



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
PÚBLICA**

**Gestión estratégica de emprendimiento femenino en el desempeño
empresarial en la provincia de Trujillo 2019**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Br. Odicio Ramos, Gladys Leonor (ORCID: 0000-0001-8934-4309)

ASESOR:

Dr. Osorio Carrera, César Javier (ORCID: 0000-0002-2830-6420)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

TRUJILLO - PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis hijos, mi esposo y mis padres quienes
me hicieron conocer el amor y sentir la trascendencia

Br. Gladys Leonor Odicio Ramos

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad César Vallejo Alma Mater que me ha dado la oportunidad de superarme en mi profesión. A mi asesor Dr. César Javier Osorio Carrera por su mentoría para concluir esta tesis.

Br. Gladys Leonor Odicio Ramos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	24
3.1 Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Variables y operacionalización	25
3.3 Población	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
3.5 Procedimientos	29
3.6 Método de análisis de datos	29
3.7 Aspectos éticos	29
IV. RESULTADOS	30
4.1. Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.	30
4.2. Determinar el nivel de desempeño empresarial.	30
4.3. Determinar la asociación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.	31
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
	iv

REFERENCIAS	40
ANEXOS	48
Anexo 1. Declaratoria de autenticidad (autores)	48
Anexo 2. Declaratoria de autenticidad (asesor)	49
Anexo 3. Matriz de operacionalización de variables	50
Anexo 4. ...Cuestionario de la variable Gestión estratégica de emprendimiento femenino	52
Anexo 5. ...Cuestionario de la variable Desempeño empresarial	53
Anexo 6. ...Ficha técnica Cuestionario Gestión estratégica de emprendimiento femenino	54
Anexo 7. ...Ficha técnica Cuestionario de Desempeño empresarial	55
Anexo 8.Validación en confiabilidad Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.	56
Anexo 9.Validación en confiabilidad Cuestionario de Desempeño empresarial.	57
Anexo 10. ...Validación en constructo de instrumentos	58
Anexo 11. Matriz de consistencia	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Definición conceptual y operacional de variables</i>	25
Tabla 2: <i>Operacionalización de variables.</i>	25
Tabla 3: <i>Distribución de la población</i>	26
Tabla 4: <i>Formato de validez de constructo</i>	28
Tabla 5: <i>Formato de validez de constructo</i>	28
Tabla 6: <i>Determinación del nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.</i>	30
Tabla 7: <i>Determinación del nivel de desempeño empresarial.</i>	31
Tabla 8: <i>Resultado prueba Chi Cuadrado entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.</i>	32

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: Determinación del nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino. 40

Figura 2: Determinación del nivel de desempeño empresarial.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar en qué medida la gestión estratégica de emprendimiento femenino se relaciona con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019. La metodología de trabajo, según el propósito es aplicada y según el diseño de investigación es no experimental u observacional, donde la muestra fue por conveniencia y estuvo conformada por 19 empresarios y microempresarios del Centro Comercial. Asimismo, se utilizó el test de evaluación de emprendedores y el cuestionario de desempeño empresarial como instrumentos de recolección de datos. Mediante la aplicación de instrumentos, respecto a la variable Gestión estratégica de emprendimiento femenino predominó la categoría alta 42% (8 empresarios), asimismo seguido de la categoría media 37% (7 empresarios) y una preocupante categoría baja 21% (4 empresarios). A nivel dimensional en la dimensión Necesidad de logro predominó la categoría alto (42%, 8 empresarios), en la dimensión Control de locus y en la Misión estratégica femenina predominó la categoría media (42%, 8 empresarios). Respecto a la variable Desempeño Empresarial predominó las categorías medio y alto 42% (8 empresarios) respectivamente, asimismo seguido de la categoría baja 16% (3 empresarios). A nivel dimensional, en la dimensión Orientación al mercado (OM) destacó la categoría alto (42%, 8), en la dimensión Orientación emprendedora (OE) destacaron las categorías medio y alto (42%, 8) y a nivel de trayectoria destacó la categoría medio (37%, 7). Finalmente, se encontró asociación estadística significativa de nivel alto entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial ($X^2 = 0.731$, $p = 0.000$, $\alpha = 0.05$), concluyendo que existe asociación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Palabras clave: Gestión Estratégica de Emprendimiento Femenino, Desempeño Empresarial, Provincia de Trujillo.

