercio	57	38%
Servicio	41	27%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

En cuanto a la actividad económica que se dedican las mujeres entre las edades de 25 a 40 años en la localidad de Buenos Aires, es al comercio en un 38% y el 35% a la producción; gran número de éstas mujeres son dueñas de tiendas o de minimarkets, donde ofrecen productos hechos por ellas mismos o por algún familiar; estos emprendimientos en su mayoría están situados en sus propias casas, por tema de ahorro en el alquiler de algún lugar, no son muchas las que se dedican a la producción, pero mayormente son aquellas que tienen muchos años trabajando en ese rubro y ahora han logrado posicionar su negocio.

Tabla 3.3

*Barrera Social referente al ambiente donde está situado su negocio*

<b>Entorno Social</b>	<b>N° de mujeres</b>	<b>%</b>
Discriminación	37	25%
Extorsiones	44	29%
Sicariatos	33	22%
Inseguridad ciudadana	36	24%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

Hablar de barreras sociales se considera en un 29% a las extorsiones, este problema siempre ha creado un impedimento o limitación de cierta manera, pero la constancia y empeño por permanecer vigente su empresa, incluso con temor a que lo les puedan hacer si no acceden a cumplir con lo que ellos les piden, sobre todo y en mayor grado para las mujeres jóvenes dedicadas a la producción. Hay un bajo porcentaje, pero no menos importante, es el sicariato con un 22%, el cual es un fuerte problema social que atravesamos los ciudadanos de Trujillo. Estas barreras sociales que enfrentamos no solo perjudican a los empresarios grandes, sino también a aquellas con iniciativas o las que tienen un negocio pequeño; siendo para las mujeres emprendedoras un gran problema por el temor que les invade el iniciar un negocio o de continuar con el que ya tienen.

Objetivo Específico 2: Determinar si las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires emprenden por Necesidad

Tabla 3.4

*Ingresos económicos en referencia a arriesgar recursos por llevar a cabo su idea de negocio*

<b>Arriesgar Recursos</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Si	87	58%
No	63	42%
Total	150	100%

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

Con los resultados obtenidos en las encuestas, el 58% de mujeres emprendedoras tener su negocio es una meta, las cuales están dispuestas a arriesgar el dinero con el que cuentan, tan solo de hacer que esa idea se haga realidad, más sin embargo, para el 42% de mujeres aún les da temor de invertir todo el dinero que tienen por el simple hecho de que su negocio o empresa no funcione por la zona en el que están ubicados o por la competencia.

Tabla 3.5

*Financiamiento del Capital usado para el negocio de la mujer emprendedora*

<b>Financiamiento del Capital</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Préstamo familiar	46	31%
Préstamo de entidades financieras	55	37%
Ahorros personales	49	33%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

Para tener un negocio ya sea grande o pequeño es primordial contar con un fondo y para esto es necesario contar con algún modo de financiamiento. En la tabla 3.5 se evidencia que el 37% de mujeres emprendedoras entre las edades de 25 a 40 años hicieron préstamos a empresas de financiamiento para iniciar su proyecto, por otro lado se muestra que el 31% solicitó pidió prestado de miembro de su familia, ya que en muchas ocasiones la familia hace préstamos pero con intereses casi similar a lo que un banco te ofrece, por tal motivo ellas optan por solicitar créditos financieros; muy aparte de que muchas mujeres cuentan con ahorros que van reuniendo con el pasar de los años.

Tabla 3.6

*Barrera financiera según políticas adaptadas por el gobierno*

<b>Barrera Financiera</b>	<b>N° de mujeres</b>	<b>%</b>
Oligopolio de entidades financieras	0	0%
Deuda castigada en bancos	63	42%
Tasas de interés	57	38%
Demasiados requisitos documentarios	30	20%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

En cuanto a las barreras financieras que existen al tener un negocio, las mujeres emprendedoras entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires consideran en un 42% a la deuda castigada en bancos, barrera principal que les impide el crecimiento de su inversión, ya que muchas de ellas sacaron préstamos para llevar a cabo su idea de negocio y en el camino no resultó como querían por la mala administración y la falta de pago hacia sus entidades financieras que las respaldaron para dicho negocio, es por ello que fueron informadas por Infocorp, mientras que un 20% señala que lo más tedioso para poner un negocio son los requisitos documentarios que le piden, lo cual conlleva a que muchas de ellas tengan negocios informales, debido a que deben llenar muchos formularios, gastar en pagar a Municipalidades para tener licencia de funcionamiento.

Tabla 3.7

*Administración de recursos en el negocio*

<b>Administración de recursos</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Si	118	79%
No	32	21%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

De las 150 mujeres encuestadas, el 79% señala que administra sus recursos de manera eficaz, viéndose reflejado en sus ganancias, más sin embargo, el 21% aún no sabe cómo distribuir o administrar, ya que no tienen los resultados que ellos esperan. Muy aparte, demuestran que aunque tengan poco conocimiento sobre direccionar un negocio, la mayoría de mujeres emprendedoras en Buenos Aires, cuentan con un buen planeamiento para la compra de insumos.

Objetivo Específico 3: Determinar si las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires emprenden por Autonomía

Tabla 3.8

*Independencia Personal referente a la edad, la cual no es impedimento para emprender*

Edad	Nº de mujeres	%
25 – 29	49	33%
30 – 34	57	38%
35- 40	44	29%
Total	150	100%

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 38% de mujeres emprendedoras oscilan entre las edades de 30 a 34 años, ya que a esa edad trazan metas para tener un negocio propio que le sea beneficioso para su crecimiento profesional o familiar, muchas de ellas con carga familiar, o por ser familia de empresario, por otro lado, el 33% de mujeres emprendedoras en la localidad de Buenos Aires, tienen entre los 25 y 29 años de edad, dichas mujeres señalan que no les gusta tener un horario de trabajo, no les gusta depender de alguien y les motiva hacer crecer su propio negocio, sintiéndose realizadas.

Tabla 3.9

*Crear algo propio, en referencia a las razones que les impulsa a emprender*

<b>Razones para emprender</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Independencia	61	41%
Estabilidad	37	25%
Libertad de horario	18	12%
Mantener o mejorar ingresos	20	13%
Superar retos	14	9%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

De acuerdo a los resultados, en la tabla, el 41% de mujeres de la localidad de Buenos Aires, buscan emprender para ser independientes y solo el 9% lo hace por superar retos. Esta gran diferencia obtenida entre los resultados puede ser debido a que estas mujeres están enfocadas en tener poder adquisitivo, generar ingresos, lo cual le permiten llevar una vida tranquila o al menos satisfacer sus necesidades.

