



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

## **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

“la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.**

**Autora:**

RODRIGUEZ NORIEGA, Lila Atenas.

**Asesor:**

Dr. DIAZ SAUCEDO, Antonio.

**Línea de investigación:**

Gestión del talento humano.

**LIMA- PERÚ**

**Año 2017**

## PÁGINA DEL JURADO

-----  
Presidente

Dr. Dávila Arenaza, Víctor.

-----  
Secretario

Dr. León Espinoza, Lessner.

-----  
Vocal

Dr. Díaz Saucedo, Antonio.

## **DEDICATORIA**

A mi raíz, la base fundamental de mi vida,  
mi maravillosa familia.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias Dios mío por permitirme vivir esta experiencia y por abrir las puertas que finalmente me condujeron a este momento, sin ti nada hubiera sido posible.

Mi profundo agradecimiento a todas aquellas personas que siempre creyeron en mí, gracias por cada palabra y gesto de aliento. El camino fue difícil, pero no imposible.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Lila Atenas Rodriguez Noriega, con DNI N° 44963392, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, Julio del 2017.

.....

**Lila Atenas Rodriguez Noriega.**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Lila Atenas Rodriguez Noriega.

# Índice

<b>PÁGINA DEL JURADO</b> .....	ii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iv
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	v
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>I. INTRODUCCION</b> .....	xii
1.1 Realidad Problemática.....	14
1.2 Trabajos previos.....	17
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	20
1.3.1 Teorías científicas .....	20
1.3.2 Teorías relacionadas con la variable intraemprendimiento femenino. ....	23
1.3.3 Teorías relacionadas con la variable competitividad empresarial.....	25
1.4 Formulación del problema .....	28
1.4.1 Problema general.....	28
1.4.2 Problemas específicos.....	28
1.5 Justificación del estudio.....	28
1.6 Hipótesis .....	29
1.6.1 Hipótesis general.....	29
1.6.2 Hipótesis específicas.....	30
1.7 Objetivo .....	30
1.7.1 Objetivo general.....	30
1.7.2 Objetivos específicos.....	30
<b>II. MÉTODO</b> .....	32
2.1 Diseño de investigación.....	32
2.2 Variables y operacionalización.....	32
2.3 Población y muestra .....	37
2.3.1 Población .....	37
2.3.2 Muestra.....	37
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
2.4.1 Técnicas .....	37
2.4.2 Instrumento .....	37

2.4.3	Validez.....	37
2.4.4	Confiabilidad.....	38
2.5	Métodos de análisis de datos.....	39
2.6	Aspectos éticos.....	40
III.	RESULTADOS.....	42
3.1	Tablas de frecuencias.....	42
3.2	Prueba de hipótesis.....	46
3.2.1	Hipótesis de correlación de variables.....	46
3.2.2	Regresión lineal de hipótesis general.....	47
3.2.3	Regresión Multilineal.....	51
3.2.4	Regresión lineal de la hipótesis específica 1.....	52
3.2.5	Regresión lineal de la hipótesis específica 2.....	55
IV.	DISCUSIÓN.....	60
4.1	Discusión por objetivos.....	60
4.2	Discusión por teorías.....	60
4.3	Discusión por metodología.....	62
4.4	Discusión por resultados.....	63
4.5	Discusión por conclusiones.....	64
V.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	72
VI.	ANEXOS.....	77
	ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos.....	77
	ANEXO 2: Matriz de consistencia.....	79
	ANEXO 3: Validez de instrumento por juicio de expertos.....	80
	ANEXO 4: Base de datos prueba piloto SPSS.....	84
	ANEXO 5: Instrumento de recolección de datos- evidencia.....	86
	ANEXO 6: Acta de coincidencias- Turnitin.....	88

## Índice de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables.....	36
Tabla 2: Prueba de confiabilidad.....	38
Tabla 3: Alfa de Cronbach. ....	39
Tabla 4: Medidas descriptivas de las variables. ....	42
Tabla 5: Variable Medida de Intraemprendimiento femenino .....	43
Tabla 6: Dimensión Actitud del emprendedor. ....	43
Tabla 7: Dimensión Capacidad interpersonal.....	43
Tabla 8: Variable Medida de Competitividad empresarial. ....	44
Tabla 9: Dimensión Eficacia operativa. ....	44
Tabla 10: Dimensión Recursos intangibles. ....	45
Tabla 11: Resultados de la correlación de Pearson entre las variables. ....	46
Tabla 12: Coeficiente de correlación de Pearson.....	47
Tabla 13: Cuadro de Resumen de modelo.....	47
Tabla 14: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y la Competitividad. ....	48
Tabla 15: Cuadro de Coeficientes.....	49
Tabla 16: Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal. ....	50
Tabla 17: Cuadro de Resumen de Modelo.....	51
Tabla 18: Cuadro de Coeficientes de la Ecuación de Regresión Multilineal. ....	51
Tabla 19: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y la Eficacia Operativa. ....	53
Tabla 20: Cuadro de Coeficientes de la Regresión Lineal.....	54
Tabla 21: Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal. ....	55
Tabla 22: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y los Recursos Intangibles. .....	56
Tabla 23: Cuadro de Coeficientes de la Regresión Lineal.....	57
Tabla 24: Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal. ....	58

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación lleva por título “La influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana, 2017”. El objetivo principal fue determinar la influencia del intraemprendimiento de la mujer trabajadora en el desarrollo de la competitividad empresarial. Para ello se trabajó con la población de la empresa Perú Money S.A.C en la provincia de Lima Metropolitana, que estuvo representada por 50 colaboradores entre varones y mujeres. La muestra estuvo conformada por 30 mujeres y se obtuvo aplicando la técnica del muestreo intencional, propio del muestreo no probabilístico. La metodología utilizada fue del tipo de investigación aplicada con diseño no experimental-transversal; además el nivel de investigación que se utilizó fue el explicativo-causal, ya que se trabajó con variables independientes y dependientes. Se usó el cuestionario como instrumento de recolección de datos y se aplicó la técnica de la encuesta sobre la muestra. Los datos fueron procesados utilizando el programa del SPSS Statistics v.22 y analizados por el método estadístico descriptivo-inferencial. La conclusión obtenida fue que si existe influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad empresarial, que las nuevas organizaciones tienen la obligación de generar nuevas políticas internas que promuevan la cultura del intraemprendimiento tanto como la participación del talento humano en la generación de estrategias que permitan una mejor actuación de la organización en el mercado global.

**PALABRAS CLAVES:** Intraemprendimiento, competitividad, cultura, mujer.

## **ABSTRACT**

The current research is titled “The influence of female intrapreneurship in the competitiveness of the Peru Money S.A.C, Metropolitan Lima 2017”. The main objective was to determine the influence of worker woman intrapreneurship in the business competitiveness development. For that, the population considered for this study corresponds the collaborators of the company Peru Money S.A.C in the Metropolitan Lima province, which was represented by 50 collaborators between men and women. The sample was conformed by 30 women, which was obtained by applying the intentional sampling technique, corresponding to the non-probabilistic sampling. In order conduct this research, the applied research methodology of non-experimental cross-sectional design was used. In addition, the explanatory-causal level was used in this research, because this research considers independent and dependent variables. To collect the data, a questionnaire was used as an instrument, and the technique of the sample survey was applied. The data were processed using the statistical software SPSS v.22 and analyzed by the descriptive-inferential statistical method. Finally as a conclusion, the influence of the female intrapreneurship in business competitiveness was verified. Besides, that new organizations have the obligation to generate new internal policies to promote the intrapreneurship culture as well as the participation of human talent in the generation of strategies that allow a better performance of the organization in the global market.

**KEY WORDS:** Intrapreneurship, competitiveness, culture, woman.

# **I. INTRODUCCION**

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como finalidad, determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad empresarial, además de determinar cómo es que influye el intraemprendimiento en la eficacia operativa y los recursos intangibles de la organización para que esta sea más competitiva en el mercado y frente a sus competidores.

A pesar de la poca existencia de artículos e investigaciones referentes al tema, se quiso contribuir con la elaboración de esta tesis, para poder brindar interrogantes que fomenten nuevas investigaciones, considerando estas variables de estudio.

La presente investigación está estructurada de la siguiente forma:

El primer capítulo comprende la realidad problemática, los trabajos previos o investigaciones semejantes al tema de investigación que servirán como antecedentes. En este capítulo, también se desarrollan las teorías relacionadas con las variables utilizadas, estas teorías están comprendidas por teorías científicas, definiciones e importancia de cada variable. Del mismo modo, se formularon los problemas de investigación, los objetivos generales y específicos, la justificación de la investigación y las hipótesis del estudio.

El segundo capítulo presenta el desarrollo de la metodología de investigación basándose en el tipo, nivel, diseño de investigación, así como la población que se seleccionó para desarrollar el trabajo de investigación. Además, en este capítulo, se especifica el tipo de muestreo que se empleó para la selección de la muestra, la técnica y el instrumento de recolección de datos,

En el tercer capítulo, se encontrará todos los procesos estadísticos que se realizó para determinar si se llegan a cumplir los objetivos e hipótesis de esta investigación. El análisis utilizando obedece a un método de estadística descriptiva e inferencial.

Finalmente, en este trabajo de investigación, se podrá encontrar la discusión, las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos.

## 1.1 Realidad Problemática

Es innegable que las mujeres han ido tomando protagonismo en el desarrollo de la economía, ya sea impulsando cambios en una organización o creando una nueva empresa. En ambos casos, las mujeres han logrado aprovechar las oportunidades que se les han presentado para obtener desarrollo, tanto para sí mismas, como para las organizaciones a las que han pertenecido.

El Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo y Fomento, en el año 2010, estimaban que las mujeres, en los últimos 20 años, crecieron en participación económica, llegando a conformar aproximadamente, el 57% de la fuerza laboral profesional en América Latina y el Caribe. Según la OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) y de acuerdo a un análisis de relación entre el crecimiento económico de América Latina y el Caribe con las actividades productivas y administrativas de las mujeres, indicaron que la actividad femenina podría obtener resultados altamente positivos en la economía, siempre y cuando estas actividades sean promovidas y respaldadas por el Estado y las organizaciones.

Sin embargo, todo acto de emprendimiento por parte de las mujeres se ha visto limitado por la existencia de barreras que se vienen arrastrando desde tiempos remotos, como la carencia de oportunidades para ascender a los cargos de mayor responsabilidad en las empresas; la existencia de estructuras organizacionales masculinizadas que han estigmatizado la imagen de la mujer y las han hecho ver como personas “emocionales” e incapaces de tomar decisiones de éxito; la falta de programas y políticas de apoyo por parte de las entidades gubernamentales, el escaso manejo de información y definiciones a las actividades propiamente ejercidas por las mujeres en el sector económico y social, los roles de género que limitan el desarrollo y que obligan a las mujeres a responsabilizarse del cuidado del hogar, la inexistencia de mecanismos organizacionales que permitan el desarrollo de las mujeres y respalden la ejecución de proyectos con autonomía dentro de las empresas.

Aunque muchas organizaciones han presentado y siguen presentando estas brechas, existen empresas como 3M, Google y Apple. Estas compañías han logrado fomentar, mediante políticas y normas institucionales, la cultura del intraemprendimiento de los colaboradores, en especial de las mujeres. Esto ha

permitido que estas organizaciones obtengan resultados positivos y ventajas competitivas dentro del mercado, sólo por haber desarrollado una estructura organizacional que fomenta el emprendimiento del talento humano dentro de sus instituciones, brindándoles autonomía y respaldo para que generen valor agregado, desarrollen nuevas ideas y busquen soluciones a los problemas que puedan suceder en los procesos.

La revista INC ha generado anualmente un ranking de las empresas privadas con mayor crecimiento en Estados Unidos. Los resultados obtenidos demostraron que sólo el 5% de estas empresas encontraron oportunidades de crecimiento dentro de sí mismas, esto sólo por implementar políticas de desarrollo, apoyando las ideas de sus colaboradores que muestran emprendimiento organizacional. La mayoría de empresas que no alcanzaron crecimiento, no tenían desarrolladas políticas que fomenten el intraemprendimiento, ya que consideraron que los planteamientos de innovación de sus empleados no generarían ningún beneficio a la empresa. El resultado, según Fortune500, fue que el 80% de estas empresas quebraron por no encontrar oportunidades y ventajas que los diferencien de la competencia. Parece absurdo, pero las empresas en la actualidad pierden competitividad por no optimizar su recurso humano, sólo por mantener paradigmas y viejos modelos económicos.

Por su parte, el Banco Central de Reserva del Perú indica que la competitividad del país ha venido registrando un déficit desde los años 2008 y 2012, debido a diversos factores como poseer una estructura industrial que sólo se concentra en la explotación de los recursos naturales, carecer de políticas que permitan integrar y desarrollar el capital humano sin desigualdad de oportunidades. Ante esto, debemos recordar que la mujer peruana desde siempre ha tenido un papel importante en la economía del país. El INEI, en su último informe, enfatizó que las mujeres han incrementado la constitución de nuevas empresas y el registro como persona natural con una participación del 55.4% en el último trimestre del año 2016. Pese a tener una tasa de participación y crecimiento bastante alta, las empresas emprendidas por las mujeres no cuentan con un buen pronóstico de supervivencia y competencia en el mercado, a diferencia de sus pares varones. Asimismo, cabe señalar que las mujeres que forman nuevas empresas, en su mayoría son aquellas que no han encontrado oportunidades de desarrollo en las organizaciones a las que

antes pertenecían y se han visto en la necesidad de generar sus propios ingresos para poder obtener desarrollo por sí mismas.

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo mencionó que en los últimos 10 años, el sector público ha incrementado la inserción de mujeres profesionales en un 40% y el sector privado ha registrado la presencia de un 30% de mujeres ejerciendo actividades laborales profesionales. El problema saltante entre la información brindada por el INEI y el MTPE, es que seguimos creyendo que debemos fomentar sólo la empleabilidad sin mejorar las políticas dentro de las organizaciones; políticas que fomenten oportunidades para retener a los buenos colaboradores dentro de sí mismas. Great Place to Work, realizó el primer Ranking de los mejores lugares de trabajo para mujeres 2017 en Perú, fueron 158,000 trabajadores de 167 empresas quienes participaron. Los resultados indicaron que las empresas que ocuparon los primeros puestos asumen la importancia de retener a las ejecutivas que presenten un alto potencial intraempresarial, ya que eso implica la oportunidad de adquirir nuevas ventajas competitivas y ello, beneficios para la empresa. Pese a estos resultados, el diario Gestión (07 de Marzo del 2017) indicó que el Perú aún presenta la segunda brecha de género más alta en América del Sur,, pese a que se han realizado pequeños aportes para revertir este problema no han sido suficientes, ya que aún no hemos presentado una visión más clara y objetiva para solucionarlo. Por otro lado, la baja competitividad nacional, las altas tasas de fracasos en las micro y pequeñas empresas, la alta rotación del personal en las organizaciones del país y la falta de oportunidades para el recurso humano femenino, han permitido la observación de modelos y estudios que han sugerido el desarrollo de la cultura intraempresarial para la solución de los problemas económicos y sociales del país. Naciones como Argentina, Colombia, España, Estados Unidos y Canadá se han interesado en abordar el tema del intraemprendimiento para la generación de bienestar organizacional y social. Pese a estos alcances, el Perú ha seguido aferrándose en seguir una sola dirección.