ABSTRACT

This research aimed to determine the extent to which the strategic management of female entrepreneurship relates to business performance in Trujillo province, 2019. The working methodology, according to the purpose is applied and according to the research design is non-experimental or observational, where the sample was for convenience and was made up of 19 entrepreneurs and micro-entrepreneurs of the Shopping Center. The Entrepreneur Evaluation Test and the Business Performance Questionnaire were also used as data collection tools. Through the application of instruments, with regard to the variable Strategic Management of Women's Entrepreneurship dominated the high category 42% (8 entrepreneurs), also followed by the average category 37% (7 entrepreneurs) and a worrying low category 21% (4 entrepreneurs). At the dimensional level in the dimension Need for achievement I assume the high category (42%, 8 entrepreneurs), in the dimension Control of locus and in the Women's Strategic Mission I assume the middle category (42%, 8 entrepreneurs). Regarding the variable Business Performance prevailed the average and high categories 42% (8 entrepreneurs) respectively, also followed by the low category 16% (3 entrepreneurs). At the dimensional level, in the Market Orientation (OM) dimension I highlight the high category (42%, 8), in the Dimension Entrepreneurial Orientation (OE) highlighted the medium and high categories (42%, 8) and at trajectory level highlighted the average category (37%, 7). Finally, significant high-level statistical partnership was found between Women's Strategic Entrepreneurship Management and Business Performance ($X^2 = 0.731$, $p = 0.000$, $\alpha = 0.05$), concluding that there is a statistical partnership between Strategic Management of Women's Entrepreneurship and Business Performance.

Keywords: Strategic Management of Women's Entrepreneurship, Business Performance, Trujillo Province.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, las mujeres han sido reconocidas como el principal factor de desarrollo y de inversión social, una mujer vera por sus padres, vera por sus hermanos, vera por sus hijos. A diferencia del hombre, una mujer tiene una visión más sólida de vida basada en el bienestar de sus hijos y su familia, aspecto que no se da necesariamente en el hombre. Las mujeres son las creadoras de las civilizaciones materiales y espirituales y una fuerza importante para el desarrollo y el progreso de la sociedad. Comienza la célula social con la que trabaja la familia, porque al final siempre tendrán una madre e hijos, sean hombres o no.

Cada vez más mujeres están abriendo más oportunidades para la educación, la creación de capacidad y el conocimiento a fin de participar mejor en el mercado laboral (Palma et al., 2017). Este ha sido un elemento importante en la creciente tendencia de las mujeres a realizar tareas en las últimas décadas. Sin embargo, el papel tradicional del hombre como cabeza de familia y de la mujer como cabeza de familia y padre del proveedor, y el apoyo de la persona responsable, sigue siendo una limitación importante a la hora de iniciar un negocio.. (Castro et al., 2015)

Al igual que sus homólogos hombres, en temas de emprendimiento las mujeres manifiestan una capacidad instintiva de salir adelante en pos del bienestar de su familia, con ideas novedosas y renovadas, encajando en el enfoque de Palma et al. (2017), quienes refieren que el término “emprendimiento” es utilizado para definir a las personas que inician una nueva empresa o agregan valor a un producto ya existente de forma creativa e innovadora.

El emprendimiento femenino, tal como lo aducen Fuentes y Sánchez (2010), es un campo de la investigación en expansión entre los académicos y estudiosos, debido a la incorporación de la mujer en escenarios en los cuales estaba tradicionalmente excluida, y al desempeño demostrado para sacar adelante los negocios, así como el reconocimiento de que la actividad emprendedora forjada, ha tenido experiencias exitosas que van vinculadas al crecimiento económico y a la generación de empleo.