Tabla 3.10

*Competencias personales y sociales que tiene una mujer emprendedora*

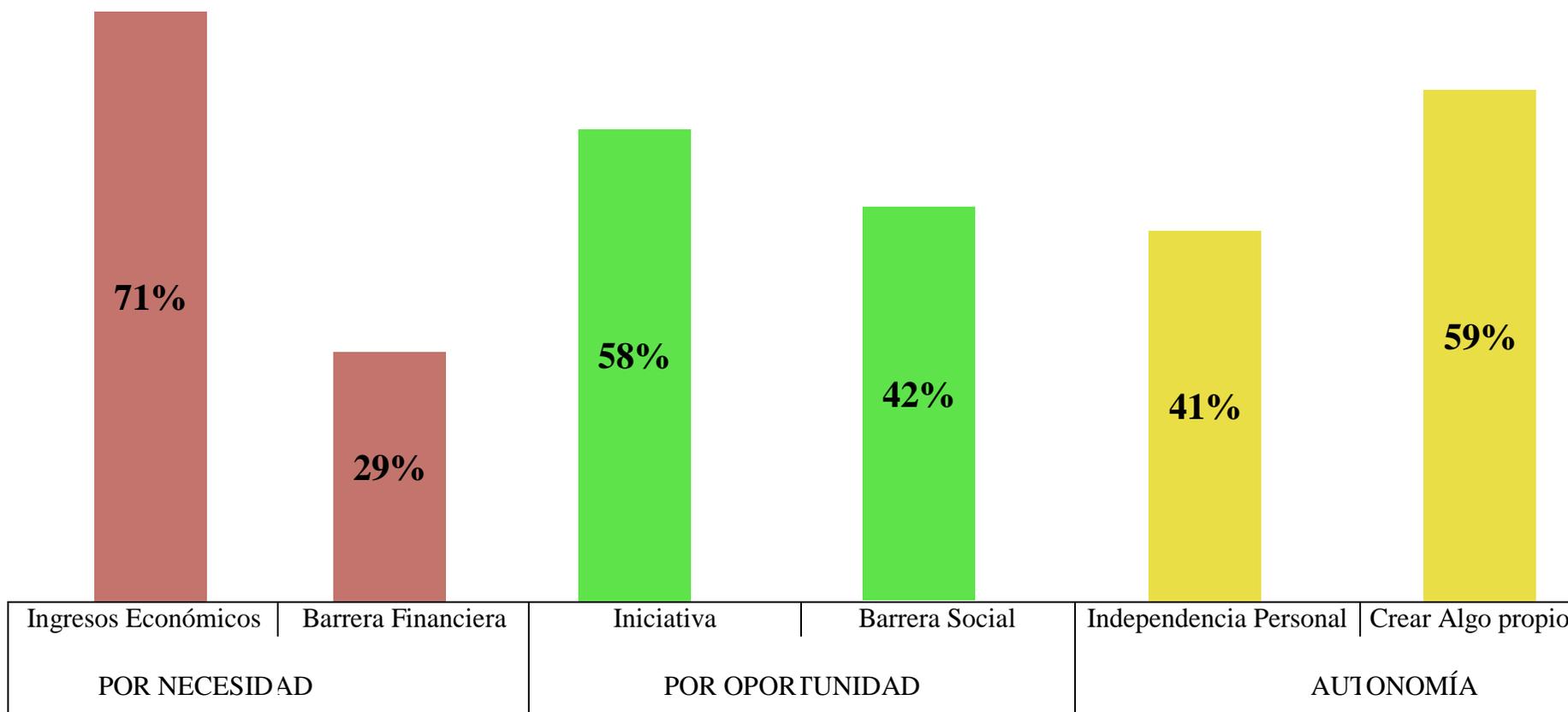
<b>Competencias personales y sociales</b>	<b>Nº de mujeres</b>	<b>%</b>
Orientación al logro de resultados	16	11%
Afán de superación y aprendizaje	75	50%
Intuición y visión a futuro	11	7%
Entusiasmo y autoconfianza	22	15%
Decidida a asumir riesgos	26	17%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Datos obtenidos de las encuestas aplicadas a mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

En cuanto a las competencias personales y sociales, el 50% de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, señalan que emprenden con el afán de superarse y aprender llevando a cabo su idea de negocio, mientras que solo el 11% emprende por intuición o visión a futuro, este porcentaje es respaldado por mujeres que ya tienen muchos años en el rubro y se mantienen en el mercado, teniendo ideas claras y sabiendo el manejo del negocio.

### Objetivo General y Comprobación de Hipótesis

- Objetivo General: Establecer los factores que determinan el emprendimiento empresarial en mujeres de las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo – 2019.
- Hipótesis: Los factores que determinan el emprendimiento empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años en la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019 son: oportunidad, necesidad y autonomía.



Se han determinado los factores del emprendimiento en mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, los cuales son: Ingresos económicos por obtener el 71% en la encuesta realizada el cual representa al presupuesto que se arriesgan aquellas mujeres emprendedoras para la inversión en su negocio; Barrera financiera con un 29% referido a las trabas o contras que las emprendedoras tienen para invertir en su negocio, Iniciativa con un 58% en cuanto a las razones que les impulsan a emprender, Barrera Social con un 42% referido al rubro que se dedica el negocio; Crear algo propio con un 59% respecto a la razón que les motivan a emprender, y por último está Independencia personal con un 41%, donde las emprendedoras señalan que no importa la edad que uno pueda tener para comenzar a emprender. Con estos resultados se puede llegar a comprobar la hipótesis planteada para esta investigación.

#### IV. DISCUSIÓN

El Perú es un país emprendedor, el cual se encuentra en el ranking más alto a nivel Latinoamérica, esto se debe a que las personas emprendedoras identifican oportunidades en el mercado para luego ponerlo en marcha, sumando a ello la pasión y persistencia lo que les impulsa a lograr lo que tienen en mente. En la investigación se identificó que las mujeres emprendedoras no poseen del todo el manejo directo e indirecto de las competencias empresariales, debido a que carecen de una formación empresarial, el cual en el mayor de los casos, les impide seguir con su proyecto, interrumpiendo así el éxito que podría tener su negocio; asimismo las restricciones que tuvo la presente investigación se dieron debido al poco acceso que se tenía a la información en cuanto a la recolección de datos, puesto que algunas de ellas no querían ser encuestadas y existía poca colaboración para brindar información sobre el negocio que tienen; sin embargo luego de explicar el propósito del estudio y las ventajas que ellas podrían tener con este proyecto, su actitud se tornó más colaborativa; opinaban más sobre el tema de emprender un negocio por ellas mismas y algunas dificultades que tuvieron.