Tomando en consideración este problema, el presente trabajo de investigación se desarrolló en la empresa Perú Money S.A.C, el cual es una entidad que se dedica al intercambio de divisas y giros nacionales e internacionales, además es una organización que trabaja con la franquicia de Wester Union. Esta empresa cuenta con un grupo importante de colaboradores a nivel nacional y cabe resaltar que su

expansión en el mercado ha sido muy rápida en los últimos años, debido a que presenta una mejor calidad en el servicio y herramientas que facilitan sus procesos a diferencia de su competencia directa, MoneyGram; además presenta una mejor cotización por monedas extranjeras a diferencia de las entidades bancarias. Esta investigación buscará determinar si existe influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana-2017.

## 1.2 Trabajos previos

**Irizar y Varela (2011)** en su artículo científico “Factores de éxito y fracaso de los intraemprendimientos de las empresas de Mondragón en España y de Ibagué en Colombia” tuvieron como propósito dar a conocer los factores de éxito y fracaso identificados en las distintas empresas del Grupo Mondragón de España, y de las empresas de la ciudad de Ibagué, en Tolima, Colombia. La metodología a seguir fue fundamentada a partir del conocimiento teórico, y las experiencias prácticas que se llevan a cabo en dichas empresas. Se llevó a cabo una investigación cualitativa en las empresas del Grupo Mondragón y las empresas de Ibagué, que posibilita aprender de sus experiencias y prácticas intraempreendedoras.

Luego de analizarse veinticuatro empresas, los resultados del trabajo de investigación reflejan la existencia de diferentes aspectos, que pueden afectar de forma positiva o negativa los intraemprendimientos en las empresas estudiadas.

**García, Madrid y García (2012)** en su artículo científico “El efecto del género y la cultura intraemprendedora en el rendimiento organizacional Pymes de Murcia-España” establecieron como objetivo general identificar el efecto del género en el rendimiento y como la cultura intraemprendedora mejora el rendimiento organizacional. Asimismo, los autores emplearon la investigación cuantitativa y un diseño de investigación no experimental, se ubicó en el nivel de investigación explicativo- descriptivo. Utilizaron una muestra compuesta por 600 Pymes de la región de Murcia, de las cuales 544 eran gestionadas por hombres y 56 eran

gestionadas por mujeres. El diseño de la muestra se basa en un muestreo estratificado en poblaciones finitas

Finalmente, concluyen en que los hombres gerentes impulsan un mayor rendimiento de sistemas abiertos y procesos racionales. No obstante, el rendimiento de relaciones humanas no resulta significativo en función del género del gerente. Asimismo recomiendan fomentar una cultura intraemprededora que permita un rendimiento sostenido.

**Gálvez y García (2011)** en su artículo científico “Impacto de la cultura intraemprededora en el rendimiento de las MIPYME del sector turístico colombiano: Un estudio empírico- Colombia 2011” establecieron como objetivo verificar empíricamente la relación entre la cultura intraemprededora y el rendimiento de las empresas. Para ello se realizó un estudio empírico con una muestra de 68 MIPYME del sector turístico de Colombia. Los resultados muestran que las prácticas asociadas al intraemprendimiento, en especial el trabajo en equipo, el soporte de la gerencia y la flexibilidad de la estructura corporativa, influyen positivamente sobre el rendimiento de estas organizaciones. Los hallazgos tienen implicaciones para los empresarios y gerentes, ya que les permiten comprobar la utilidad de la cultura intraemprededora para el éxito y competitividad de sus empresas; de igual manera, al sector público y a la academia les muestra la importancia de impulsar programas de formación en el campo del emprendimiento corporativo.

**Urbina (2014)** es su tesis de licenciatura “Capital humano y su influencia en la competitividad de las empresas hoteleras de tres estrellas en el distrito de Trujillo de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú 2014”, estableció el objetivo general de determinar la influencia del capital humano en la competitividad de las empresas hoteleras de tres estrellas en el distrito de Trujillo al año 2014. Para alcanzar este objetivo empleó los conceptos de Chiavenato, Willian y Keith para describir el capital humano y los elementos esenciales que lo determinan, así como los conceptos dichos por Michael Porter en donde describe a la competitividad.

Asimismo, el autor empleó la investigación cuantitativa y un diseño de investigación no experimental, se ubicó en el nivel de investigación explicativo- descriptivo.

Finalmente, concluyó que el capital humano es el principal factor que diferencia a la empresa de su competencia y lo vuelve más competitivo en el mercado, para ello se requiere capacitación, incentivos y motivación. Además, determinó que la influencia del capital humano aumenta la competitividad de las empresas de manera directa.

**Almeyda, Ipanaque, Paredes y Pongo (2016)** en su tesis de magister “Determinantes de la satisfacción laboral de las mujeres ejecutivas en Lima Metropolitana de la Escuela de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima- Perú 2016”, tuvieron el propósito de identificar los determinantes de satisfacción laboral de las mujeres ejecutivas en Lima Metropolitana, la perspectiva del empleador e identificar cuáles eran las estrategias a emplear para incrementar la satisfacción laboral.

La investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo y el nivel de la investigación fue descriptivo, el estudio se realizó en Lima Metropolitana, sólo a mujeres que desempeñaban cargos ejecutivos en medianas y grandes empresas.

El desarrollo de la investigación se realizó considerando el marco conceptual a Kim (citado por Saifuddin, Allah, Farzand & Muhammad, 2012) quien indicó que la teoría de Herzberg es el modelo más útil para estudiar la satisfacción laboral.

Como resultado de la investigación, se llegó a importantes conclusiones las cuales están divididas entre la percepción de la mujer, las conclusiones desde la perspectiva del empleador; siendo lo más resaltante que se ratificó que los factores intrínsecos de Herzberg son realmente percibidos como determinantes de satisfacción laboral y que también existen factores extrínsecos que son valorados por las mujeres ejecutivas y que los empleadores a su vez, perciben a los factores extrínsecos e intrínsecos como determinantes de satisfacción laboral de las mujeres ejecutivas.

**Toledo (2016)** en su tesis de magister “Estilos de liderazgo de las mujeres emprendedoras de Lima Metropolitana de la Escuela de Postgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima- Perú 2016”, tuvieron el propósito de identificar

el estilo de liderazgo predominante en las mujeres emprendedoras de Lima Metropolitana en el Perú mediante la descripción cualitativa de sus características demográficas; sus antecedentes educativos, familiares y laborales; sus tipos de empresas; sus habilidades administrativas; motivaciones a convertirse en empresarias y relaciones interpersonales. El diseño del estudio fue no experimental, con nivel de investigación descriptivo y utilizaron el enfoque cualitativo que se basa en la entrevista de 18 mujeres emprendedoras de Lima Metropolitana en el Perú. Los resultados mostraron que las mujeres empresarias tienden al estilo de liderazgo transformacional y tienden al emprendimiento motivadas por la necesidad, para lograr independencia y tener mayor disponibilidad de tiempo. Además, se concluye que el liderazgo transformacional es desarrollado de manera natural en las mujeres emprendedoras que son motivadas por la oportunidad. Las características personales de las mujeres emprendedoras, dependen del contexto y sus experiencias; sin embargo, se podrían indicar: (a) capacidad para aprender, (b) buenas relaciones interpersonales, (c) buen nivel de comunicación, (d) responsabilidad, (e) actitud positiva y (f) carácter.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Teorías científicas**

##### **Teoría de los dos factores de Herzberg.**

Frederick Herzberg fue uno de los exponentes más destacados de la corriente de la teoría del comportamiento de la administración, ya que se enfocó en el campo de la motivación humana, realizando la Teoría de los dos factores, los cuales fueron:

Los factores higiénicos o factores extrínsecos: Estos factores pueden ser premios e incentivos salariales, beneficios sociales, tipo de liderazgo, supervisión, ambiente de trabajo y políticas organizacionales que permitan el estímulo del personal. (Chiavenato, 2004, p.286).

Según la investigación de Herzberg, los factores extrínsecos sólo evitan la insatisfacción laboral de los colaboradores, por lo que si estos factores son excelentes, no llegan a mantener la satisfacción laboral de los empleados por

mucho tiempo. En ese caso, se puede decir que estos factores son sólo medidas preventivas que se utilizan para disminuir la insatisfacción laboral.

*Factores motivacionales o factores intrínsecos*: Estos factores provienen y están bajo el dominio del colaborador, puesto que se relaciona con sus actividades y tareas que desempeña. En este grupo sobresalen el reconocimiento profesional, la autorrealización, el crecimiento personal y están ligadas a las funciones que el colaborador realice dentro de la organización. (Chiavenato, 2004, p.286).

Considerando lo dicho por Herzberg, se puede acotar que los departamentos y funciones organizacionales fueron creadas y asumidas para generar eficiencia y el mayor crecimiento económico. Sin embargo, se han ido eliminando la creatividad y el reto personal de los colaboradores. Esto trae consigo un efecto de desmotivación que se manifiesta con desinterés y poco compromiso del trabajador hacia la empresa.

Chiavenato (2004) indica que:

“(...) Lo opuesto de la satisfacción profesional no es la insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción profesional. También lo opuesto de la insatisfacción profesional es su ausencia y no la satisfacción. (...) Para proporcionar motivación en el trabajo se propone el enriquecimiento del cargo mediante tareas complejas para acompañar el crecimiento individual de cada empleado, ofreciéndoles condiciones de desafío y de satisfacción profesional en el cargo” (p. 288).

Este punto coincide perfectamente con la estimulación que deben tener los intraemprendedores por parte de la gerencia, porque no sólo es la retribución económica, sino el tener que proporcionarles al personal desafíos y hacerlos parte de los cambios de manera directa.

### **Teoría de recursos y capacidades.**

La teoría de recursos y capacidades fue emprendida por Alfred Chandler en la década de los ochenta centrándose en analizar los recursos y las capacidades de las organizaciones para poder generar estrategias competitivas.

Según Escandón y Arias (2011) refieren que:

“Esta perspectiva se caracteriza por considerar que son los recursos y capacidades distintivas de las empresas, las que permiten generar condiciones para enfrentar una competencia y así lograr un exitoso desempeño económico. Esta perspectiva explica la competitividad desde el punto de vista de los recursos de las empresas que permiten generarla, ya que desarrollan mecanismos para optimizarlos y de esa manera, enfrentar a la competencia” (p. 169).

Los recursos y capacidades resultan ser los ejes principales para que una empresa pueda iniciar las estrategias y con ello, establecer ventajas que lo lleven a desenvolverse de manera óptima en el mercado. Cabe señalar que las organizaciones siempre serán heterogéneas, debido a los recursos y capacidades que posean, estos serán determinantes de diferenciación de la competencia. Asimismo, la movilización y disponibilidad de los recursos y capacidades de una empresa, será distinta al de otra organización. En suma, la heterogeneidad y la movilidad imperfecta son los que explican el rendimiento financiero de las organizaciones. (Escandón y Arias, 2011, p. 169).

Arias y Peña (2010) señalan que: “(...) la mayor generación de riqueza de una empresa se explica por su superioridad en cuanto a los recursos y capacidades construidos, ya que le dan ventaja competitiva sostenible frente a sus competidores” (p.170).

Cuando la organización posee distintos recursos, estos deben ser facilitadores en la generación de competitividad. Para ello, los recursos deben ser únicos, escasos, difíciles de conseguir y de imitar. Si la empresa es capaz de conseguir estas características, automáticamente las demás compañías tendrán serias dificultades de imitar o implementar la misma estrategia para aprovechar las oportunidades del mercado. Es allí donde hablamos de una ventaja competitiva. (Barney, 1991; citado por Cardona, 2011, p. 132).

Los recursos suelen dividirse en activos tangibles y en recursos intangibles, siendo estos últimos los que tienen mayor relevancia en las empresas cuando se integran con las capacidades organizacionales.

Sin embargo, Cardona (2011) señala que:

“(…) son pocas las organizaciones que logran identificar y valorar adecuadamente a los activos intangibles, porque contablemente, las inversiones de esta clase de activos que generan impacto en los resultados de la empresa en el largo plazo, se registran como gastos, tal como sucede con las erogaciones en investigación y desarrollo, formación del recurso humano, publicidad y posicionamiento de marca, entre otros”. (p. 125).

Los recursos intangibles suelen ser el valor de la marca, la reputación de la organización frente a sus redes o relaciones con sus clientes, la propiedad intelectual generada por la innovación, la calidad de los productos, la cultura organizacional, entre otros. (Cardona, 2011, p. 126)

De todos los recursos que puedan contar las organizaciones, el recurso humano es considerado un recurso intangible por excelencia, ya que reúne el conocimiento y las capacidades de maneras distintas. Por lo tanto, resulta ser un ente integrador y generador de habilidades. Los conocimientos que haya adquirido un individuo, hacen que sus capacidades se incrementen y como consecuencia, tienen un efecto positivo en la competitividad empresarial. (Escandón y Arias, 2011, p. 169).

### **1.3.2 Teorías relacionadas con la variable intraemprendimiento femenino.**

#### **Definición.**

En general, el emprendimiento es una palabra que ha sido relacionada con las capacidades empresariales. Es un término que deriva del vocablo francés *entreprendre* que significa *emprender* y hace referencia a aquella persona que trabaja individualmente o que lidera un equipo de trabajo, asumiendo riesgos para obtener beneficios. (Hisrich y Antoncic 1990, citado por Prada, Acosta y Garzón, 2016).

Existen diversos autores que definen el término indicando que el emprendedor es aquel que identifica una oportunidad y la persigue, creando una organización para que alcance capacidades que lo diferencien de la competencia. Sin embargo, hablar de emprendimiento no solo es centrarse en la generación de nuevas empresas, sino que es posible emprender dentro de una empresa ya establecida. (Giufra., s.f., p.18).

Pinchot (1985, citado por Trujillo y Guzmán, 2008) ha sido considerado pionero en utilizar el término *intrapreneur* o intraemprendimiento, refiriéndose de la siguiente manera: "(...) a través de los individuos en el interior de las organizaciones, con las características que siempre fueron atribuidas a los empresarios, se introducen y producen nuevos productos, procesos y servicios generando el cambio y la evolución de la organización" (p. 40).

Según Drucker (1986, citado por Trujillo y Guzmán, 2008): "La gerencia como disciplina, puede ser ejercida no sólo por los propietarios, sino por los empleados especializados, quienes apalancados en procesos de innovación contribuyen al desarrollo económico de las empresas" (p. 39).

Basándonos en las citas referidas por los autores, podemos decir que el emprendimiento interno o intraemprendimiento es aquella actividad emprendedora que es llevada a cabo por personas que persiguen oportunidades dentro de una organización ya existente. (Trujillo y Guzmán, 2008, p.40).