Ser empresario es una cualidad distinta, no cualquiera lo es y lograr una empresa que trascienda también es un grupo selecto. Típicamente los emprendimientos son pequeños negocios cuya mejor definición es un autoempleo, pues la característica de este es que el emprendedor esté a cargo. Aunque es un emprendimiento y cumple su función, su desempeño empresarial todavía está en incertidumbre. Muchos emprendimientos exitosos no llegarán a ser empresas y otros no tan exitosos llegan a ser empresa. Típicamente, las Startups tienen sus períodos de sobrevivencia, la mayoría no llega a los 3 años.

Los estudios (en particular de Porter) han concluido que el desempeño y destino de la empresa, no está en su situación actual, ni pasada, sino en su estrategia o en una forma de proceder estratégica de proceder, que le da un optimo presente que le permite el futuro corto y mediano plazo dando una visión para el largo plazo.

Si no se tiene un buen presente, se está ocupado en pasar el día, si se tiene un buen presente, se piensa en mañana, el mañana es mejor y permite el ahorro o planificación.

El desempeño empresarial y el emprendimiento femenino, requiere de un estudio adecuado, por la naturaleza misma de la mujer, y sobre todo por su vínculo familiar, su condición de madre y sustrato de la familia. Evidentemente, a la hora de planificar estrategias, es diferente las prioridades del hombre y las prioridades de las mujeres, como también los recursos psicológicos.

En la actualidad se han hecho muchos estudios sobre Mypes, emprendimiento y desempeño empresarial, sin embargo no se ha tenido en cuenta la estrategia desde la perspectiva femenina, la misma que debe incluir sus hijos, su familia, y a diferencia del hombre mejores redes sociales. Lo que nos lleva al siguiente problema a de investigación:

¿En qué medida la gestión estratégica de emprendimiento femenino se relaciona con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019?.

Conveniencia: son muchos los emprendimientos y programas de desarrollo de emprendimiento no toman en cuenta las características de la mujer emprendedora o que quiere emprender, que son diferentes del hombre y

sus circunstancias también son diferentes de ahí su poca efectividad, con el presente estudio queremos contribuir a conocer su realidad para que las acciones sobre emprendimiento femenino sean mejores..

La relevancia social tiene relevancia porque en particular en los niveles socioeconómicos bajos la mujer es madre y/o empleada, y es una auto empleada emprendedora, sin embargo su crecimiento y desarrollo depende de sus logros en desempeño empresarial, que es lo que traerá bienestar a ella y su familia, mejorando la sociedad..

Implicancias prácticas: será de gran contribución, debido a que si bien es cierto la mujer es emprendedora, muchas de ellas se mantienen en el autoempleo y supervivencia por un inadecuado desempeño empresarial o financiero, siendo que las acciones para que mejoren no dan resultados por que no contemplan su condición de mujer.

Valor Teórico: tiene gran valor teórico, por cuanto no hay estudios sobre esta temática.

Beneficio metodológico: Esta investigación tiene un valor metodológico, ya que permite analizar y adaptar las variables de estudio estructuradas y dimensionadas para que los instrumentos de medición y análisis puedan medirse y analizarse y tengan una visión objetiva, científica y técnica de la realidad objeto de estudio.

La realidad problemática justificada tiene como objetivo principal:

Determinar en qué medida la gestión estratégica de emprendimiento femenino se relaciona con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.

Para llegar al objetivo principal se requiere como objetivos específicos:

- Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.
- Determinar el nivel de desempeño empresarial.
- Determinar la asociación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Con estos tres objetivos específicos podremos estadísticamente demostrar la siguiente hipótesis de investigación:

HO: La gestión estratégica de emprendimiento femenino está relacionada con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.