De acuerdo al primer objetivo específico, los resultados obtenidos en las Tablas 3.1, 3.2, 3.3; se encontró que, en cuanto a los factores que determinan el emprendimiento por Oportunidad, el 38% de las mujeres señalaron que a la actividad económica que más se dedican es al comercio, el 33% señalan que lo que mayormente les motiva a emprender es por liderar y motivar y el 29% dijo que las barreras sociales más fuertes a las que se enfrentan es a la extorsión, razón por la cual sienten temor para emprender, estos resultados se reafirman con la investigación de Oelckers (2015) donde concluye que la mujer tendrá cada vez un rol más importante en la sociedad; ya que ellas siempre se muestran optimistas, son personas activas y buscan tener una buena calidad de vida; por tal motivo se propuso al emprendimiento como una alternativa para disminuir la falta de oportunidad laboral y de ingresos. Se analizaron algunos factores para poder determinar el emprendimiento obteniendo a la iniciativa e ingresos económicos como factores que a estas mujeres las impulsa a emprender y se identificó que la principal barrera que se considera como impedimento de emprendimiento femenino es la Barrera Social; referido al entorno en el que se desenvuelve el negocio o en el entorno en el que se piensa emprender.

En cuanto al segundo objetivo específico, los resultados obtenidos de la dimensión de factores que determinan el emprendimiento por Necesidad, la Tabla 3.4 muestra que el 58%

señala que su negocio es una meta alcanzada, de las cuales están dispuestas a arriesgar el dinero (Ingresos Económicos) con el que cuentan para llevar a cabo su idea que la razón por la que decidieron emprender un negocio fue para mejorar o mantener un negocio (Iniciativa), asimismo la Tabla 3.6 muestra que el 42% señala que la barrera financiera principal es la deuda castigada en bancos, barrera que le impide el crecimiento de su inversión y el 37% menciona que para comenzar su plan de negocio hicieron préstamos a entidades financieras, tal como corrobora con lo mencionado por Bernal, E(2016) gerente de Operaciones y Productos Multiclientes en Arellanos Marketing, donde alude que “El microempresario requiere de mucho acompañamiento. El Estado al igual que el banco, es muy burocrático. Si se simplifican los procesos, se generaría una mayor acogida y se lograrían mejores resultados”

Lo anteriormente expuesto, refleja relación directa con la realidad de las mujeres emprendedoras de la localidad de Buenos Aires, debido a que no sólo depende de las ganas de emprender sino que el Estado y las entidades financieras, son las principales barreras limitantes que no les permiten progresar. Cada una de las mujeres emprendedoras tienen una particularidad y un ciclo económico específico, el cual no les permite adecuarse a los productos financieros genéricos que ofrecen los bancos y financieras, viéndose en la encrucijada de encontrar otras opciones en el mercado los cuales les generan insatisfacción y les impide lograr lo deseado.

De acuerdo al tercer objetivo específico, los resultados obtenidos con relación a la dimensión de Autonomía, la Tabla 3.10 muestra que el 50% de mujeres emprendedoras señalan que emprenden con el afán de superarse y aprender (Competencias personales y sociales), asimismo la Tabla 3.8 muestra que el 38% de ellas oscilan entre las edades entre 30 a 34 años (Independencia personal), ya que a esas edad trazan metas para tener un negocio propio que sea beneficioso para su crecimiento personal, esos resultados se reafirman en la investigación de Oelckers (2015) donde se analizaron ciertos factores para determinar el emprendimiento obteniendo a la independencia personal , crear algo propio y las competencias personales, son motivaciones para llevar a cabo un negocio o para mejorar el que ya tienen.

El Perú es un país con muchas personas emprendedoras, el cual se encuentra en el ranking más alto a nivel Latinoamérica, esto se debe a que las personas emprendedoras identifican

oportunidades en el mercado para luego ponerlo en marcha, adicional a ello, la pasión y persistencia lo que les impulsa a lograr lo que tienen en mente. En la investigación se identificó que las mujeres emprendedoras no poseen del todo el manejo directo e indirecto de las competencias empresariales, debido a que no tienen una formación empresarial, el cual en el mayor de los casos, les impide seguir con su proyecto, interrumpiendo así el éxito que podría tener su negocio; asimismo las restricciones que tuvo la presente investigación se dieron debido a la poca información que se obtuvo cuando se recolectó los datos, ya que gran parte no querían ser encuestadas y colaboraban poco en cuanto a la información certera sobre sus negocios; pero después de explicarles la intención y ventajas que ellas podrían obtener con este estudio, su actitud se volvió más cordial; charlaban y brindaban sus aportes sobre el emprendimiento de su negocio, y a la vez comentaron sobre algunas dificultades que se les presentaron.

De acuerdo al primer objetivo específico, los resultados obtenidos en las Tablas 3.1, 3.2, 3.3; se encontró que, en cuanto a los factores que determinan el emprendimiento por Oportunidad, el 38% de las mujeres señalaron que a la actividad económica que más se dedican es al comercio, el 33% señalan que lo que mayormente les motiva a emprender es por liderar y motivar y el 29% dijo que las barreras sociales más fuertes a las que se enfrentan es a la extorsión, razón por la cual sienten temor para emprender, estos resultados se reafirman con la investigación de Oelckers (2015) donde señala que la mujer irá obteniendo un rol más importante en la sociedad; ya que ellas siempre se muestran optimistas, son personas activas y buscan mejorar manera de vivir; por tal motivo se planteó al emprendimiento como opción para disminuir las escasas oportunidades laborales e ingresos. Se observaron algunas causas para poder definir el emprendimiento obteniendo a la iniciativa e ingresos económicos como factores que a estas mujeres les impulsa a emprender y se reconoció que la barrera principal considerada como impedimento de emprendimiento femenino es la Barrera Social; abocado al lugar donde se encuentra ubicado el negocio o donde se piensa emprender.

En cuanto al segundo objetivo específico, los resultados obtenidos de la dimensión de las causas que delimitan el emprendimiento por Necesidad, la Tabla 3.4 muestra que el 58% señala que su negocio es una meta alcanzada, de las cuales están dispuestas a arriesgar el dinero (Ingresos Económicos) con el que cuentan para llevar a cabo su idea que el motivo por el cual deciden emprender un negocio fue para progresar o sostener un negocio (Iniciativa), así como en la Tabla 3.6 se observa que el 42% indica que la barrera financiera

principal es la deuda castigada en bancos, barrera que le impide el crecimiento de su inversión y el 37% menciona que para comenzar su plan de negocio hicieron préstamos a entidades financieras, tal como corrobora con lo mencionado por Bernal, E(2016) gerente de Operaciones y Productos Multiclientes en Arellanos Marketing, donde alude que “El microempresario requiere de mucho acompañamiento. El Estado al igual que el banco, es muy burocrático. Si se simplifican los procesos, se generaría una mayor acogida y se lograrían mejores resultados”

Lo expuesto anteriormente, identifica relación directa con la realidad de las mujeres que emprenden en la localidad de Buenos Aires, debido a que ellas no sólo dependen de sus ganas de emprender y salir adelante sino de las leyes del Estado y las entidades financieras, ya que éstos son los problemas principales que limitan y les impiden crecer. Cada emprendedora tiene una singularidad y un ciclo económico específico, el cual no les permite adaptarse a las restricciones que cada entidad financiera les ofrece, viéndose en el dilema de buscar diferentes alternativas en el rubro, los cuales generan insatisfacción y les retrasa para lograr su plan.