Por consiguiente, se puede decir que el intraemprendimiento femenino es aquella actividad que ejercen las mujeres trabajadoras dentro de las organizaciones a las que pertenecen, identificando oportunidades de desarrollo, mejorando procesos, aportando ideas innovadoras y desarrollando nuevas políticas que permitan un avance corporativo y un crecimiento personal.

### **Importancia del intraemprendimiento en la organización.**

Stopford & Baden- Fuller (1990, citados por Trujillo y Guzmán, 2008) indicaron que: "(...) el intraemprendimiento rejuvenece a la organización existente, ya que genera un impacto externo e interno favorable, debido a la innovación en los procesos desarrollados por la empresa, lo cual lo renueva" (p.41).

Por otro lado, desarrollar una cultura intraemprendedora en las organizaciones puede marcar una gran diferenciación en el mercado, ya que el intraemprendimiento está centrado en las iniciativas independientes de los colaboradores, el cual tiene un impacto positivo y significativo en el comportamiento general de la organización, manifestándose en el incremento de la productividad, mejoras en la cultura organizacional, el desempeño y rendimiento para los inversionistas. (Garzón, 2016, p. 3-4).

A pesar del gran impacto positivo que manifiesta el intraemprededor, en muchas ocasiones no es valorado por las personas que asumen la dirección de las organizaciones, ya que no establecen políticas que fomenten las actividades emprendedoras de sus colaboradores. (Trujillo y Guzmán, 2008, 42).

Asimismo, tener una cultura intraemprededora en la organización no sólo va a favorecer a la empresa con la obtención de beneficios, sino que puede resultar ser una estrategia natural para retener a los talentos que promueven estos cambios, generándoles crecimiento personal y profesional. (Giufra, 2007, p. 18).

Para ello Giufra (2007) hizo referencia de considerar tres niveles dentro de las organizaciones:

“(…) la tarea del directivo será convertir la estructura actual en una fuente generadora de emprendimiento interno (...); el personal de staff deberá convertirse en mentor con liderazgo, en vez de controlador administrativo; y finalmente la dirección debe encargarse de consolidar el marco de trabajo de la organización a través de la difusión de los valores, en lugar de la búsqueda sistémica del contenido estratégico de la misma” (p. 20).

Es importante considerar la reestructuración de políticas organizacionales que integren y que puedan fomentar en los colaboradores las iniciativas de identificar oportunidades a través de las necesidades insatisfechas de los clientes externos e internos; asimismo, identificar a aquellos talentos que presenten condiciones intraemprededoras para empoderarlos y con ello, asegurar el progreso de la empresa sin caer en la desigualdad y en la subestimación del recurso humano, ya sea hombre o mujer.

### **1.3.3 Teorías relacionadas con la variable competitividad empresarial.**

#### **Definición.**

Chiavenato (2004) refiere que: “La competitividad es la capacidad que desarrolla una organización para enfrentarse a la competencia en un ambiente dinámico y cambiante” (p. 170).

Asimismo, la competitividad es aquella capacidad de combinar factores como la calidad, diseño del producto, precio y tiempo de entrega para satisfacer las necesidades de los clientes. De esa manera, convertir a la organización en un ente

confiable y distinto de aquellos que oferten productos similares (Camarena y Saavedra, 2015, p. 72).

La competitividad puede verse desde diferentes perspectivas, el enfoque macroeconómico mide los pilares de cada país como las instituciones, infraestructura, salud, educación, eficiencia gubernamental, entre otros. Sin embargo Porter (1990; citado por Lombana y Rozas, 2009) indica que: “Las condiciones macroeconómicas dan las oportunidades, pero son las empresas las que crean bienes y servicios con valor agregado usando métodos eficientes. Solamente de esta forma, una nación puede mantener altos salarios y atractivos retornos de capital para apoyar una inversión sostenida” (p. 11)

Ante ello, podemos ser conscientes del impacto que generan las organizaciones en la economía de un país; por lo tanto, resulta indispensable centrarnos en las estrategias empresariales, creando nuevos modelos que permitan mejorar los procesos y optimizar los recursos para reducir las brechas existentes en las organizaciones.

Por otro lado, es importante resaltar que la formulación de estrategias se realizan en dos etapas. Según Bourgeois (1980; citado por Olivares y Vaillant, 2013):

“(…) el primer nivel es la estrategia corporativa, mientras que en el segundo nivel están las estrategias de negocio, las cuales muestran cómo una empresa debe competir dentro de una industria o mercado” (p. 164).

En este caso, sólo nos centraremos en la organización, ya que según las elecciones o decisiones que tomen los altos directivos, se podrá hablar de actividades que promuevan y den valor a sus clientes. (Porter, 1996; citado por Olivares y Vaillant, 2013, p. 164).

### **Importancia de la mujer en el desarrollo de la competitividad empresarial.**

Frente a la globalización de la economía, todas las organizaciones buscan la manera más óptima de enfrentar todos los desafíos provenientes de su entorno y competencia. Para ello, el talento humano resulta ser determinante para lograr un alto rendimiento competitivo.

La fuerza laboral es la piedra angular de las organizaciones, ya que con ellos se podrán alcanzar riqueza, éxito y sobretodo excelencia laboral. Es por esa razón, que es importante promover una verdadera conciliación de los intereses empresariales con los intereses de los colaboradores, para que de esa manera se puedan alcanzar objetivos y con ello beneficios. (Del Pino, 2007, p. 2).

Es necesario que las organizaciones que siguen un modelo de cultura tradicional o conservador, empiecen a adoptar políticas más ágiles, flexibles y que se adapten a la alta oferta de recurso femenino, para que de esa manera, el papel de las mujeres ejecutivas sea determinante en la generación de estrategias y desarrollo organizacional.

Fischer en su teoría del feminismo social, destaca que las mujeres y los varones tienen enfoques diferentes, así como actitudes y valores. (Fischer et al, 1993; citado por Camarena y Saavedra, 2015, p. 72). Esto explicaría de alguna manera, las razones por las cuales siempre surgen diferencias entre el desempeño empresarial entre hombres y mujeres.

Por su parte, Olivares y Vaillant (2013) afirman que:

“Las mujeres innovan al proporcionar mucho poder a los clientes, tienen una comunicación muy cercana con ellos, permitiéndoles que transmitan de manera clara sus necesidades. (...) Esta constante comunicación es una estrategia competitiva, ya que con esta información se mejoran los productos y se crean nuevos y mejores productos y servicios” (p. 169).

Además, las mujeres tienen una visión más interna de la empresa, lo que le permite generar mayor bienestar y calidad en las relaciones internas como externas de la organización. (Bird y Brush, 2002; citado por Olivares y Vaillant, 2013, p. 169).

Por otro lado, se ha demostrado que las mujeres poseen un liderazgo distinto al de los varones, el cual le permite conciliar, empoderar y orientar las emociones de un equipo, llevándolos al objetivo. La mujer es un agente que propicia el trabajo conjunto, la integración y cohesión en los momentos críticos. Asimismo, son más democráticas, participativas y valoran mucho la adhesión y filiación. (Contreras et al, 2011, p. 188).

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Problema general.**

¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?

### **1.4.2 Problemas específicos.**

¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?

¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?

## **1.5 Justificación del estudio.**

El presente trabajo de investigación se elaboró para generar un nuevo aporte que servirá a las futuras investigaciones de los profesionales en las ciencias administrativas. Se buscó dar un enfoque más cercano del papel elemental que han desempeñado las mujeres emprendedoras por excelencia, dentro de las organizaciones que tiene el país y que no se está considerando como en otros países, ya que no existen suficientes materiales bibliográficos y de investigación que hayan entablado relaciones entre el intraemprendimiento de las mujeres en las organizaciones y cuál ha sido su aporte en la competitividad empresarial.

Es importante considerar que la relevancia de esta investigación está en proporcionar una mirada distinta al papel que ha desarrollado el recurso humano, en especial las mujeres, dentro de las organizaciones, y cómo es que han ido repercutiendo, no sólo en la competitividad de la empresa, sino en el mercado global. El intraemprendimiento ha permitido que diversas empresas en otros países, alcancen un incremento significativo en su competitividad; asimismo, eso ha permitido que muchos colaboradores encuentren oportunidades de desarrollo dentro de las organizaciones que poseen la cultura del intraemprendimiento, disminuyendo, de esa manera, la migración del talento humano y el fracaso

organizacional; además que ha permitido el incremento de los niveles de bienestar de la población en general, en especial el de la mujer.

Este tema de investigación también ha permitido observar que los buenos gerentes de las grandes empresas, aquellos que poseen cualidades emprendedoras, han logrado romper esquemas y renovar la estructuración de la gestión del talento humano. Los esquemas y modelos deben ser más versátiles, ajustados a la realidad en que vivimos, brindando equidad para mejorar los niveles de vida de los colaboradores y alentando sus ganas de desarrollo.

Los modelos que se siguen usando, impiden el buen desenvolvimiento de las mujeres emprendedoras dentro de las organizaciones, ya que su diseño se ajusta a un liderazgo más masculino. Sin duda, al mejorar estas estructuras masculinizadas, se reduciría la brecha de género que aún existe en nuestro país de manera considerable.

Por otro lado, esta investigación hace un llamado a las organizaciones en aprovechar las capacidades y habilidades de cada colaborador, independientemente del género, impulsándolo para que pueda desarrollar nuevas ideas, mejorar los procesos organizacionales mediante la elaboración de propuestas, participando en la creación de nuevos productos más óptimos y que puedan competir en el mercado. El Perú requiere elevar su participación en el mercado global, así que una manera de lograr competitividad sería impulsando la cultura del intraemprendimiento.

La tarea de las nuevas organizaciones deberá ser el promover el intraemprendimiento dentro de sí mismas, con ello, se podrá reducir al máximo la incompetencia de muchas organizaciones, que en su mayoría son liderados por personal insatisfecho en búsqueda de oportunidades de desarrollo.

Finalmente, esta investigación cumplirá en fomentar nuevos cuestionamientos a aquellos estudiantes e investigadores que tengan espíritu emprendedor y que estén dispuestos a romper esquemas.

## **1.6 Hipótesis**

### **1.6.1 Hipótesis general.**

El intraemprendimiento femenino influye en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

### **1.6.2 Hipótesis específicas.**

El intraemprendimiento femenino influye en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

El intraemprendimiento femenino influye en los recursos intangibles de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

## **1.7 Objetivo**

### **1.7.1 Objetivo general.**

Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

### **1.7.2 Objetivos específicos.**

Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.

## **II. MÉTODO**

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de investigación**

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal, ya que no se manipuló ninguna de las variables utilizadas para este estudio. Además, los datos fueron recolectados en un solo momento en la empresa Perú Money S.A.C de Lima Metropolitana.

#### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación utilizada en esta investigación fue aplicada.

#### **Nivel de investigación.**

El nivel de investigación desarrollado en este estudio fue el explicativo- causal, porque buscó encontrar las causas y condiciones en las que se desarrollaron las variables.

### **2.2 Variables y operacionalización.**

Las variables utilizadas son cualitativas y en esta investigación de influencia, tienen un comportamiento independiente y dependiente.

#### **Variable independiente:**

##### **X: Intraemprendimiento femenino.**

El intraemprendimiento femenino es aquella actividad que ejercen las mujeres trabajadoras dentro de las organizaciones a las que pertenecen, identificando oportunidades de desarrollo, mejorando procesos, aportando ideas innovadoras y desarrollando nuevas políticas que permitan un avance corporativo como personal.

##### **Dimensiones para medir el intraemprendimiento femenino.**

Para que pueda generarse el intraemprendimiento dentro de la organización, es necesario identificar ciertas características o actitudes propias del emprendedor en los colaboradores. Asimismo, es importante resaltar que los directivos deben estimular otras cualidades para que de esa manera, se pueda hablar de una cultura intraemprendedora dentro de la empresa.

## **Actitud del emprendedor.**

Según Castillo- Vergara et al (2013) señalan que:

“La actitud es la predisposición a responder a un determinado acontecimiento y es la componente principal del perfil de un emprendedor, además de ser modificable tanto por el paso del tiempo así como por la interacción con el entorno” (párr.7).

Dentro de la actitud emprendedora destacan:

Motivación: La motivación en el emprendedor es aquella necesidad de querer lograr determinados objetivos organizacionales, lo cual empuja al individuo a esforzarse por satisfacer alguna necesidad y alcanzar mejores resultados. (McClelland, 1961; citado por Marulanda, Vélez & Montoya, 2014, p. 209).

Compromiso: Chiavenato (2004) refiere que: “Es la decisión cuando hay certeza en cuanto a las causas de las alternativas disponibles, pero ambigüedad e incertidumbre respecto a las preferencias de los resultados esperados” (p. 318).

Tolerancia: Según la Real Academia Española es “Respetar las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias”.

## **Capacidades interpersonales del emprendedor.**

Las capacidades interpersonales son aquellas facultades o competencias que posee el intraemprendedor para relacionarse con otras personas. (Arda- Varas et al, 2012, p. 1065).

Según Castillo- Vergara et al (2013) señalan que las capacidades interpersonales de los intraemprendedores son las siguientes:

Trabajo en equipo: Consiste en colaborar organizadamente para obtener un objetivo en común. Se puede entender como la relación de las interdependencias de cada miembro para sacar el máximo provecho de ellas. (Cardona & Wikilson, 2001, p. 3).

Adaptabilidad: Es un tipo de estrategia asumida por el individuo para ajustarse a las exigencias y presiones de su entorno. (Chiavenato, 2004, p. 98).

Liderazgo: Influencia interpersonal ejercida en una situación dada. Está dirigido, a través del proceso de comunicación, a la consecución de uno o más objetivos. (Chiavenato, 2004, p. 592).

**Variable dependiente:**

**Y: Competitividad empresarial.**

Chiavenato (2004) refiere que:

“La competitividad es la capacidad que desarrolla una organización para enfrentarse a la competencia en un ambiente dinámico y cambiante” (p. 170).

**Dimensiones para medir la competitividad empresarial.**

Analizando las distintas teorías existentes de competitividad y conociendo los elementos o factores que lo determinan, menciona lo siguiente:

**Eficacia operativa.**

Según Porter (1999; citado por Garzón, 2008) la eficacia operativa son las actividades organizacionales que se realizan de forma similar que la competencia, pero dándole un valor agregado haciéndolo distinto. (p. 6).

La eficacia operativa está comprendida por la eficacia, eficiencia, manejo de recursos, productividad, calidad, rapidez, mejora continua. (Garzón, 2008, p.6).

En esta oportunidad, solo tomaremos los siguientes puntos como indicadores:

Eficiencia: Significa hacer un trabajo de manera correcta, aplicando bien los recursos para la obtención de un buen producto. (Chiavenato, 2004, p. 31).

Productividad: Mide la eficiencia con que se emplean los recursos en la producción, incluyendo el capital de trabajo como la mano de obra. (Glosario de términos, 2005, p. 85).

Calidad: Chiavenato (2004) indica que: “Es la capacidad de atender durante todo un tiempo las necesidades del cliente. Es decir, adecuación entre las características del producto o servicio y las expectativas del cliente o consumidor” (p. 683).

**Recursos intangibles de la organización.**

Los recursos intangibles suelen ser el valor de la marca, la reputación de la organización frente a sus redes o relaciones con sus clientes, la propiedad intelectual generada por la innovación, la calidad de los productos, la cultura

organizacional, entre otros. (Cardona, 2011, p. 126). En esta oportunidad, solo tomaremos los siguientes puntos como indicadores:

*Cultura organizacional:* Es el conjunto de hábitos y creencias existentes en una organización mediante normas, políticas, valores y actitudes compartidas por todos los integrantes de la empresa. (Chiavenato, 2004, p. 209).

*Valor de la marca:* Srivastava (1991) define al valor de marca, como el conjunto de asociaciones y comportamientos en los consumidores y componentes del canal que permite que la marca gane mayor volumen o mayor margen que el que tendría sin su nombre. Eso es lo que le da fuerza, constancia y diferenciación sobre los competidores. El tipo de percepción que se tenga se deberá a la gestión y construcción de la marca o branding. (párr. 8)

Tabla 1: Operacionalización de variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS		INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
			POSICIÓN	Nº ÍTEMS		
INTRAEMPREDIMIENTO FEMENINO	Actitud del emprendedor	Motivación	P1	3	Cuestionario tipo: Likert	Ordinal-Razón
			P2			
			P3			
		Compromiso	P4	2		
			P5			
		Tolerancia	P6	2		
	P7					
	Capacidades interpersonales	Trabajo en equipo	P8	2		
			P9			
		Adaptabilidad	P10	2		
			P11			
		Liderazgo	P12	3		
			P13			
	P14					
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	Eficacia operativa	Eficiencia	P15	3	Cuestionario tipo: Likert	
			P16			
			P17			
		Productividad	P18	2		
			P19			
		Calidad	P20	3		
	P21					
	P22					
	Recursos intangibles	Cultura empresarial	P23	3		
			P24			
P25						
Valor de la marca		P26	2			
		P27				
			Total	27		

Fuente: Elaboración propia.

## **2.3 Población y muestra**

### **2.3.1 Población**

La empresa Perú Money S.A.C es una organización que cuenta con una población total de 150 colaboradores en todo el Perú. Sin embargo, para esta investigación se utilizó la población de la provincia de Lima Metropolitana, el cual se encuentra conformado por un total de 50 colaboradores y los que han sido tomados como población de este estudio.

### **2.3.2 Muestra**

Para determinar la muestra se utilizó una de las técnicas del muestreo *no probabilístico*, el cual se basa en seleccionar la muestra mediante el criterio subjetivo del investigador. La técnica utilizada fue el *muestreo intencional*, porque las unidades de la muestra fueron escogidas por conveniencia del investigador para este estudio. La muestra tomada de la población total fue de 30 mujeres que conforman la organización Perú Money S.A.C de Lima Metropolitana.

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

### **2.4.1 Técnicas**

Para la obtención de información se aplicó la técnica de la encuesta a las colaboradoras de la empresa Perú Money S.A.C- Lima Metropolitana. .

### **2.4.2 Instrumento**

El instrumento utilizado para esta investigación fue el cuestionario, que estuvo conformado por 27 preguntas. El cuestionario fue elaborado siguiendo la escala de Likert.

### **2.4.3 Validez**

Para desarrollar este trabajo de investigación se siguieron los lineamientos y protocolos que exigió la Universidad César Vallejo. Asimismo, tanto el contenido como la redacción se ajustaron a las Normas APA, garantizando de esa manera, la

protección a los derechos de autor de los diferentes trabajos de investigación que fueron tomados para el desarrollo de este tema.

Juicio de expertos: Es un evaluación con la finalidad de confirmar la fiabilidad de la investigación mediante el juicio de catedráticos que tienen una amplia trayectoria reconocida dentro de la Universidad César Vallejo en la Escuela Profesional de Administración.

Los expertos que aprobaron la fiabilidad de este trabajo de investigación fueron:

- Dr. Narciso Fernández Saucedo: Docente de Metodología y Desarrollo de tesis del Área de Investigación de la Universidad César Vallejo.
- Dr. Pedro Costilla Castillo: Docente e integrante del Área de Investigación de la Universidad César Vallejo.

#### 2.4.4 Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad del instrumento se utilizó el estadístico de fiabilidad alfa de Cronbach en el programa SPSS v. 22.

Este estadístico es un coeficiente que permitió medir la fiabilidad de los ítems propuestos en el cuestionario de esta investigación, para ello se aplicó el cuestionario a una prueba piloto que se dirigió a 19 mujeres trabajadoras dependientes. La finalidad de esta prueba fue obtener un alfa mayor de 0,9 para que el instrumento fuera calificado altamente confiable.

Tabla 2: *Prueba de confiabilidad.*

		N	%
<b>Casos</b>	Válido	19	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	19	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3: Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.919	.932	27

Fuente: Elaboración propia.

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugirieron las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes del alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa  $>.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $>.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $>.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $>.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $>.5$  es pobre
- Coeficiente alfa  $<.5$  es inaceptable

Finalmente, el resultado obtenido del estadístico Alfa de Cronbach, fue de 0,932 el cual indicó que el instrumento es altamente confiable y excelente para su aplicación en la muestra.

## 2.5 Métodos de análisis de datos

La investigación a realizar utilizó el *método estadístico descriptivo inferencial*, porque no se intervino en ninguna variable, usándose sólo la información que las describía y finalmente, se emitieron las conclusiones en base a la información que se recolectó.

Para la aplicación de los métodos de análisis se determinó la ruta estadística, considerando que las variables tienen una relación de causa-efecto.

## **2.6 Aspectos éticos**

Programa Turnitin: Este trabajo de investigación fue sometido a evaluación mediante el *Programa Turnitin*, el cual es un software académico que sirvió para detectar posibles plagios y coincidencias con otros temas de investigación relacionados. De esa manera se cumplió y se garantizó que todo el contenido de esta investigación sea auténtico y veraz.

El porcentaje de coincidencias que alcanzó este trabajo de investigación fue 9%.

Este trabajo de investigación se realizó con total disciplina, honestidad y ética profesional.

# **III. RESULTADOS**

### III. RESULTADOS.

#### 3.1 Tablas de frecuencias.

El análisis de resultados se realizó en base a las 30 encuestas aplicadas a las colaboradoras de la empresa Perú Money S.A.C de Lima Metropolitana 2017.

A continuación se presentan los siguientes resultados:

Tabla 4: *Medidas descriptivas de las variables.*

		Estadísticos	
		Variable Intraemprendimiento	Variable Competitividad
N	Válido	30	30
	Perdidos	0	0
Media		2,23	1,53
Mediana		2,00	2,00
Moda		2	2
Desviación estándar		,679	,507
Varianza		,461	,257
Rango		2	1
Mínimo		1	1
Máximo		3	2

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 4 se observa que las variables Intraemprendimiento y Competitividad coinciden con el valor de la mediana (2,00), el mínimo (1) y la moda (2). Se obtuvieron valores distintos en la media del intraemprendimiento (2,23) y la competitividad (1,53). Además, se puede observar que la desviación estándar del intraemprendimiento obtuvo un valor de 0,679, mientras que la desviación estándar de la competitividad mostró un valor de 0,507, siendo la desviación estándar del intraemprendimiento el que obtuvo un mayor número en comparación con la otra variable ( $0,679 > 0,507$ ). Finalmente, las variables intraemprendimiento y competitividad alcanzaron diferentes valores en el máximo (3 y 2), rango (2 y 1) y varianza (0,461 y 0,257) respectivamente.

Tabla 5: *Variable Medida de Intraemprendimiento femenino*

		<b>Variable Intraemprendimiento femenino</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>A veces</b>	4	13,3	13,3	13,3
	<b>Casi Siempre</b>	15	50,0	50,0	63,3
	<b>Siempre</b>	11	36,7	36,7	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 5, se observa que el 13,3% del total de la muestra respondió que “A veces” pueden adoptar posturas emprendedoras dentro de la organización, el 50% de la muestra respondió que “Casi Siempre” pueden optar por ser emprendedoras dentro de la empresa y el 36,7%, respondió que “Siempre” tienen la oportunidad de mostrar iniciativas emprendedoras.

Tabla 6: *Dimensión Actitud del emprendedor.*

		<b>Actitud del emprendedor</b>			
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>A veces</b>	6	20,0	20,0	20,0
	<b>Casi Siempre</b>	14	46,7	46,7	66,7
	<b>Siempre</b>	10	33,3	33,3	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 6, el 20% del total de la muestra que representa a 6 trabajadoras respondió que “A veces” se sienten motivadas para adoptar una actitud emprendedora. Asimismo, el 46,7% , es decir 14 trabajadoras de la muestra respondió que “Casi Siempre” se siente estimulada para adoptar una actitud emprendedora y el 33,3% solo 10 colaboradoras , respondieron que “Siempre” se sienten motivadas en adoptar una postura emprendedora en la organización.

Tabla 7: *Dimensión Capacidad interpersonal*

<b>Capacidad Interpersonal</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>
				<b>válido</b>	<b>acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>A veces</b>	1	3,3	3,3	3,3
	<b>Casi Siempre</b>	18	60,0	60,0	63,3
	<b>Siempre</b>	11	36,7	36,7	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 7, el 3,3% del total de la muestra, respondió que “A veces” demuestra una capacidad interpersonal adecuada dentro de la organización. Asimismo, el 60% de la muestra respondió que “Casi Siempre” demuestran tener una capacidad interpersonal óptima con sus compañeros de trabajo y el 36,7%, respondió que “Siempre” puede mantener su capacidad interpersonal con sus compañeros de trabajo.

Tabla 8: *Variable Medida de Competitividad empresarial.*

<b>Variable Competitividad empresarial</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>
				<b>válido</b>	<b>acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Casi Siempre</b>	14	46,7	46,7	46,7
	<b>Siempre</b>	16	53,3	53,3	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 8, se observa que el 46,7% del total de la muestra respondió que “Casi Siempre” toma en cuenta la importancia de su trabajo en el desarrollo de la competitividad de la organización. Asimismo, el 53,3%, respondió que “Siempre” toman en cuenta los aportes que le proporcionan a la empresa, para que esta pueda competir en el mercado.

Tabla 9: *Dimensión Eficacia operativa.*

<b>Eficacia Operativa</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>
				<b>válido</b>	<b>acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>A veces</b>	2	6,7	6,7	6,7
	<b>Casi Siempre</b>	16	53,3	53,3	60,0
	<b>Siempre</b>	12	40,0	40,0	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 9, el 6,7% del total de la muestra, respondió que “A veces” es eficiente en la ejecución de sus funciones. Asimismo, se observa que el 53,3% de la muestra respondió que “Casi Siempre” cumple con los procesos de forma correcta y el 40%, respondió que “Siempre” realizan sus funciones de manera óptima.

Tabla 10: *Dimensión Recursos intangibles.*

<b>Recursos Intangibles</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje</b>
				<b>válido</b>	<b>acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>A veces</b>	2	6,7	6,7	6,7
	<b>Casi Siempre</b>	9	30,0	30,0	36,7
	<b>Siempre</b>	19	63,3	63,3	100,0
	<b>Total</b>	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 10, se observa el 6,7% del total de la muestra, respondió que “A veces” contribuye en la generación o conservación de los recursos intangibles de la empresa. Asimismo, el 30% de la muestra respondió que “Casi Siempre” contribuye en la conservación y generación de los recursos intangibles y el 63,3%, respondió que “Siempre” contribuye en la conservación y generación de los recursos intangibles.

## 3.2 Prueba de hipótesis.

### 3.2.1 Hipótesis de correlación de variables.

El objetivo de hallar la correlación entre las variables de estudio fue para probar si existe relación entre ellas, sin embargo eso no fue un determinante para encontrar si existe influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente.

Para este análisis se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson.

#### Planteamiento de hipótesis:

$H_0: R = 0 \rightarrow V_1$  no está relacionada con la  $V_2$

$H_a: R > 0 \rightarrow V_1$  está relacionado con la  $V_2$

#### Regla de decisión:

sig = 0.05 (95%,  $Z = +/- 1.96$ )

$p < 0.05 \rightarrow$  Se rechaza  $H_0$

$p > 0.05 \rightarrow$  Se acepta  $H_0$

Tabla 11: *Resultados de la correlación de Pearson entre las variables.*

Correlaciones			
		Variable Intraemprendimiento	Variable Competitividad
Variable Intraemprendimiento	Correlación de Pearson	1	,527**
	Sig. (bilateral)		,003
	N	30	30
Variable Competitividad	Correlación de Pearson	,527**	1
	Sig. (bilateral)	,003	
	N	30	30

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** La Tabla 11 nos indicó que la correlación entre las dos variables es positiva y el grado de correlación fue 0.527; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Pearson (ver Tabla 12) existe una relación positiva media entre las

variables. Por otro lado, se observa en la Tabla 11 que la significación fue 0.003, siendo menor al nivel de significancia ( $0.003 < 0.05$ ). Por lo tanto se rechaza la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y se acepta la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, indicando de esa manera que el intraemprendimiento femenino se relaciona positivamente con la competitividad empresarial.

Tabla 12: *Coefficiente de correlación de Pearson.*

<b>Correlación</b>	<b>Interpretación</b>
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305)

### 3.2.2 Regresión lineal de hipótesis general

En la investigación se utilizó la regresión lineal para establecer si la hipótesis general de la investigación se cumple. Ante esto, se hallan las siguientes tablas de resultados:

#### Paso A: Resumen de modelo.

Tabla 13: *Cuadro de Resumen de modelo.*

<b>Resumen del modelo</b>				
<b>Modelo</b>	<b>R</b>	<b>R cuadrado</b>	<b>R cuadrado ajustado</b>	<b>Error estándar de la estimación</b>
1	,527 <sup>a</sup>	,278	,252	,439

Fuente: Elaboración propia.

### Interpretación:

R: En la Tabla 13 se puede confirmar, mediante el coeficiente de Pearson, que hay relación por efectos del valor que toma la correlación positiva media, descrita en la Tabla 11.

R<sup>2</sup>: En la Tabla 13 se puede observar que el coeficiente de determinación expresa que la variable dependiente (Competitividad) ha variado en un 27.8% por efecto de la variable independiente (Intraemprendimiento femenino).

### Paso B: Analice of variance- ANOVA

#### Planteamiento de hipótesis:

H<sub>t</sub>: Las varianzas de las variables son iguales.

H<sub>0</sub>: Las varianzas de las variables no son iguales.

H<sub>a</sub>: Las varianzas de las variables sí son iguales.

#### Regla de decisión:

sig = 0.05 (95%, Z = +/- 1.96)

p < 0.05 → Se rechaza H<sub>0</sub>

p > 0.05 → Se acepta H<sub>0</sub>

Tabla 14: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y la Competitividad.