De acuerdo al tercer objetivo específico, los resultados obtenidos con relación a la dimensión de Autonomía, la Tabla 3.10 muestra que el 50% de mujeres emprendedoras señalan que emprenden con el afán de superarse y aprender (Competencias personales y sociales), asimismo la Tabla 3.8 muestra que el 38% de ellas oscilan entre las edades entre 30 a 34 años (Independencia personal), ya que a esas edad trazan metas para tener un negocio propio que sea beneficioso para su crecimiento personal, los resultados se confirman en el estudio de Oelckers (2015) donde se estudian algunos aspectos para describir el emprendimiento teniendo a la independencia personal , crear algo propio y las competencias personales, son motivaciones para realizar su plan de negocio o mejorar el que tienen.

## V. CONCLUSIONES

En el desarrollo de esta investigación, según los objetivos propuestos se concluye:

51. Con relación al objetivo específico 01, se pudo determinar que las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires emprende por oportunidad, ya que en el indicador Iniciativa, el 58% de ellas señalaron que el motivo que les motivó a emprender fue para mejorar sus ingresos y calidad de vida; por otro lado el 42% señala al indicador de barrera social, al entorno en el que se desarrolla su empresa; la falta de seguridad al momento de emprender y miedo de ser extorsionados son los diversos problemas que enfrentan los emprendedores en la ciudad de Trujillo. (Tablas 3.1 y 3.3)
52. Con relación al objetivo específico 02, se concluye que, se determinó que las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires emprenden por necesidad puesto que el 58% de ellas señalaron que tener un negocio es una meta, donde ellas están dispuestas arriesgar su dinero con tal de llevarla a cabo; haciendo énfasis al indicador de ingresos económicos; el 37% dijo que el financiamiento que utilizaron para su idea de negocio se obtuvieron de préstamos a entidades financieras y el 42% señala que las barreras que le impiden crecer empresarialmente son por las deudas castigadas en los bancos, este porcentaje que se obtuvo se refiere al indicador de Barrera financiera; estos porcentajes que se obtuvieron ayudaron a este estudio a afirmar el objetivo planteado. (Tablas 3.1 y 3.3 y 3.2)
53. Con relación al objetivo específico 03 , se observó que la Autonomía le permite emprender a las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, ya que hacen referencia al indicador de Crear algo propio se obtuvo que el 41% de estas mujeres buscan emprender para ser independientes y en cuanto al indicador de Independencia personal se obtuvo que el 38% de mujeres emprendedoras de este distrito oscilan entre las edades de 30 a 34 años, ya que tienes las metas trazadas y tener un negocio propio le es beneficioso para su crecimiento personal o profesional. (Tablas 3.9 y 3.8)
54. Debido a las carencias que se pudo observar en el transcurso de la presente investigación, se ha creído conveniente plantear una implementación de tácticas para el desarrollo sostenible de iniciativas emprendedoras de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.

55. Finalmente se consideró que para las mujeres emprendedoras entre las edades entre 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires existen 6 factores que determinan el emprendimiento, las cuales son: Ingresos económicos que representa al arriesgar recursos con el fin de plasmar su negocio; después se ubica el indicador Crear algo propio, referido a las razones que les impulsa para emprender; otra causa que se pudo especificar es la Iniciativa que se refiere al motivo que tienen para decidir emprender; la Independencia personal con referencia que la edad no es impedimento para emprender; por otro lado, la Barrera social, que es impedimento o limitación en la constancia de su negocio y por último se encuentra al Barrera financiera; este último indica la razón por la que muchas veces no hacen crecer su negocio.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1. Se recomienda a los directivos de las diferentes instituciones, tanto como Universidades o centros psicológicos, reforzar las competencias que presentan las mujeres emprendedoras de la localidad de Buenos Aires, brindar conferencias, reuniones, charlas acerca de crecimiento empresarial y personal, temas motivacionales, con el fin de que logren reconocer con confianza sus habilidades, tengan empoderamiento al momento de desarrollarse, teniendo al final los resultados que se esperan.
- 6.2. Para contrarrestar las barreras sociales, el Estado debe priorizar el tema de la formalización de Mypes, esto conllevaría un mayor resguardo para las zonas donde se desarrollan; sobre la barrera económica, se le recomienda al Estado proponer leyes que favorezcan y defiendan a las emprendedoras y a la vez así combatir la barrera financiera, invocar a las distintas instituciones que mediante programas que ayuden a la localidad, se den charlas y capacitaciones de manejo simple de un negocio, donde se les ofrezca asesorías de todas las inquietudes sobre negocios, con la finalidad de que tengan un crecimiento empresarial y puedan expandir sus negocios, generando mayores ingresos al país.
- 6.3. Se recomienda a jefe del Área de Gerencia Promoción del Desarrollo Social y Económico de la Municipalidad de Víctor Larco, crear o formar una Asociación de mujeres emprendedoras donde puedan intercambiar sus experiencias y se brinden información útil de oportunidades laborales, donde todas salgan beneficiadas.
- 6.4. A futuros investigadores se les recomienda relacionar la variable Emprendimiento con el Liderazgo, de tal manera que la investigación cambie de descriptiva a correlacional.

## VII. PROPUESTA

### TÍTULO:

**Implementación de Estrategias para el Desarrollo Sostenible de iniciativas emprendedoras de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires.**

#### 7.1. Resumen Ejecutivo

Según los resultados obtenidos en la investigación se formula la propuesta, que les permita a las mujeres emprendedoras entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires, realizar las metas e ideas sobre su negocio, con la intención de que alcancen posicionarse en el mercado y a la vez sobresalgan frente a su competencia.

La propuesta del presente proyecto señala a que las mujeres emprendedoras entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires sepan organizar sus ideas de negocio con los conocimientos primarios, sumando la experiencia que han adquirido a lo largo de su experiencia en el ámbito laboral, por otro lado, si se logra identificar la debilidad principal en cuanto a la formación de sus empresas se refiere, con esta herramienta se busca lograr que nuestras emprendedoras tengan al alcance la mayor información para que su negocio vaya creciendo y puedan tener mayor éxito, esto servirá para que vayan tomando conciencia que es necesario tener conocimientos sobre emprendimiento para poder ampliar las metas a cumplir dentro de un tiempo determinado.