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,075	1	2,075	10,777	,003 <sup>b</sup>
	Residuo	5,392	28	,193		
	Total	7,467	29			

a. Variable dependiente: Variable Competitividad.

b. Predictores: (Constante), Variable Intraemprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 14 el coeficiente ANOVA (F) equivale a 10,777 el cual nos indica que el valor se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) por ser mayor al 1.96 ( $10.777 > 1.96$ ), asimismo el nivel de significancia es menor al 0.05 ( $0.003 < 0.05$ ). Por lo tanto, se rechazó la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y se aceptó la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, concluyendo que las varianzas de las variables sí son iguales.

### Paso C: Coeficientes de la hipótesis general de la investigación.

#### Planteamiento de hipótesis general:

$H_g$ : El intraemprendimiento femenino influye en la competitividad de la empresa.

$H_0$ : No existe influencia

$H_a$ : Sí existe influencia.

#### Regla de decisión:

sig = 0.05 (95%,  $Z = +/- 1.96$ )

$p < 0.05 \rightarrow$  Se rechaza  $H_0$

$p > 0.05 \rightarrow$  Se acepta  $H_0$

Tabla 15: Cuadro de Coeficientes.

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	.653	.280		2.335	.027
Variable Intraemprendimiento	.394	.120	.527	3.283	.003

a. Variable dependiente: Variable Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 15 se observa que el Estadístico de regresión (t) muestra un valor de 3.283, lo que significa que se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula ( $H_0$ ), ya que es mayor a 1.96 ( $3.283 > 1.96$ ). A su vez se observa que el nivel de significancia es menor al 0.05 ( $0.003 < 0.05$ ), el cual lleva a rechazar

la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y aceptar la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, lo que significa que el intraemprendimiento femenino sí influye en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. Por último, se observa que el Coeficiente Beta muestra signo positivo, el cual indica que la dirección de las variables de estudio van en el mismo sentido, además el valor de Beta (0.527), indica que el intraemprendimiento femenino ejerce un 52.7% de intensidad o fuerza sobre la competitividad para que pueda cambiar.

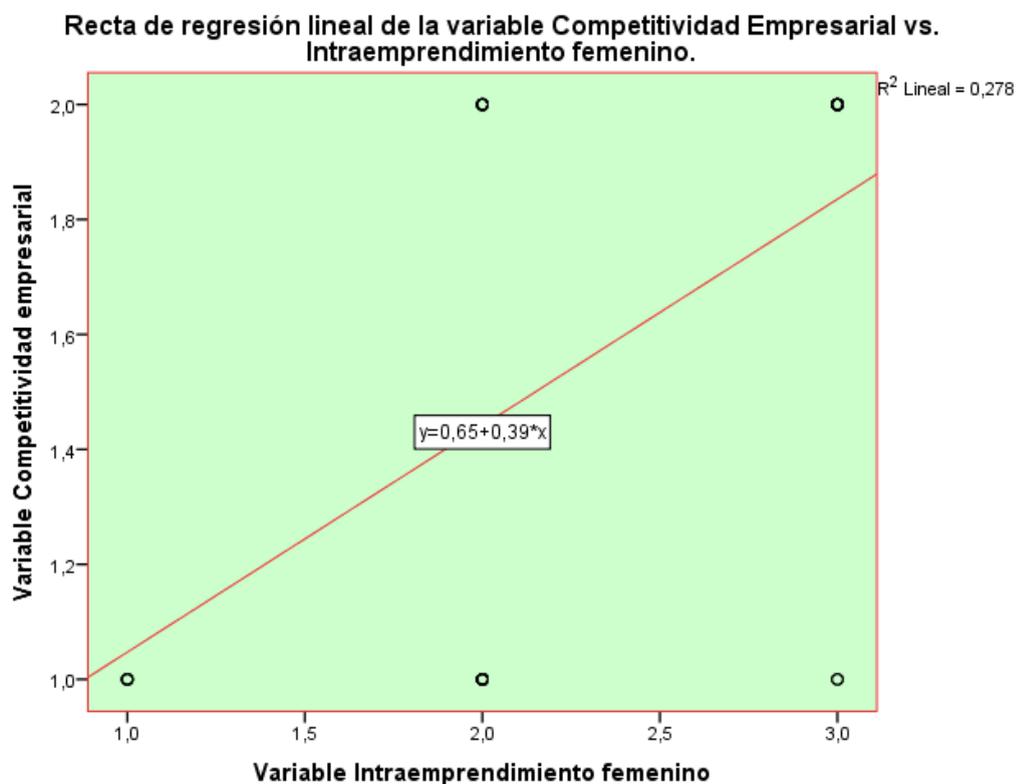
#### Paso D: Formulación de la Ecuación de Regresión Lineal

$$Y = B_0 + B_1(x)$$

Reemplazamos:

$$(\text{Competitividad}) = 0.653 + 0.394(\text{Intraemprendimiento})$$

Tabla 16: Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal.



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 16 se observa que el Intraemprendimiento femenino ejerce un 39.4% de influencia sobre la Competitividad de la empresa Perú Money S.A.C.

### 3.2.3 Regresión Multilineal.

#### Paso A: Resumen de modelo.

Tabla 17: *Cuadro de Resumen de Modelo.*

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.628a	.394	.349	.409

a. Predictores: (Constante), Capacidad Interpersonal y Actitud Emprendedor.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** Según la Tabla 17 se observa que el R cuadrado ajustado posee un valor de 0,349 lo que significa que la variable dependiente (competitividad) tiene una variación del 34.9% por efectos de la actitud emprendedora y las capacidades interpersonales de las colaboradoras intraempreendedoras de la empresa Perú Money S.A.C.

#### Paso B: Coeficientes de la Ecuación de Regresión Multilineal.

Tabla 18: *Cuadro de Coeficientes de la Ecuación de Regresión Multilineal.*

Modelo	Coeficientes <sup>a</sup>				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	.118	.348		.338	.738
Actitud Emprendedor	.182	.114	.262	1.597	.122
Capacidad Interpersonal	.441	.152	.475	2.899	.007

a. Variable dependiente: Variable Competitividad.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 18 se observa que el signo del Coeficiente Beta para la actitud emprendedora ( $D_1$ ) y la capacidad interpersonal ( $D_2$ ) es positiva, lo que significa que la dirección de estas variables de estudio van en el mismo sentido; además el valor de Beta para la actitud emprendedora (0.262) y de la capacidad interpersonal (0,475), demuestran que ejercen una fuerza de 26,2% y 47,5% respectivamente, sobre la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C.

El valor de la significación de la actitud emprendedora (0,122) y de la capacidad interpersonal (0,007) muestran los niveles de influencia que posee cada uno de ellos sobre la competitividad. Ante esto, podemos determinar que la actitud emprendedora de las colaboradoras es más influyente para el desarrollo de la competitividad empresarial.

### **Paso C: Formulación de la ecuación econométrica de regresión.**

$$Y = B_0 + B_1(D_1) + B_2(D_2)$$

Reemplazamos:

$$(\text{Competitividad}) = 0.118 + 0.182(\text{Actitud}) + 0.441(\text{Capacidad})$$

**Interpretación:** Según la ecuación econométrica de regresión, se puede observar que la actitud emprendedora de las colaboradoras muestra un aporte del 18,2% para que cambie la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C. A su vez, la capacidad interpersonal de las colaboradoras aporta un 44,1% para que cambie la competitividad de la empresa.

### **3.2.4 Regresión lineal de la hipótesis específica 1.**

#### **Paso A: Análisis de varianzas- ANOVA**

##### **Planteamiento de hipótesis:**

$H_t$ : Las varianzas de las variables son iguales.

$H_0$ : Las varianzas de las variables no son iguales.

$H_a$ : Las varianzas de las variables sí son iguales.

**Regla de decisión:**

$\text{sig} = 0.05$  (95%,  $Z = +/ - 1.96$ )

$p < 0.05 \rightarrow$  Se rechaza  $H_0$

$p > 0.05 \rightarrow$  Se acepta  $H_0$

Tabla 19: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y la Eficacia Operativa.

ANOVA <sup>a</sup>						
	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,402	1	2,402	8,139	,008 <sup>b</sup>
	Residuo	8,264	28	,295		
	Total	10,667	29			

a. Variable dependiente: Eficacia Operativa.

b. Predictores: (Constante), Variable Intraemprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 19 el coeficiente ANOVA (F) equivale a 8,139 el cual nos indica que el valor se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) por ser mayor al 1.96 ( $8.139 > 1.96$ ), asimismo el nivel de significancia es menor al 0.05 ( $0.008 < 0.05$ ). Por lo tanto, se rechazó la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y se aceptó la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, concluyendo que las varianzas de las variables sí son iguales.

**Paso B: Coeficientes de la hipótesis específica 1.****Planteamiento de hipótesis específica 1:**

$H_g$ : El intraemprendimiento femenino influye en la eficacia operativa.

$H_0$ : No existe influencia

$H_a$ : Sí existe influencia.

### Regla de decisión:

$\text{sig} = 0.05$  (95%,  $Z = \pm 1.96$ )

$p < 0.05 \rightarrow$  Se rechaza  $H_0$

$p > 0.05 \rightarrow$  Se acepta  $H_0$

Tabla 20: *Cuadro de Coeficientes de la Regresión Lineal.*

Coeficientes <sup>a</sup>					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	1.387	.346		4.003	.000
Variable Intraemprendimiento	.424	.149	.475	2.853	.008

a. Variable dependiente: Eficacia Operativa.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 20 se observa que el Estadístico de regresión (t) muestra un valor de 2,2853 lo que significa que se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula ( $H_0$ ), ya que es mayor a 1.96 ( $2,853 > 1.96$ ). A su vez se observa que el nivel de significancia es menor al 0.05 ( $0.008 < 0.05$ ), el cual lleva a rechazar la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y aceptar la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, lo que significa que el intraemprendimiento femenino sí influye en el desarrollo de la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. Por último, se observa que el Coeficiente Beta muestra signo positivo, el cual indica que la dirección de las variables de estudio van en el mismo sentido, además el valor de Beta (0.475), muestra que el intraemprendimiento femenino ejerce un 47.5% de intensidad o fuerza sobre la eficacia operativa para que pueda cambiar.

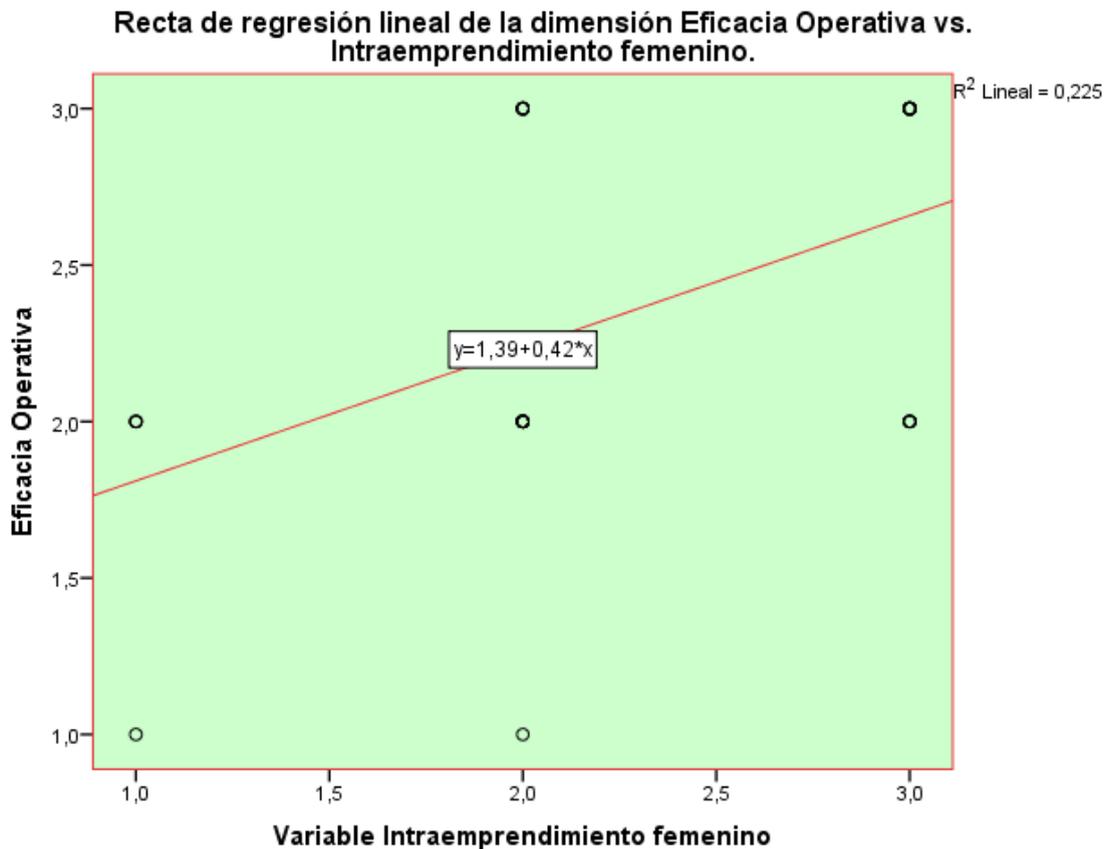
### Paso C: Formulación de la Ecuación de Regresión Lineal

$$Y = B_0 + B_1(x)$$

Reemplazamos:

$$(\text{Eficacia Operativa}) = 1.387 + 0.424(\text{Intraemprendimiento})$$

Tabla 21: *Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal.*



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 21 se observa que el Intraemprendimiento femenino ejerce un 42.4% de influencia sobre la Eficacia Operativa de la empresa Perú Money S.A.C.

### 3.2.5 Regresión lineal de la hipótesis específica 2.

#### Paso A: Análisis de variancia- ANOVA

Planteamiento de hipótesis:

$H_t$ : Las varianzas de las variables son iguales.

$H_0$ : Las varianzas de las variables no son iguales.

$H_a$ : Las varianzas de las variables sí son iguales.

**Regla de decisión:**

sig = 0.05 (95%,  $Z = \pm 1.96$ )

$p < 0.05 \rightarrow$  Se rechaza  $H_0$

$p > 0.05 \rightarrow$  Se acepta  $H_0$

Tabla 22: Cuadro ANOVA del Intraemprendimiento femenino y los Recursos Intangibles.

ANOVA <sup>a</sup>						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	4,828	1	4,828	20,675	,000 <sup>b</sup>
	Residuo	6,539	28	,234		
	Total	11,367	29			

a. Variable dependiente: Recursos Intangibles.

b. Predictores: (Constante), Variable Intraemprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 22 el coeficiente ANOVA (F) equivale a 20,675 el cual nos indica que el valor se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) por ser mayor al 1.96 ( $20,675 > 1.96$ ), asimismo el nivel de significancia es menor al 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Por lo tanto, se rechazó la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) y se aceptó la Hipótesis Alternativa ( $H_a$ ) como verdadera, concluyendo que las varianzas de las variables sí son iguales.

**Paso B: Coeficientes de la hipótesis específica 2.**

**Planteamiento de hipótesis específica 2:**

$H_g$ : El intraemprendimiento femenino influye en los recursos intangibles.

$H_0$ : No existe influencia.

$H_a$ : Sí existe influencia.

### Regla de decisión

sig = 0.05 (95%, Z = +/- 1.96)

p < 0.05 → Se rechaza H<sub>0</sub>

p > 0.05 → Se acepta H<sub>0</sub>

Tabla 23: Cuadro de Coeficientes de la Regresión Lineal.

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Error estándar	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	1.224	.308		3.974	.000
Variable Intraemprendimiento	.601	.132	.652	4.547	.000

a. Variable dependiente: Recursos Intangibles.

Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 23 se observa que el Estadístico de regresión (t) muestra un valor de 4,547 lo que significa que se encuentra en la zona de rechazo de la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>), ya que es mayor a 1.96 (4,547>1.96). A su vez se observa que el nivel de significancia es menor al 0.05 (0.000<0.05), el cual lleva a rechazar la Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>) y aceptar la Hipótesis Alternativa (H<sub>a</sub>) como verdadera, lo que significa que el intraemprendimiento femenino sí influye en los recursos intangibles de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. Por último, se observa que el Coeficiente Beta muestra signo positivo, el cual indica que la dirección de las variables de estudio va en el mismo sentido, además el valor de Beta (0.652), muestra que el intraemprendimiento femenino ejerce un 65,2% de intensidad o fuerza sobre los recursos intangibles para que pueda cambiar.

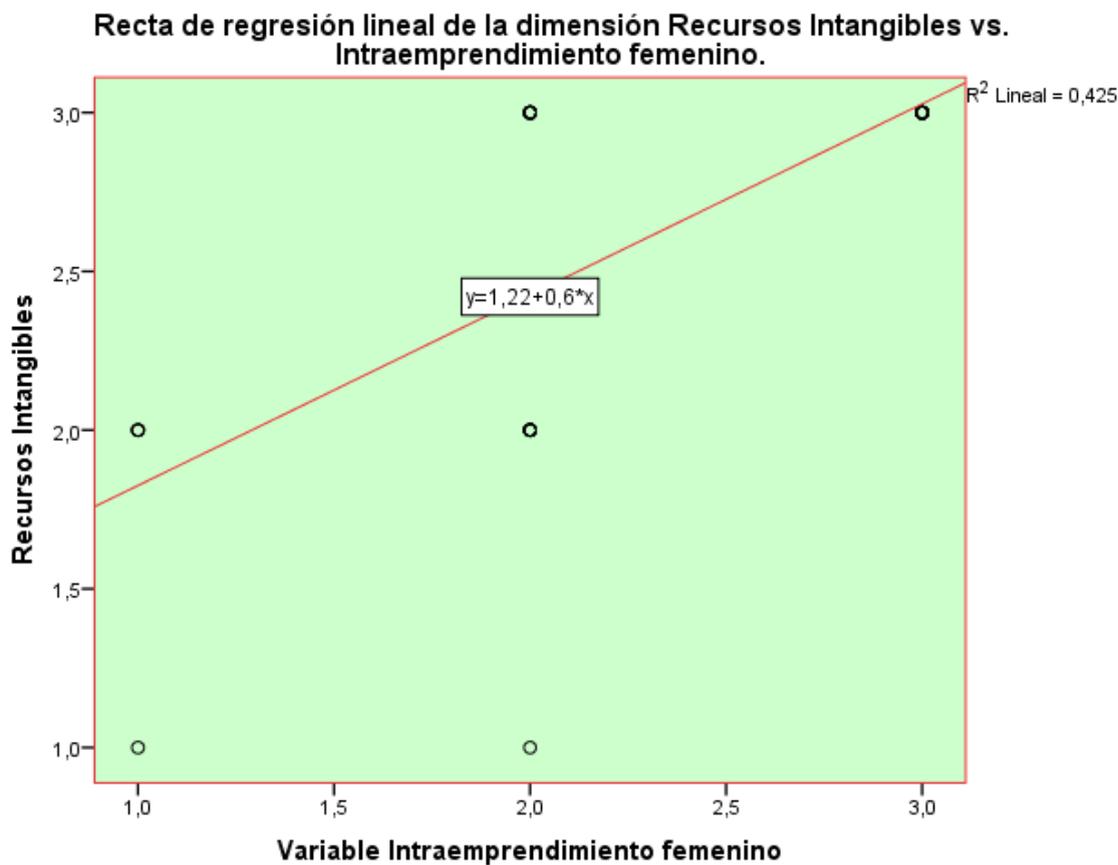
### Paso C: Formulación de la Ecuación de Regresión Lineal

$$Y = B_0 + B_1(x)$$

Reemplazamos:

$$(\text{Recursos Intangibles}) = 1.224 + 0.601(\text{Intraemprendimiento})$$

Tabla 24: Gráfica de ecuación de la Regresión Lineal.



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:** En la Tabla 24 se observa que el Intraemprendimiento femenino ejerce un 60,1% de influencia sobre los Recursos Intangibles de la empresa Perú Money S.A.C.

## **IV. DISCUSIÓN**

## **IV. DISCUSIÓN**

### **4.1 Discusión por objetivos.**

El objetivo general de la tesis fue determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. Además, se tenía como objetivos específicos determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa y en los recursos intangibles de la organización.

Se buscó saber si las colaboradoras de la organización tenían facilidades de desarrollar sus habilidades emprendedoras dentro de la empresa, si es que se sentían motivadas con las oportunidades que la institución les ofrecía y si eran conscientes de que sus funciones generaban alguna ventaja competitiva en la organización.

Esta investigación tiene semejanza con la tesis de Urbina (2014) titulada “Capital humano y su influencia en la competitividad de las empresas hoteleras de tres estrellas en el distrito de Trujillo- La Libertad, 2014” de la Universidad Nacional de Trujillo. El autor, estableció como objetivo general de su investigación determinar la influencia del capital humano en la competitividad de las empresas hoteleras de tres estrellas en el distrito de Trujillo 2014, así como identificar el desempeño laboral del personal que trabaja en los hoteles tres estrellas en el distrito de Trujillo.

### **4.2 Discusión por teorías.**

Para el estudio del presente trabajo de investigación, se utilizó una teoría para la variable del Intraemprendimiento femenino, el cual fue la Teoría de los dos factores de Frederick Herzberg, quien se enfocó en la motivación humana. Esta teoría nos permite tener un panorama más abierto para entender el comportamiento de los colaboradores, que no sólo buscan una retribución económica dentro de las organizaciones (factores extrínsecos), sino que también prefieren adquirir nuevos desafíos, oportunidades que les permitan desarrollarse profesionalmente y el reconocimiento dentro de la organización por sus aportaciones (factores intrínsecos

o motivacionales). Esta teoría admite que las organizaciones han limitado la creatividad y el reto personal de los colaboradores, sólo por enfocarse en generar eficiencia y mayor crecimiento económico. Este hecho, trae consigo un efecto desalentador y desmotivador en el colaborador que lo manifiesta con desinterés y bajo compromiso por alcanzar las metas u objetivos organizacionales. Pero lo más grave, es que los colaboradores reprimen sus cualidades emprendedoras por no sentirse valorados en la organización, provocando el desperdicio de un activo intangible.

Otra teoría que se consideró para el desarrollo de la variable Competitividad, fue la Teoría de los recursos y capacidades que enfatiza la superioridad de las organizaciones por la calidad de sus recursos. Esta teoría manifiesta que cuando la organización posee distintos recursos, estos deben ser facilitadores en la generación de la competitividad. Para ello, los recursos deben ser únicos, escasos, difíciles de conseguir y de imitar. Si la empresa es capaz de conseguir estas características, automáticamente las demás compañías tendrán serias dificultades de imitar o implementar una estrategia. Además, el retener al colaborador emprendedor dentro de la organización, le da mayor capacidad de respuesta a la institución para poder afrontar las situaciones adversas que se dan en el mercado. Así mismo, el capital humano es un recurso intangible porque las capacidades intelectuales y la creatividad que un colaborador posee, es una fuente de riqueza que las organizaciones no pueden cuantificar; por otro lado, va a depender de los líderes de la empresa saber aprovecharlo para poder obtener una ventaja competitiva en el mercado y que lo diferencie de su competencia.

De los antecedentes previos, la investigación que se pudo obtener fue la tesis de Almeyda, Ipanaque, Paredes y Pongo (2016) titulada “Determinantes de la satisfacción laboral de las mujeres ejecutivas en Lima Metropolitana- Octubre 2016”. En esta tesis, los autores hacen referencia de la Teoría de contenido que incluye los dos factores de Herzberg enfocándolo hacia la satisfacción laboral de aquellas mujeres ejecutivas de alto nivel jerárquico de una organización. Asimismo, mencionó, entre otras teorías, la Teoría de las necesidades de McClelland. Según estos autores, esta teoría es la más aceptada y la que tiene mayor respaldo de muchos investigadores, sin embargo no es tomada en cuenta en la práctica. Esta teoría hace referencia que las personas tienen tres tipos de necesidades; la primera

es la necesidad de logro, haciendo que el individuo luche constantemente por reconocimiento y el triunfo. La segunda es la necesidad de poder, que manifiesta el individuo para que las personas logren un comportamiento poco autónomo. Finalmente se encuentra la necesidad de afiliación, que manifiesta la importancia de las relaciones interpersonales con otras personas.

### **4.3 Discusión por metodología.**

El tipo de investigación que se desarrolló en este trabajo fue aplicada, el nivel de investigación utilizado fue explicativa- causal, ya que se buscó encontrar las causas y condiciones en las que se desarrollaron las variables. Se tuvo como objetivo principal determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. Se realizó el diseño de investigación no experimental- transversal, debido que no hubo intervenciones ni manipulaciones en las variables de estudio mientras se describían los fenómenos en su propio contexto y la recolección de los datos se aplicó en un solo tiempo. Para determinar la muestra se utilizó el método del muestreo no probabilístico, aplicado a una población de 50 colaboradores de la empresa Perú Money de Lima Metropolitana. La técnica que determinó la selección de la muestra fue el muestreo intencional, porque las unidades fueron escogidas por conveniencia.

De los antecedentes previos, el artículo científico de García, Madrid y García (2012) titulado “El efecto del género y la cultura intraemprendedora en el rendimiento organizacional Pymes de Murcia- España 2012” mostró una metodología de investigación cuantitativa, un diseño de investigación no experimental y un nivel de investigación explicativo- descriptivo. El objetivo principal de su investigación fue identificar el efecto del género en el rendimiento y como la cultura intraemprendedora mejora el rendimiento organizacional. Estos investigadores utilizaron una muestra de 600 Pymes de la región de Murcia- España. Esta muestra estuvo conformada por 544 empresas gestionadas por varones y 56 empresas gestionadas por mujeres. El diseño de muestra se basó en un muestreo estratificado en poblaciones finitas.

#### **4.4 Discusión por resultados.**

Según los resultados obtenidos en esta investigación, se determinó que el intraemprendimiento ejerce un 39.4% de influencia sobre la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C. (Tabla 16). Además, se determinó que el intraemprendimiento femenino ejerce un 42.4% de influencia sobre la eficacia operativa de la organización (Tabla 21). Finalmente, se confirmó que el intraemprendimiento femenino ejerce un 60,1% de influencia sobre los recursos intangibles de la empresa (Tabla 24).

El resultado de la ecuación econométrica de regresión demostró que las dimensiones del intraemprendimiento femenino, actitud emprendedora y las capacidades interpersonales, tenían comportamientos distintos sobre la competitividad de la organización. Se puede decir que la empresa Perú Money S.A.C valora más las capacidades interpersonales, ya que representó un 44,1% de aporte a diferencia de la actitud emprendedora que representó el 11,8% de aporte hacia la competitividad. Esto quiere decir, que la actitud emprendedora no está siendo debidamente dirigida por la dirección de la empresa, a pesar de tener mayor influencia que la capacidad interpersonal (ver Tabla 18). Por consiguiente, la actitud emprendedora de las colaboradoras debe ser potencializada por la organización, mediante técnicas de motivación que permitan el desarrollo del emprendimiento interno y se esa manera lograr elevar la competitividad de la empresa.

Estos resultados coinciden de algún modo con el artículo científico de García, Madrid y García (2012) titulado “El efecto del género y la cultura intraemprendedora en el rendimiento de las Pymes de Murcia- España”. El objetivo de este artículo científico fue identificar el efecto del género y la cultura intraemprendedora en el proceso del rendimiento organizacional. Estos autores señalan en sus resultados, que desarrollar una cultura intraemprendedora mejora el rendimiento organizacional con una incidencia del 99% en el desempeño laboral. Sin embargo, mostraron que en España, las mujeres emprendedoras tienen una participación gerencial del 9,3% de 56 empresas que fueron tomadas como muestra.

Ante estos resultados, se concuerda con García, Madrid y García (2012) cuando afirman que el colaborador emprendedor debe ser estimulado por la organización para fomentar su creatividad e iniciativas de desarrollo. De esa manera, las organizaciones podrían sacar una gran ventaja frente a sus competidores. Asimismo, resulta importante expandir la cultura intraemprendedora en todas las organizaciones de nuestro país, no sólo para aprovechar el potencial humano, sino para ejercer responsabilidad social, evitando de esa manera que el talento humano se desperdicie por falta de oportunidades. Se acepta lo dicho por los autores García, Madrid y García, ya que queda demostrado, que las capacidades emprendedoras de los colaboradores pueden ser una fuente de riqueza inagotable que las organizaciones podrían aprovechar, sólo mejorando sus políticas y estructuras institucionales, permitiendo el libre desarrollo humano en reciprocidad con las organizaciones.

#### **4.5 Discusión por conclusiones.**

En esta investigación se concluyó que el estudio del intraemprendimiento femenino resultó ser influyente en el desarrollo de la competitividad empresarial. Esto importante mencionar que no existen muchas fuentes de investigación que hayan estudiado estas variables. Además, es necesario señalar que aún existen ambigüedades en la conceptualización del emprendimiento, intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo, ya que hay autores que los relacionan como sinónimos o simplemente lo desconocen.

Otro punto importante de señalar, es que según lo observado en los resultados existe similitud con lo referido por Gálvez y García (2011) que en su artículo científico titulado “Impacto de la cultura intraemprendedora en el rendimiento de las MiPyme del sector turístico colombiano: Un estudio empírico. Colombia 2011”, concluyeron en que las practicas asociadas con el intraemprendimiento en equipo de trabajo, genera un soporte para la gerencia y hace flexible la estructura de la organización. De esa manera, la cultura intraemprendedora genera un impacto positivo en el rendimiento de las empresas. Por otro lado, estos autores señalan

que las fuentes de investigación, demuestran que la cultura intraemprendedora puede ser útil para alcanzar el éxito y la competitividad organizacional.

Ante estas afirmaciones, se da por aceptada lo mencionado por Gálvez y García.