La propuesta busca demostrar que las mujeres emprendedoras pueden forjar un camino a su proyecto. Lo que les motiva para llevarlo a cabo, es saber que la aportación que mantiene el PBI en nuestro país, es por parte de este sector, asimismo la estabilidad económica que se tiene proviene de las Mypes, por ello, se busca el apoyo por parte de las entidades del Estado (Sunat, Ministerio de Trabajo, entre otros). Todo ello, hará un aporte relevante a la educación empresarial, una de los mayores déficit en nuestro país, razón por la que no se ve un progreso, si se involucrarían en la realidad y se inclinarían en invertir mayor presupuesto a la educación de diferentes ámbitos, la perspectiva de negocio dirigida a este sector sería un panorama distinto, por eso es sumamente necesario e importante que se invierta a futuro.

#### 7.2. Definición del problema

##### 7.2.1 Identificación del problema

Falta de estrategias que permitan el crecimiento y desarrollo del negocio dentro del mercado.

### 7.2.2. Descripción del problema y de sus implicancias

Los emprendimientos de mujeres en la localidad de Buenos Aires mayormente inician sin un estudio previo; por lo cual, las decisiones que se toman en el transcurso se dan debido a que cuentan con alguna experiencia mínima o porque creen tener la intuición de que van a manejar bien su negocio, carecen de toda planificación y uso de herramientas de negocios. Además, la población de mujeres emprendedoras no invierten en infraestructura e implementación de sus negocios, pero están muy interesadas en conocer sobre las nuevas exigencias que el mercado pide para los negocios.

### 7.3. Objetivo General

Determinar las estrategias a implementar para mejorar el manejo de negocio de las mujeres emprendedoras de la localidad de Buenos Aires.

### 7.4. Objetivos Específicos

O1: Determinar las actividades a realizarse para cada una de las estrategias.

O2: Identificar a las entidades responsables que ayudarán a realizar las actividades que se implementarán por cada estrategia.

O3: Orientar a las mujeres entre las edades de 25 a 40 años en temas de emprendimiento.

### 7.5. Diseño del Programa

Se propone 3 talleres teórico – práctico de estrategias para garantizar el emprendimiento sostenible; cada taller será diferente de acuerdo al grupo de interés y se buscará reforzar las competencias blandas.

### 7.6. Actividades a ejecutar

Taller 1: Autoconocimiento emprendedor

Objetivo general:

Reconocer las características emprendedoras que diferencian a cada una de las participantes y que permitieron crear su negocio.

Temática a desarrollar:

- i. Perfil del emprendedor
- ii. Ideas y oportunidades

Duración: 40 días

## Taller 2: Instrumentos de planificación

Objetivo general:

Asesorar a las participantes para que puedan elaborar un plan de negocios.

Temática a desarrollar:

- i. Plan de negocio
- ii. Planificación financiera: decisiones de financiamiento en inversión.
- iii. Administración de tiempo y recursos.
- iv. Estrategias de Marketing
- v. Implementación de misión, visión, objetivos y FODA

Duración: 2 meses

## Taller 3: Trabajo en equipo

Objetivo general:

Realizar actividades donde se demuestre la participación activa, comunicación asertiva, fortalecimiento de valores y la solución de conflictos que permitan cultivar buenas relaciones laborales.

Temática a desarrollar:

- i. Implementación de la actividad LEGO SERIOUS PLAY.

Duración: 4 días (full day)

## Taller 4: Conociendo tu fortaleza interior

Objetivo general:

Reforzar la confianza y autoestima de las mujeres emprendedoras o de las que tengan una idea de negocio en mente.

Temática a desarrollar:

- i. Charlas psicológicas

Duración: 3 meses

### 4.2. Contenido a tratar

Los temas que se desarrollarán estarán dirigidos a mujeres emprendedoras según el negocio que tengan y las funciones que realicen.

## 7.7. Plan Económico Financiero

### 7.7.1 Presupuesto

MATERIALES	CANTIDAD	COSTO	
Papel Bond A4	2.5 millares	S/	30.00
Lapiceros	02 docenas	S/	25.00
Impresiones	1.5 millares	S/	80.00
Copias	1.5 millares	S/	60.00
Movilidad		S/	150.00
Alquiler de local		S/	200.00
Internet		S/	50.00
Break		S/	350.00
Capacitadores		S/	700.00
<b>Total</b>		S/	<b>1,645.00</b>

## 7.8. Plan de ejecución del negocio

Estrategias	Temáticas	Plazo Meses/Días	Responsables	Costo Meses/Días	Costo Total
Autoconocimiento o emprendedor	Capacitaciones y charlas - Perfil del emprendedor	3 meses	Capacitador	S/ 50.00	S/ 150.00
	Ideas y oportunidades		Capacitador	S/ 50.00	S/ 150.00
Instrumentos de planificación	Asesoría para la inversión en un plan de negocio	2 meses	Capacitador	S/ 300.00	S/ 600.00
	Invertir en la imagen del negocio		Capacitador	S/ 270.00	S/ 540.00
Trabajo en Equipo	LEGO SERIOUS PLAY	4 días	Capacitador	S/ 300.00	S/ 1,200.00
Conociendo tu fortaleza interior	Charlas y fortalecimiento de la confianza	3 meses	Capacitador	S/ 250.00	S/ 750.00
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 3,390.00</b>

## 6.2 Cronograma de ejecución

Tiempo Actividades	Meses / Días		
	Enero	Febrero	Marzo
Taller 1			
Taller 2			
Taller 3			

## REFERENCIAS

- Acuña, V. & Cueva, E. (2015) Estrategias de marketing relacional para la competitividad de la lavandería el diamante en la ciudad de Chiclayo. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración). Universidad Señor de Sipán – Pimentel Perú. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3629/Cueva%20V%C3%A1lquez%20-%20Acu%C3%B1a%20Aguilar.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Abascal, E. y Grande, I. (2005). Análisis de encuestas. Madrid: ESIC.
- Alles, M (2002): Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias: el diccionario. Buenos Aires: Granica.
- Alles, M (2005): “Desarrollo del talento humano: basado en competencias” – 1ra ed. – Buenos Aires: Granica.
- Alles, M (2008): “Diccionario de preguntas: gestión por competencias: cómo planificar la entrevista por competencias”. 1ra ed. 4ta reimp. – Buenos Aires: Granica.
- Álvarez, A. & Cáceres, M. (2017). Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la Asociación de Mujeres empresarias del Perú. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica San Pablo, Arequipa.
- Amit, R; Glosten, J. y Muller, E. (1993). “Challenges to theory development in entrepreneurship research”, *Journal of Management Studies*, vol. 10 (pp. 815-834).
- Amorós, J, Leguina, A. y Gutiérrez, I. (2010). Análisis de la actividad emprendedora en sectores de comercio en América Latina: una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor. Primera Edición. FUNDES. Santiago, Chile. Pp. 11 - 91.
- Anzola, S. (1995). La Actitud Emprendedora: Espíritu que enfrenta los retos del futuro. Mc Graw – Hill. Pp. 94
- Arellano, C. (2018). Factores determinantes que influyen en el emprendimiento femenino del comercio de Gamarra. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