## **V. CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

- 5.1 En la tesis, el objetivo general fue determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017, el cual fue alcanzado por medio de los resultados obtenidos por las pruebas de hipótesis de la Regresión Lineal y los Coeficientes de la Ecuación de Regresión Lineal. Estos resultados señalaron que la hipótesis general es verdadera, ya que se demostró que existe influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C 2017. De esta manera se cumplió con el objetivo de la investigación.
- 5.2 El primer objetivo específico buscó determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017, el cual fue alcanzado por medio de los resultados obtenidos por las pruebas de hipótesis de la Regresión Lineal y los Coeficientes de la Ecuación de Regresión Lineal. Según los resultados obtenidos, se demostró que la primera hipótesis específica es verdadera, ya que se demostró que existe influencia del intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. De esta manera se cumplió con el primer objetivo específico.
- 5.3 El segundo objetivo específico buscó determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017, el cual fue alcanzado por medio de los resultados obtenidos por las pruebas de hipótesis de la Regresión Lineal y los Coeficientes de la Ecuación de Regresión Lineal. Según los resultados obtenidos, se demostró que la segunda hipótesis específica es verdadera, ya que se demostró que existe influencia del intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles de la empresa

Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana 2017. De esta manera se cumplió con el segundo objetivo específico.

- 5.4 En la elaboración de esta investigación, se pudo constatar que aún existen muchos puntos teóricos que faltan definir y ajustar en la actualidad. Uno de estos podría ser la conceptualización del emprendimiento que se sigue relacionando con la constitución de nuevas empresas. Lo mismo sucede con concepto del intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo, que muchos autores los señalan como sinónimos, cuando en realidad existen autores que marcan un punto de diferencia entre ambos.

## **VI. RECOMENDACIÓN**

## RECOMENDACIONES

- 6.1 La carencia de políticas institucionales que promueven la cultura intraemprendedora en las organizaciones, le está restando competitividad a la empresa, disminuyendo el desarrollo económico. Es por esa razón que la empresa Perú Money S.A.C, debería implementar nuevas políticas organizacionales que promuevan las prácticas intraemprendedoras en la institución, permitiéndoles a sus colaboradores, tener la oportunidad de brindar soluciones a los problemas recurrentes en los procesos de trabajo. Además, brindar a su personal femenino, oportunidades que estimulen su crecimiento laboral y profesional, manteniendo un equilibrio y respeto por sus habilidades y competencias distintas de los varones.
  
- 6.2 Según los resultados obtenidos de la influencia del intraemprendimiento femenino en la eficiencia operativa, se recomienda estimular la actitud emprendedora de los colaboradores de la organización, ya que la predisposición de realizar eficientemente las funciones encomendadas, dependerán de la motivación que se aplique en el personal. Para ello, la motivación deberá centrarse en los factores intrínsecos del individuo, porque de esa manera se tendría la lealtad, compromiso y buen desempeño laboral.
  
- 6.3 De acuerdo a los resultados obtenidos de la influencia del intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles, se sugiere que la empresa Perú Money S.A.C. induzca a sus colaboradores en concientizar que es el talento humano la generadora de la cultura organizacional y que son ellos, los representantes de la marca institucional. La apreciación de estos recursos intangibles, por parte de los clientes externos e internos, dependerá del cuidado y el grado de compromiso que posean los colaboradores por preservarla y mejorarla.

## **VII. REFERENCIAS**

## V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez, C., Nogueira, M. & Urbano, D. (2013) Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. Recuperado de: <http://www.minetur.gob.es/publicaciones/publicacionesperiodicas/economiaindustrial/revistaeconomiaindustrial/383/claudia%20alvarez.pdf>
- Aparicio, A. et al. (s.f). Método de investigación avanzada. Recuperado de: [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/Met\\_Inves\\_Avan/Presentaciones/Cuestionario\\_\(trab\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_(trab).pdf)
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2016). La mujer en el desarrollo. Recuperado de: <http://www.iadb.org/es/acerca-del-bid/la-mujer-en-el-desarrollo,6230.html>
- Banco Interamericano de Desarrollo & Banco Mundial. (2010). Mujeres Empresarias: Barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina y el Caribe. Recuperado de: [http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro\\_Mujeres\\_Empresarias.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf)
- Banco Mundial. (Agosto, 2012). Las mujeres tienen un papel clave en el avance económico en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2012/08/29/women-play-key-role-in-economic-gains-in-latin-american-and-caribbean>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (3ra ed.). Colombia: Pearson.
- Camarena, M., Saavedra, M. & Huguette, L. (2015). La competitividad de las empresas dirigidas por mujeres y hombres. Recuperado de: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/11.09.pdf>
- Carbajal, N. (setiembre, 2012). El difícil camino del emprendimiento femenino. Agenda de emprendedores. La segunda. Recuperado de: [http://www.lasegunda.com/especiales/emprendedores/emp\\_sept\\_2012.pdf](http://www.lasegunda.com/especiales/emprendedores/emp_sept_2012.pdf)
- Cardona, R. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. Revista Electrónica Forum Doctoral, 4(1), 113-147.

- Coduras, A., Guerrero, M. & Peña, I. (2011). Emprendimiento corporativo en España. General Entrepreneurship Monitor. Recuperado de: [http://antigua.gem-spain.com/Mis%20archivos/Informes%20Especiales/INTRAEMPREDIMIENTO\\_VERSION%20FINAL.pdf](http://antigua.gem-spain.com/Mis%20archivos/Informes%20Especiales/INTRAEMPREDIMIENTO_VERSION%20FINAL.pdf)
- Contreras, F., Pedraza, J. & Mejía, X. (2012). La mujer y el liderazgo empresarial. Grupo de Investigación de Perdurabilidad Empresarial de la Universidad del Rosario Colombia, 8(1), 183-194.
- Del Pino, R. (2007). El liderazgo femenino del siglo XXI: Complemento estratégico del trabajo directivo para la competitividad organizacional. Red Internacional de Investigadores de Competitividad Memoria del I Congreso en México.
- Elborgh- Woytek, K., et al. (2013). Las mujeres, el trabajo y la economía. Beneficios macroeconómicos de la equidad de género. Fondo Monetario Internacional. Recuperado de: <https://www.imf.org/external/spanish/pubs/ft/sdn/2013/sdn1310s.pdf>
- Escandón, D. & Arias, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. Cuadernos administrativos, 24(42), 165-178.
- Ferreiro, F. & Ríos, D. (2014). La realidad del emprendimiento femenino en la sociedad. Análisis del caso gallego. Recuperado de: [http://www.equipoquorum.com/publicaciones/congresos/p\\_43trujillo.pdf](http://www.equipoquorum.com/publicaciones/congresos/p_43trujillo.pdf)
- Ferreiro, J. (2013). Mujer y emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia. RIPS, 12(3), 81-105.
- Fuentes, F. & Sánchez, M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género. Recuperado de: <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- Galindo, M. & Mendez, M. (2011). La actividad emprendedora y competitividad: Factores que inciden sobre los emprendedores. Papeles de Europa, 22(1), 61-75.
- Grant Thornton International Business Report. (2013). Presencia de mujeres en puestos directivos: Retroceso en España. Forbes. Recuperado de:

<http://www.grantthornton.es/publicaciones/estudios/Grant-Thornton-Estudio-IBR-2013-mujer-en-puestos-directivos.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, L. (2010). Metodología de la investigación. (5ta ed.). México: Mc Graw- Hill.

León, J. & Huari, D. (2011). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. Recuperado de: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/pensa\\_critico/2010\\_n13/pdf/a05n13.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/pensa_critico/2010_n13/pdf/a05n13.pdf)

Lombana, J. & Rozas, S. (2008). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. Pensamiento & Gestión, 26(1), 1-38.

López, A. (2013). Emprender: Una perspectiva de género. Recuperado de: [https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/\\_galeria\\_down/documentos/EMPRENDER\\_UNA\\_PERSPECTIVA\\_DE\\_GENERO\\_reducido.pdf](https://www.udc.es/export/sites/udc/oficinaigualdade/_galeria_down/documentos/EMPRENDER_UNA_PERSPECTIVA_DE_GENERO_reducido.pdf)

Macías, G. & Parada, L. (2013). Mujeres, su participación económica en la sociedad. (1ra Ed.). México: Editorial Universitaria.

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2014). Participación de la mujer en actividades productivas y empresariales. Recuperado de: <http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgignd/publicaciones/Libro3-Participacion-de-la-Mujer-en-Actividades-Productivas-y-Empresariales-2014.pdf>

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2014). Informe anual 2014: La mujer en el mercado laboral peruano. Recuperado de: [http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/DISEL/2014/INFORMES/informe\\_anual\\_mujer\\_mercado\\_laboral\\_2014.pdf](http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/DISEL/2014/INFORMES/informe_anual_mujer_mercado_laboral_2014.pdf)

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo. (2016). Demanda de ocupaciones 2016. Encuesta de demanda ocupacional. Recuperado de: [http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/publicacion/2016/edoD O\\_2016.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/publicacion/2016/edoD O_2016.pdf)

- Morán, M. (2013). El rol de la mujer líder y empresaria. Conexión Esan. Recuperado de: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/10/24/rol-mujer-lider-empresaria/>
- Ochoa, C. (2015). Muestreo probabilístico: Muestreo aleatorio simple. Blog de Netquest. Recuperado de: <http://www.netquest.com/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-aleatorio-simple/>
- Organización Internacional de Trabajo. (2011). Género y Emprendimiento. Guía de formación para mujeres empresarias. Recuperado de: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_179034.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf)
- Prada, R., Acosta, J, & Garzón, M. (2016). Intraemprendimiento y emprendimiento corporativo. Estrategias de renovación empresarial en Colombia. Revista Espacios, 37(34).
- Sallan, J. (2008). Capital intangible y capital intelectual: Revisiones, definiciones y líneas de investigación. Estudios de economía aplicada, 26(2), 65-78.
- Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. Pensamiento & Gestión, 33(1), 93-124.
- Serida, J., et al. (2015). Perú 2013: Global Entrepreneurship Monitor. Lima, Perú: ESAN.
- Trujillo, M. & Guzmán, A. (2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicancias y agenda de investigación futura. Cuadernos Administrativos de Bogotá, 21(35), 37-63.
- Vera, G. & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica. Pensamiento y Acción. Recuperado de: [http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj\\_model\\_a\\_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf](http://www.imarpe.pe/imarpe/archivos/articulos/imarpe/oceanografia/adj_model_a_pa-5-145-tam-2008-investig.pdf)

# **VIII. ANEXOS**

## VI. ANEXOS

### ANEXO 1: Instrumento de recolección de datos.

#### CUESTIONARIO

##### INSTRUCCIONES:

- Lea las siguientes preguntas y conteste marcando con un aspa (X) en el recuadro en blanco de la alternativa que usted considere más cercano a su realidad.

##### Valor de las respuestas:

<b>1= Nunca</b>	<b>2= Casi nunca</b>	<b>3= A veces</b>	<b>4= Casi siempre</b>	<b>5= Siempre</b>
-----------------	----------------------	-------------------	------------------------	-------------------

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	1	2	3	4	5
Realizo mis funciones concentrada y/o animada en mi centro de trabajo.					
Mi esfuerzo es reconocido y/o recompensado por mi jefe.					
Tengo oportunidades de ascenso y/o desarrollo profesional dentro de la organización.					
Me interesa el crecimiento de la empresa.					
Me siento comprometida en esforzarme para el desarrollo de la organización.					
Acepto y/o respeto las opiniones de mis compañeros de trabajo.					
Mantengo la calma y/o busco soluciones cuando alguna situación se sale de control.					
Prefiero trabajar con mis compañeros de trabajo que individualmente.					
Colaboro con mis compañeros de trabajo en caso necesiten ayuda.					
Me adapto con facilidad al puesto de trabajo.					

Me resulta fácil cumplir con los objetivos propuestos.					
Promuevo iniciativas para mejorar la calidad del servicio en mi trabajo.					
Me considero una persona capacitada para asumir mayor responsabilidad dentro de la organización.					
Mis jefes toman en cuenta mis sugerencias.					
Inicio y termino mi trabajo puntualmente.					
Cumplo eficientemente con el trabajo que se me encomienda.					
Organizo y planifico mi trabajo con anterioridad.					
Aprovecho los recursos de la empresa para realizar mi trabajo de la mejor manera.					
Evito malgastar el tiempo y/o los materiales que se me dan para trabajar.					
Soy orientado por mi jefe para mejorar continuamente la calidad del servicio.					
Tengo en cuenta los manuales y/o protocolos de la empresa para orientarme en brindar un mejor servicio a los clientes.					
Solicito capacitación y/o talleres para fortalecer mis conocimientos y habilidades.					
Participo activamente en fomentar el compañerismo en la organización.					
Acostumbro ser una persona optimista y/o aliento a mis compañeros de trabajo en conseguir las metas.					
Mantengo una comunicación sincera y/o respetuosa con mis compañeros de trabajo.					
Mi trabajo eficiente fortalece la marca de la empresa.					
Atiendo las opiniones, reclamos y/o sugerencias de los clientes de manera rápida y/o efectiva.					

***Gracias por tu participación.***

## ANEXO 2: Matriz de consistencia.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL						
¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?	Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.	El intraemprendimiento femenino influye en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.	INTRAEMPRENDIMIENTO FEMENINO	El intraemprendimiento femenino es aquella actividad que ejercen las mujeres trabajadoras dentro de las organizaciones a las que pertenecen, identificando oportunidades de desarrollo.	El intraemprendimiento femenino fue medido tomando en cuenta las dimensiones que están expresadas con mayor detalle a través de los indicadores, los cuales son objeto de encuesta. El cuestionario permitió obtener resultados, procesándolo por el programa SPSS Statistics v. 22	Actitud del emprendedor	Motivación	Tipo de investigación: Aplicada Diseño de investigación: No experimental- transversal Nivel de investigación: Explicativo- causal  Población: 50 colaboradores de la empresa Perú Money S.A.C, Lima. Muestra: 30 colaboradores de sexo femenino. Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de 27 preguntas cerradas Validez: Por juicio de expertos Confiabilidad: Alfa de Cronbach 0,932 Método de análisis de datos: Descriptivo- inferencia.
							Compromiso	
							Tolerancia	
			Trabajo en equipo					
			Adaptabilidad					
			Liderazgo					
			Capacidades interpersonales					
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECÍFICAS</b>	COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	La competitividad es la capacidad que desarrolla una organización para enfrentarse a la competencia en un ambiente dinámico y cambiante, con la utilización y optimización de sus recursos y capacidades, para generar una ventaja que lo diferencia de sus competidores.	La competitividad empresarial fue medida tomando en cuenta las dimensiones que están expresadas con mayor detalle a través de los indicadores, los cuales son objeto de encuesta. El cuestionario permitió obtener resultados, procesándolo por el programa SPSS Statistics v. 22	Eficacia operativa	Eficiencia	
¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?	Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.	El intraemprendimiento femenino influye en la eficacia operativa de la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.					Productividad	
¿Cómo influye el intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles en la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017?	Determinar la influencia del intraemprendimiento femenino en los recursos intangibles en la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.	El intraemprendimiento femenino influye en los recursos intangibles en la empresa Perú Money S.A.C, Lima Metropolitana- 2017.					Calidad	
						Recursos intangibles	Cultura organizacional	
							Valor de la marca	

### ANEXO 3: Validez de instrumento por juicio de expertos.

#### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL INTRAEMPREDIMIENTO FEMENINO.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Actitud del emprendedor.</b>								
1	Realizo mis funciones concentrada y/o animada en mi centro de trabajo.	/		/		/		
2	Mi esfuerzo es reconocido y/o recompensado por mi jefe.	/		/		/		
3	Tengo oportunidades de ascenso y/o desarrollo profesional dentro de la organización.	/		/		/		
4	Me interesa el crecimiento de la empresa.	/		/		/		
5	Me siento comprometida en esforzarme para el desarrollo de la organización.	/		/		/		
6	Acepto y/o respeto las opiniones de mis compañeros de trabajo.	/		/		/		
7	Mantengo la calma y/o busco soluciones cuando a guna situación se sale de control.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2: Capacidades interpersonales.</b>								
8	Prefiero trabajar con mis compañeros de trabajo que individualmente.	/		/		/		
9	Colaboro con mis compañeros de trabajo en caso necesiten ayuda.	/		/		/		
10	Me adapto con facilidad al puesto de trabajo.	/		/		/		
11	Me resulta fácil cumplir con los objetivos propuestos.	/		/		/		
12	Promuevo iniciativas para mejorar la calidad del servicio en mi trabajo.	/		/		/		
13	Me considero una persona capacitada para asumir mayor responsabilidad dentro de la organización.	/		/		/		
14	Mis jefes toman en cuenta mis sugerencias.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ES APLICABLE

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: NANCASO FERNANDEZ SAUCEDO ..... DNI: 09044632 .....