- Begley, T. y Boyd, D. (1987). "Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Small Businesses", *Journal of Business Venturing*, 2 (pp. 79-93).
- Benites, F. (29 de noviembre, 2015). Cuáles son los Beneficios que mujeres emprendedoras. *Diario el Comercio*. <http://archivo.elcomercio.pe/noticias/cuales-son-beneficios-que-tienen-mujeres-emprendedoras-noticia-1949960>
- Bird, B. (1989). *Entrepreneurial Behaviour*. Illinois, Scot, Foresman & Company.
- Boaz, G. (1998). "Parámetros de Benchmarking para los modelos de competencias". *Training and Development Digest*. No 10 Mayo.
- Carrillo, O. (12-2011). *El emprendedor de la empresa familiar mexicana, una visión crítica*. *Gestión y Estrategia*.  
<http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/2971/el-emprendedor-de-la-empresa-familiar-mexicana-una-vision-critica.pdf?sequence=1>
- Castañeda, C. (2017). *Factores que favorecen el emprendimiento empresarial en el sector del Cacique en la localidad de San Pedro de Lloc, Provincia de Pacasmayo, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú.
- Consultora Intersocial (2011). "Mejora de capacitación técnica de mujeres de escasos recursos de Cañete para la actividad económica sostenible". Lima – Perú.
- Cortez, S. (2015). *Estrategias de calidad como instrumento para el desarrollo de la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Trujillo*. (Tesis para tener el grado de Doctora en Administración). Universidad Nacional de Trujillo.  
Recuperado de:  
<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4809/TESIS%20DOCTORA%20L%20-%20CORTEZ%20VIDAL%20SANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, I. & Echevarría, D. (2016). *El emprendimiento en Cuba: un análisis de la participación de la mujer*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de La Habana, Cuba.
- Dirube, J (2000). *Un modelo de gestión por competencias*. España, *Gestión 2000*, p. 235.
- El Comercio (2016). "Finanzas. Suplementos comerciales". p. 8-9.

El Comercio (11 de Julio de 2015). El Emprendimiento Actual en un mundo sin Fronteras. El Comercio.

<http://elcomercio.pe/economia/peru/peru-cae-cuatro-casillas-ranking-mundial-emprendimiento-213565>

Enright, M.; Francés, A. y Scott, E. (1994). Venezuela, el reto de la competitividad. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.

Ettinger, J. (1983). “Some belgian evidence on entrepreneurial personality”, European Small Business Journal, n° 12. (pp. 48-57). Genescá, E. y Veciana, J. (1984). “Actitudes hacia la creación de empresas”, Información Comercial Española, n° 611(julio) (pp. 147-155).

Formichella, M. (2004). El Concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, el Empleo y el Desarrollo Local. (Artículo Científico). Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Gardner, H (1995). “Inteligencias múltiples. La teoría de la práctica”. Editorial Paidós. Barcelona, España.

Genescá, E. y Veciana, J. (1984). “Actitudes hacia la creación de empresas”, Información Comercial Española, n° 611(julio) (pp. 147-155).

Gestión (30 de agosto de 2015). El emprendimiento en el Perú: De la Necesidad a la Oportunidad. Diario Gestión.

<http://gestion.pe/economia/emprendimiento-peru-necesidad-oportunidad-2141346>

Gestión (11 de noviembre de 2015). Cuatro barreras afectan el nacimiento y crecimiento de emprendimientos en Perú. Diario Gestión.

<http://gestion.pe/empleo-management/unmsm-cuatro-barreras-afectan-nacimiento-y-crecimiento-emprendimientos-peru-2148073>

Gibb, A (1987). “Enterprise Culture – It’s meaning and a implications for Education and training” en Journal of EUROPEAN Industrial Training. Volumen 11, Número 2.

Guerreo, L., Gómez, E. & Armenteros, M. (2014). Mujeres emprendedoras: Similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Coahuila, México.

- Gupta, A.K. Y Govindarajan, V. (1984). "Business unit strategy, managerial characteristics and business unit effectiveness at strategy implementation", *Academy of Management Journal*, vol. 27, n° 1 (pp. 25-41).
- Gutiérrez, E (2010): "Competencias gerenciales". Primera edición. Bogotá – Colombia.
- Gutiérrez, F (2006). "Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios socio – deprimidos". *Laurus*, vol. 12, (22), 2006. P 139 – 152.
- Harper, D. (1998). "Institutional Conditions for Entrepreneurship". *Advances in Austrian Economics* 5 (pp. 241-275).
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª ed.). México: Mc Graw- Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, Sampieri y otros (2003). "Metodología de la Investigación". Editorial Mc. Graw Hill, México D.F.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). "Metodología de la investigación". 6ta ed. Editorial Mc. Graw Hill, México D.F.
- Horna, J. (2017). El posicionamiento en los clientes de las pastelerías Mypes de la localidad de Trujillo, en el año 2017. (Tesis para Obtener el grado Académico de Maestro en administración de negocios – MBA). Universidad Cesar Vallejo – Trujillo. Recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11788/horna\\_yj.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11788/horna_yj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016), Situación de la Población femenina. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01\\_femenina-oct-dic2016.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-n01_femenina-oct-dic2016.pdf)
- Klapper, L., Amit, R., Guillén, M., Quesada, J. (2007). *Emprendimiento y formación de empresas en todos los países. Equipo de Finanzas y sector privado*. Recuperado de

[http://wwwmanagement.wharton.upenn.edu/guillen/8\\_07\\_docs/Entrep%20Firm%20Format%20Word%20Bank%204313.pdf](http://wwwmanagement.wharton.upenn.edu/guillen/8_07_docs/Entrep%20Firm%20Format%20Word%20Bank%204313.pdf)

- Koellinger, P.; Minniti, M. y Schade, C. (2007). "I think I can, I can: Overconfidence and entrepreneurial behavior". *Journal of Economic Psychology*, vol. 28 (4) pp. 502-527.
- Lamolla. L (1997). "A propósito de la lectura de "Disclosing New Worlds" Disclosing New Worlds". Massachussets, MIT.
- Lins, R. G. (2007). "Poder, redes e ideología en el campo del desarrollo". *Revista Tabula Rasa* 6: 173 - 193.
- Macías. G Y Parada. L (2013). "Mujeres, su participación económica en la sociedad". 1ra edic. México.
- Maldonado, J., Corrales, J., Ruiz, M. y Gonzáles, S. (01-10-2016). Nuestros Mayores Activos: Inteligentes y Emprendedores. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*.
- <file:///C:/Users/metro/Downloads/ANTEC.%202.pdf>
- Marco, B (2008). "Competencias básicas, hacia un nuevo paradigma educativo". España, Narcea, p. 19.
- Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (2008). Micro Emprendimiento para la Población femenina de 10 Distritos de Lima Metropolitana Callao. Ministerio de la Mujer. Recuperado de [http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diapam/documentos\\_estudios/microempren dimientos\\_pam.pdf](http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diapam/documentos_estudios/microempren dimientos_pam.pdf)
- Montenegro, I (2005). "Aprendizaje y desarrollo de las competencias". Colombia, Magisterio, p. 17.
- Muñoz, C (2010). "¿De qué hablamos cuando hablamos de oportunidades?". *Trend Management*. 2010. p.2
- Oelckers, F. (09-2015). Emprendimiento de la mujer: Una Revisión de la Situación Actual. *Journal of Technology Management & Innovation*. Recuperado de Organización Mundial de la Salud (2012). La Buena Salud añade vida a los años. Recuperado de <http://www.who.int/ageing/es/>

- Organización de las Naciones Unidas (2015). Los Derechos de las Mujeres: Recuperado de <http://www.embajadaabierta.com/la-onu-y-la-población-femenina-los-derechos-de-las-mujeres/>
- Orrego, I (2008). “La dimensión humana del emprendimiento”. Revista Ciencias Estratégicas. Vol. 16, (20), pp. 225 – 235.
- Perú 21 (21 de junio de 2015). El 55% de las mujeres en el Perú trabajan. Diario Perú 21. <http://peru21.pe/actualidad/55-mujeres-peru-trabaja-2221302>
- Portal PQS (2016). “Setenta de cada cien peruanas trabajan en Mypes”. Lima, Perú. Recuperado de: <http://www.pqs.pe/emprendimiento/setenta-de-cada-cien-peruanas-trabajan-en-mypes>
- Rebollar, D (2016). Emprendimiento y entorno emprendedor (Tesis de Pregrado). Universidad de la Rioja – España.
- Rodríguez (2014). Buscando chamba a los 60 “Emprendimiento en Mujeres. La Posibilidad de un Espacio de Acción y Comunicación Intergeneracional” (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Sagi, L (2004). “Gestión por competencias”. Madrid, España, ESIC, pp. 86, 93.
- Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A. y Morales, O. (2013). Perú 2013 Global Entrepreneurship Monitor. Lima: Universidad Esan.
- Soriano, M. (2010). El papel del emprendedurismo y la formación de clusters industriales. (Tesis Maestría). Universidad de las Américas, México.
- Timmons, J.A. (1989). “The entrepreneurial Mind”. Andover. Mass. Brick House Publishing.
- Tocas, T (2010). “Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades”. Estudios Gerenciales 26(117): 41-60.
- Vásquez, I (08 de Marzo del 2016). “El 81% de las peruanas trabaja en las mypes”. Diario Correo. Recuperado de: <http://diariocorreo.pe/economia/el-81-de-las-peruanas-trabaja-en-las-mype-658688/>
- Veciana, J.M. (1996). “Emprendedor o empresario”, en Innovando, Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad de ICESI, n° 17.

# ANEXOS

## Anexo N° 1: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Este cuestionario está dirigido, exclusivamente, a mujeres que han decidido poner en marcha una iniciativa de negocio o están en proceso de hacerlo durante este año. Muchas gracias por anticipado.

### DATOS GENERALES

1. Edad:

25 – 29       30 – 34       35 – 40

2. Capital social:

1,000 – 3,000      6,000 – 9,000

3,000 – 6,000      9,000 – 11,000

3. Su idea de negocio es:

Familiar       Personal

<b>EMPREDEDORA</b>
--------------------

Marque la respuesta:

- |  | SI | NO |
|--|----|----|
| 4. <i>¿Se considera una persona adaptable a los cambios?</i>   |    |    |
| 5. <i>¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?</i>  |    |    |
| 6. <i>¿Maneja algún plan para llevar a cabo su idea de negocio?</i>  |    |    |
| 7. <i>¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de su proyecto?</i>                    |    |    |
| 8. <i>¿Considera que administra sus recursos económicos de manera eficaz?</i>                                    |    |    |
| 9. <i>¿Conoce las estrategias para el desarrollo de su negocio?</i>  |    |    |
| 10. <i>¿Desarrolla ideas innovadoras como estrategia empresarial para destacar su negocio de la competencia?</i> |    |    |
| 11. <i>¿Arriesgaría sus propios recursos para la puesta en marcha de su negocio?</i>                             |    |    |
| 12. <i>¿Su idea de negocio posee ventajas competitivas?</i>  |    |    |
| 13. <i>¿Considera que la asistencia a charlas, talleres y capacitaciones amplía su red de contactos?</i>         |    |    |

14. *¿Mantiene una buena relación con clientes, proveedores y entorno social?*

15. **¿Cuáles cree que son las razones que impulsan a las mujeres a preferir emprender?**

Independencia  
Estabilidad  
Libertad de horario  
Mantener o mejorar ingresos  
Superar retos  
Otra

16. **¿Cuáles son las competencias directivas que debe tener una persona emprendedora?**

Detectar oportunidades y formular ideas para la solución de problemas  
Organizar y planificar  
Crear redes de relaciones y/o equipos de trabajo  
Liderar y motivar  
Comunicar y persuadir para una negociación exitosa  
Otra

17. **Desde su punto de vista: ¿Cuáles son las competencias personales y sociales que debe tener una mujer emprendedora? (Leer todas. Responder máximo 3)**

Orientación al logro de resultados  
Afán de superación y aprendizaje  
Intuición y visión a futuro  
Entusiasmo y autoconfianza  
Decidida a asumir riesgos  
Otra

18. **En base al entorno en el cual se desenvuelve su negocio ¿Cuáles considera como barreras sociales?**

Discriminación de ideologías, género, apariencia física, entre otros.  
Extorsiones  
Sicariato  
Inseguridad ciudadana

19. **A qué rubro se pertenece su empresa?**

Producción  
Comercio  
Servicio

20. **De acuerdo al rubro en el cual se desempeña su negocio ¿Cuál de ellos lo considera como una barrera financiera?**

Oligopolio de entidades financieras  
Deuda castigada en bancos  
Tasas de interés  
Demasiados requisitos documentarios

21. **El financiamiento de su idea de negocio es:**

Préstamo familiar  
Préstamo de entidades financieras  
Inversión propia  
Otra

**Muchas Gracias**

Resultados con salida de SPSS versión 25

**Se considera adaptable al cambio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	33	22,0	22,0	22,0
	Si	117	78,0	78,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Toma la iniciativa ante situaciones complejas nuevas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	32	21,3	21,3	21,3
	Si	118	78,7	78,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Planificación rigurosa de acciones concretas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	69	46,0	46,0	46,0
	Si	81	54,0	54,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Administra recursos de manera eficaz**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	32	21,3	21,3	21,3
	Si	118	78,7	78,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Estrategias para el desarrollo del negocio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	83	55,3	55,3	55,3
	Si	67	44,7	44,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

### Ideas innovadoras para el negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	48	32,0	32,0	32,0
	Si	102	68,0	68,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

### Arriesga sus recursos para la puesta en marcha

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	55	36,7	36,7	36,7
	Si	95	63,3	63,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