Especialidad del validador: ESTADÍSTICA .....

27 de 06 del 2017

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Eficacia operativa.</b>								
1	Inicio y termino mi trabajo puntualmente.	/		/		/		
2	Cumplo eficientemente con el trabajo que se me encomienda.	/		/		/		
3	Organizo y planifico mi trabajo con anterioridad.	/		/		/		
4	Aprovecho los recursos de la empresa para realizar mi trabajo de la mejor manera.	/		/		/		
5	Evito malgastar el tiempo y/o los materiales que se me dan para trabajar.	/		/		/		
6	Soy orientado por mi jefe para mejorar continuamente la calidad del servicio.	/		/		/		
7	Tengo en cuenta los manuales y/o protocolos de la empresa para orientarme en brindar un mejor servicio a los clientes.	/		/		/		
8	Solicito capacitación y/o talleres para fortalecer mis conocimientos y habilidades.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2: Recursos intangibles.</b>								
9	Participo activamente en fomentar el compañerismo en la organización.	/		/		/		
10	Acostumbro ser una persona optimista y/o aliento a mis compañeros de trabajo en conseguir las metas.	/		/		/		
11	Mantengo una comunicación sincera y/o respetuosa con mis compañeros de trabajo.	/		/		/		
12	Mi trabajo eficiente fortalece la marca de la empresa.	/		/		/		
13	Atiendo las opiniones, reclamos y/o sugerencias de los clientes de manera rápida y/o efectiva.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): ES APLICABLE

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: NARCISO FERNANDEZ SAUCEDO ..... DNI: 09044632 .....

Especialidad del validador: ESTADÍSTICA .....

27 de 06 del 2017

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
**Firma del Experto Informante.**

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL INTRAEMPREDIMIENTO FEMENINO.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Actitud del emprendedor.</b>								
1	Realizo mis funciones concentrada y/o animada en mi centro de trabajo.	/		/		/		
2	Mi esfuerzo es reconocido y/o recompensado por mi jefe.	/		/		/		
3	Tengo oportunidades de ascenso y/o desarrollo profesional dentro de la organización.	/		/		/		
4	Me interesa el crecimiento de la empresa.	/		/		/		
5	Me siento comprometida en esforzarme para el desarrollo de la organización.	/		/		/		
6	Acepto y/o respeto las opiniones de mis compañeros de trabajo.	/		/		/		
7	Mantengo la calma y/o busco soluciones cuando alguna situación se sale de control.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2: Capacidades interpersonales.</b>								
8	Prefiero trabajar con mis compañeros de trabajo que individualmente.	/		/		/		
9	Colaboro con mis compañeros de trabajo en caso necesiten ayuda.	/		/		/		
10	Me adapto con facilidad al puesto de trabajo.	/		/		/		
11	Me resulta fácil cumplir con los objetivos propuestos.	/		/		/		
12	Promuevo iniciativas para mejorar la calidad del servicio en mi trabajo.	/		/		/		
13	Me considero una persona capacitada para asumir mayor responsabilidad dentro de la organización.	/		/		/		
14	Mis jefes toman en cuenta mis sugerencias.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: RODRIGO CASARILLO PEDRO DNI: 09925834

Especialidad del validador: DA. EN ADMINISTRACIÓN

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de 06 del 2017

  
 Firma del Experto Informante.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL.**

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>DIMENSIÓN 1: Eficacia operativa.</b>								
1	Inicio y termino mi trabajo puntualmente.	/		/		/		
2	Cumplo eficientemente con el trabajo que se me encomienda.	/		/		/		
3	Organizo y planifico mi trabajo con anterioridad.	/		/		/		
4	Aprovecho los recursos de la empresa para realizar mi trabajo de la mejor manera.	/		/		/		
5	Evito malgastar el tiempo y/o los materiales que se me dan para trabajar.	/		/		/		
6	Soy orientado por mi jefe para mejorar continuamente la calidad del servicio.	/		/		/		
7	Tengo en cuenta los manuales y/o protocolos de la empresa para orientarme en brindar un mejor servicio a los clientes.	/		/		/		
8	Solicito capacitación y/o talleres para fortalecer mis conocimientos y habilidades.	/		/		/		
<b>DIMENSIÓN 2: Recursos Intangibles.</b>								
9	Participo activamente en fomentar el compañerismo en la organización.	/		/		/		
10	Acostumbro ser una persona optimista y/o aliento a mis compañeros de trabajo en conseguir las metas.	/		/		/		
11	Mantengo una comunicación sincera y/o respetuosa con mis compañeros de trabajo.	/		/		/		
12	Mi trabajo eficiente fortalece la marca de la empresa.	/		/		/		
13	Atiendo las opiniones, reclamos y/o sugerencias de los clientes de manera rápida y/o efectiva.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA.

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COSMIUS CASMILO PEDRO    DNI: 09925834

Especialidad del validador: DA. EN ADMINISTRACION

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

27 de 06 del 2017

Firma del Experto Informante.

## ANEXO 4: Base de datos prueba piloto SPSS

DATA PILOTO- CONFIABILIDAD.sav [Conjunto\_de\_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 27 de 27 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	f
1	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
2	4	1	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
3	4	4	4	3	5	3	3	3	4	3	4	5	3	3	5	5
4	5	5	3	5	5	3	4	4	2	5	5	3	5	3	5	5
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
9	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
11	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
12	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
14	4	1	1	3	3	4	3	1	5	5	3	5	5	1	5	5
15	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
16	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3	5	5
17	4	3	1	1	3	4	4	2	4	4	3	3	5	4	5	5
18	3	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
20																
21																
22																
23																

Vista de datos Vista de variables

RESULTADOS ESTADISTICOS.sav [Conjunto\_de\_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	Realizo mis funciones concentrada y/o animada en mi centro de trabajo.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	Mi esfuerzo es reconocido y/o recompensado por mi jefe.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	Tengo oportunidades de ascenso y/o desarrollo profesional dentro de l...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	Me interesa el crecimiento de la empresa.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	Me siento comprometida en esforzarme para el desarrollo de la organi...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	9	0	Acepto y/o respeto las opiniones de mis compañeros de trabajo.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	Mantengo la calma y/o busco soluciones cuando alguna situación se ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	Prefiero trabajar con mis compañeros de trabajo que individualmente.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	Colaboro con mis compañeros de trabajo en caso necesiten ayuda.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	Me adapto con facilidad al puesto de trabajo.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	Me resulta fácil cumplir con los objetivos propuestos.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	Promuevo iniciativas para mejorar la calidad del servicio en mi trabajo.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	Me considero una persona capacitada para asumir mayor responsabili...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	Mis jefes toman en cuenta mis sugerencias	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	Inicio y termino mi trabajo puntualmente.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	Cumplo eficientemente con el trabajo que se me encomienda.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	Organizo y planifico mi trabajo con anterioridad.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	Aprovecho los recursos de la empresa para realizar mi trabajo de la m...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	Evito malgastar el tiempo y/o los materiales que se me dan para trabaj...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	Soy orientado por mi jefe para mejorar continuamente la calidad del se...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P21	Numérico	8	0	Tengo en cuenta los manuales y/o protocolos de la empresa para orie...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P22	Numérico	8	0	Solicito capacitación y/o talleres para fortalecer mis conocimientos y ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P23	Numérico	8	0	Participo activamente en fomentar el compañerismo en la organización.	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P24	Numérico	8	0	Acostumbro ser una persona optimista y/o aliento a mis compañeros ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P25	Numérico	8	0	Mantengo una comunicación sincera y/o respetuosa con mis compañ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

## ANEXO 5: Instrumento de recolección de datos- evidencia.



### CUESTIONARIO

#### INSTRUCCIONES:

- Lea las siguientes preguntas y conteste marcando con un aspa (X) en el recuadro en blanco de la alternativa que usted considere más cercano a su realidad.

#### Valor de las respuestas:

1= Nunca	2= Casi nunca	3= A veces	4= Casi siempre	5= Siempre
----------	---------------	------------	-----------------	------------

PREGUNTAS	RESPUESTAS				
	1	2	3	4	5
Realizo mis funciones concentrada y/o animada en mi centro de trabajo.					X
Mi esfuerzo es reconocido y/o recompensado por mi jefe.				X	
Tengo oportunidades de ascenso y/o desarrollo profesional dentro de la organización.					X
Me interesa el crecimiento de la empresa.					X
Me siento comprometida en esforzarme para el desarrollo de la organización.					X
Acepto y/o respeto las opiniones de mis compañeros de trabajo.					X
Mantengo la calma y/o busco soluciones cuando alguna situación se sale de control.					X
Prefiero trabajar con mis compañeros de trabajo que individualmente.					X
Colaboro con mis compañeros de trabajo en caso necesiten ayuda.					X
Me adapto con facilidad al puesto de trabajo.				X	

Me resulta fácil cumplir con los objetivos propuestos.					x
Promuevo iniciativas para mejorar la calidad del servicio en mi trabajo.					x
Me considero una persona capacitada para asumir mayor responsabilidad dentro de la organización.					x
Mis jefes toman en cuenta mis sugerencias.					x
Inicio y termino mi trabajo puntualmente.					x
Cumplo eficientemente con el trabajo que se me encomienda.					x
Organizo y planifico mi trabajo con anterioridad.					x
Aprovecho los recursos de la empresa para realizar mi trabajo de la mejor manera.					x
Evito malgastar el tiempo y/o los materiales que se me dan para trabajar.					x
Soy orientado por mi jefe para mejorar continuamente la calidad del servicio.					x
Tengo en cuenta los manuales y/o protocolos de la empresa para orientarme en brindar un mejor servicio a los clientes.					x
Solicito capacitación y/o talleres para fortalecer mis conocimientos y habilidades.					x
Participo activamente en fomentar el compañerismo en la organización.					x
Acostumbro ser una persona optimista y/o aliento a mis compañeros de trabajo en conseguir las metas.					x
Mantengo una comunicación sincera y/o respetuosa con mis compañeros de trabajo.					x
Mi trabajo eficiente fortalece la marca de la empresa.					x
Atiendo las opiniones, reclamos y/o sugerencias de los clientes de manera rápida y/o efectiva.					x

**Gracias por tu participación.**

## ANEXO 6: Acta de coincidencias- Turnitin.

Visualizador de Documentos de Turnitin - Google Chrome

Es seguro | https://turnitin.com/dv?s=1&co=828801677&u=1051161585&lang=es&

Probar el nuevo Feedback Studio

TESIS III | TESIS III para et- 31-Dic-2017 | Roadmap | Trabajo 11 de 23

Originality | GradeMark | PeerMark

Tesis- POR LILA ATENAS RODRIGUEZ

turnitin 9% SIMILAR DE 0

**Resumen de Coincidencias**

- 1 es.slideshare.net fuente de Internet <1%
- 2 cybertesis.unmsm.edu.pe fuente de Internet <1%
- 3 www.theibfr.com fuente de Internet <1%
- 4 Entregado a Universid... Trabajo de estudiante <1%
- 5 Entregado a Universid... Trabajo de estudiante <1%
- 6 media.utp.edu.co fuente de Internet <1%
- 7 issuu.com fuente de Internet <1%
- 8 myslide.es fuente de Internet <1%

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

"La influencia del intraemprendimiento femenino en la competitividad de la empresa Perú Money S.A.C. Lima Metropolitana- 2017"

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.

**Autora:**  
RODRIGUEZ NORIEGA, Lila Atenas.

**Asesor:**  
Dr. DIAZ SAUCEDO, Antonio.

**Línea de investigación:**  
Gestión del talento humano.

**LIMA- PERÚ**  
Año 2017

Entregar archivo

Informe de GradeMark | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
Lila Atenas Rodrigue...	Tesis- Intraemprendimiento	9%				828801677	03-jul-2017
Eveling Garcia Cruz	Medidas de ecoeficiencia y su relación c...	11%				828761317	03-jul-2017
Noely Sanchez Culque...	MARKETING RELACIONAL	11%				828496667	01-jul-2017
Diego Apestegui	desarrollo	12%				828372505	30-jun-2017
Janeth Jenny Coras B...	ESTRATEGIA DEL MARKETING MIX SOBRE EL NI...	12%				828424781	30-jun-2017
Mary Carmen Tenorio ...	LA GESTION LOGISTICA Y SU RELACION CON E...	14%				826948926	22-jun-2017
Cristian Augusto Pim...	Relacion del marketing con la decision d...	15%				826743593	21-jun-2017
Rosa Amaro	Influencia del empowerment en la calidad...	16%				828382630	30-jun-2017
Karol Verde Sevilan...	Educación financiera	16%				828689760	02-jul-2017
Jonathan Gomez Apoli...	ROTACIÓN DEL PERSONAL Y SU INFLUENCIA E...	17%				828380112	30-jun-2017
Jorge Luis Over Cabr...	El emprendedorismo y su relación con la ...	18%				828715874	02-jul-2017
Daniel Gonzales De L...	Gestion del talento humano y su relacion...	19%				828524074	01-jul-2017
Holger Tunque Suyo	Tesis: La gestión empresarial y su relac...	19%				828002421	28-jun-2017
Emma Lévano Arrué	Influencia del Control interno en la Ges...	20%				828684959	02-jul-2017
Jorge Over Cabrera	emprendeorismo e informalidad	22%				828404680	30-jun-2017
Carlos Sierra	Clima organizacional y su influencia en ...	23%				828758089	03-jul-2017