### El negocio posee ventajas competitivas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	39	26,0	26,0	26,0
	Si	111	74,0	74,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

### Ampliación de red de contactos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	25	16,7	16,7	16,7
	Si	125	83,3	83,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

### Buena relación con clientes y proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	12	8,0	8,0	8,0
	Si	138	92,0	92,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Matriz de Consistencia Lógica

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	
Factores del Emprendimiento Empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo 2019.	¿Qué factores determinan el Emprendimiento Empresarial de las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo 2019?	<b>General:</b>	Hi: Los factores que determinan el emprendimiento empresarial de mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019 son: oportunidad, necesidad y autonomía.	Emprendimiento Empresarial	Según Quesada (2007) define que el emprendimiento empresarial puede ser considerado como cualquier proyecto que lleva a cabo cada persona para iniciar un negocio o empresa, así también como el intentar ser auto-empleado.	Desarrollo en el que una persona lleva a cabo una idea de negocio a convertirse un proyecto hecho realidad, ya sea con bienes lucrativos o un bien social. El presente proyecto será medido mediante una encuesta que será aplicada a las mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires – Trujillo 2019.	Necesidad	Ingresos Económicos	NOMINAL	
		Establecer los factores que determinan el Emprendimiento Empresarial en mujeres entre las edades de 25 a 40 años de la localidad de Buenos Aires - Trujillo 2019						Barreras Financieras		
		<b>Específicos:</b>					1. Determinar si las mujeres emprenden por oportunidad. 2. Determinar si las mujeres emprenden por Necesidad.	Oportunidad		Iniciativas
		3. Determinar si las mujeres emprenden por Autonomía.								Barreras Sociales
								Autonomía		Independencia personal
										Crear algo propio

Nota: Elaboración Propia

## Anexo N° 2: BASE DE DATOS

N° ENCUESTADA	EDAD	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21
1	30	A	F	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	9	I	D	A	E	P	D	PE
2	26	A	F	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	9	LH	OP	A	D	C	D	PF
3	40	B	F	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	8	MI	OP	A	D	C	D	PF
4	26	C	P	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	7	SR	OP	A	D	C	D	PF
5	33	B	P	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	E	OP	A	I	C	D	PF
6	39	A	F	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	7	E	C	A	D	C	D	PF
7	25	A	P	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	E	L	A	D	C	D	PF
8	30	A	P	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	I	L	A	D	P	D	PF
9	28	C	F	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	7	I	L	A	I	S	D	PF
10	35	A	F	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	8	I	OP	D	D	S	D	PF
11	32	A	F	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	5	I	L	D	E	S	D	PF
12	26	A	P	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	8	MI	OP	D	S	C	D	PF
13	25	A	P	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	9	MI	L	E	D	C	D	PF
14	34	D	P	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	10	MI	OP	D	D	C	T	PF
15	40	D	P	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	7	MI	CP	E	D	P	T	PF
16	38	A	P	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	7	E	CP	E	D	P	T	PF
17	27	C	P	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	6	MI	D	A	I	P	R	IP
18	30	A	F	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	8	MI	D	OR	I	P	R	IP
19	32	A	P	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	10	I	D	OR	I	S	R	IP
20	39	B	F	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	7	LH	D	OR	I	C	D	PF
21	35	B	P	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	7	E	OP	OR	I	C	D	PF
22	38	B	P	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	4	E	OP	A	I	C	D	IP
23	28	C	P	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	8	E	OP	A	I	C	D	IP
24	29	D	P	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	9	MI	C	A	E	P	D	IP
25	38	A	P	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	8	MI	C	A	E	P	D	IP

26	28	A	F	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	5	MI	L	A	E	P	D	IP
27	30	B	F	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	5	I	CP	D	E	S	R	IP
28	25	B	F	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	4	E	L	D	E	S	T	IP
29	40	B	F	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	I	CP	I	E	P	T	IP
30	39	C	P	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	LH	L	I	D	P	D	IP
31	39	D	F	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	6	MI	L	E	D	C	D	IP
32	26	D	P	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	7	MI	L	D	I	C	D	IP
33	28	C	P	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	9	MI	OP	I	D	C	D	IP
34	32	C	P	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	SR	OP	E	E	C	D	IP
35	38	A	F	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	7	I	OP	OR	E	C	D	IP
36	25	B	P	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	E	OP	A	E	P	D	IP
37	29	D	P	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	E	L	A	I	P	T	IP
38	33	B	F	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	E	L	A	E	S	R	IP
39	36	B	F	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	MI	L	OR	E	S	D	IP
40	39	A	F	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	8	E	L	D	E	P	D	IP
41	29	A	P	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	7	MI	OP	OR	D	P	D	PF
42	31	B	P	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	MI	L	A	E	P	D	PF
43	36	B	P	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	8	MI	C	A	E	P	D	PE
44	39	A	P	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	9	I	D	A	D	C	D	PE
45	27	C	F	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	8	SR	OP	A	D	C	T	IP
46	34	C	P	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	8	LH	D	A	D	C	R	IP
47	37	C	P	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	7	I	D	A	D	C	R	IP
48	30	A	F	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	9	MI	D	A	I	C	R	PF
49	40	A	F	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	10	MI	CP	A	I	P	T	IP
50	38	B	P	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	MI	L	A	E	C	T	PE

### Anexo N° 3: FICHAS DE VALIDACIÓN

#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Guillermo Páez Arias Peregona, titular  
del DNI. N° 18092301, de profesión  
CONTADOR PÚBLICO, ejerciendo  
actualmente como DTC., en la  
Institución UCU.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 24 días del mes de Junio del 2019

  
Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilfredo Santiago Bocanegra Merino, titular  
del DNI. N° 40628476, de profesión  
Ingeniero Industrial, ejerciendo  
actualmente como DTC, en la  
Institución UV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

\_\_\_\_\_  
Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 27 días del mes de junio del 2019

  
\_\_\_\_\_  
Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jose A Cuevas Ranz, titular  
del DNI. N° 80396738, de profesión  
Licenciado en Administración, ejerciendo  
actualmente como coordinador de Administración, en la  
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			/	
Amplitud de contenido			/	
Redacción de los Ítems			/	
Claridad y precisión			/	
Pertinencia			/	

En Trujillo, a los 21 días del mes de Junio del 2019.

  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Ciro Talladares Landa, titular del DNI. N° 18137683, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la Institución Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en \_\_\_\_\_.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 29 días del mes de Noviembre del 2019



Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Lita Karina Cervantes Mendoza, titular del DNI. N° 18173329, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente Tiempo Completo, en la Institución Universidad Cesar Vallejo

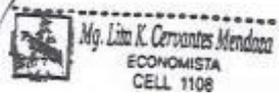
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 04 días del mes de Diciembre del 2019

  
Firma



## Anexo N° 4: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