H1: La gestión estratégica de emprendimiento femenino está relacionada con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Rodríguez (2017) destaca con su disertación "Emprendimiento, estrategia y desempeño de las pequeñas empresas": El caso de Santa Marta". El objetivo de la lectura es reflexionar sobre los factores que pueden explicar el bajo nivel de iniciativa empresarial en los pequeños trabajos en esta parte del país. La lectura comienza con una serie de teorías de entrada que incluyen varios argumentos que pueden afectar al tema del estudio. El método utilizado es la calidad. Finalmente, el texto intenta hacer una hipótesis de los factores que pueden explicar el bajo nivel de emprendimiento en las PYMES de Santa Marta, basándose en algunos elementos teóricos del pensamiento schumpeteriano. Como reflexión final de la siguiente tesis: Las pequeñas empresas en Santa Marta no innovan, lo cual se explica por la baja inversión en tecnología, lo cual tiene efectos negativos en los niveles de productividad, en este sentido los factores de i + d en el tipo de empresa son variables relacionadas con la tecnología, 1992). Sin embargo, los resultados del análisis sugieren que el espíritu empresarial a través de la innovación es todavía embrionario en los pequeños trabajos de esta economía.

Ríos et al. (2019) en su artículo de revista científica *"El capital humano como factor clave en el desempeño empresarial: Una visión desde el empowerment"*, examinará si el impacto de los recursos humanos está determinado por la importancia del rendimiento empresarial, la micro determinación, la autodeterminación, la adecuación y la fluidez: Descripción, correlación y regresión. Análisis. Método normal de los mínimos cuadrados. Los resultados muestran que la autodeterminación y la importancia son más importantes para los empresarios individuales, es decir, para los microempresarios el capital humano o los grupos de trabajo son autónomos. Es importante que el organismo organice actividades (autodeterminación) y concilie inmediatamente mis objetivos y creencias personales (es decir) y los objetivos de la organización con todas las

variables mencionadas. Los resultados de este estudio tratan de explicar el impacto de los recursos humanos en el rendimiento empresarial.

Olaz y Ortiz (2017), en su artículo Enfoque de las características de las mujeres empresarias: investigación cualitativa en la competencia clave, establecieron el propósito de este trabajo para identificar las debilidades. Obstáculos a la actividad empresarial de las mujeres. En este análisis se utilizaron técnicas de agrupación nominal como instrumento de investigación cualitativa para definir estrategias y medidas para invertir esta situación. Desde esta perspectiva, este trabajo concluyó con la comprensión del enfoque de los actores desde la perspectiva de su ecosistema y con el análisis de cómo perciben, adquieren y viven su realidad instrumental. En resumen, el propósito no es tanto salvar la experiencia íntima de los objetos en el proceso, sino entender el significado que guía sus acciones, ya que tales acciones contribuyen a la construcción de la realidad social. Sin embargo, el empresario, que en principio es un extranjero para las cuestiones de género, introduce una serie de reflejos motivados por el papel que pueden desempeñar las mujeres en un mundo de hombres y hombres. Esto significa que los factores inhibidores del espíritu empresarial se tiñen en las mujeres con dificultades diferentes a las de los hombres, si es posible no con un ataque similar así. Las razones básicas se relacionan con el hecho de que la empresa parece estar contextualizada como una ocupación adicional que debe estar vinculada al papel considerado de hija, esposa y madre. Otros aspectos dignos de mención son los relativos a los aspectos formativos que, en el caso de las mujeres, recaen en los hombres en un plazo de 45 a 65 años, lo que es típico de las sociedades en las que los papeles de la mujer se reservan a los que trabajan para el país. Por lo tanto, no hay que olvidar el momento de actuar desde un enfoque competitivo, que es más que un conocimiento tradicional, pero además de las habilidades y destrezas de las personas no hay que olvidar este autoconocimiento sobre las personas y el autogobierno por lo que el punto de partida es esencial.

Londoño y Acevedo (2018), en su trabajo de investigación "Aprendizaje organizativo (AO) y rendimiento organizativo según un enfoque de aprendizaje

dinámico", tiene como objetivo proporcionar una visión más completa de la relación entre el aprendizaje organizativo y el rendimiento organizativo. Las instituciones académicas tienen lugar dentro de las instituciones, dependiendo de su alcance colectivo o nivel individual. Sobre la base de estas tipologías, se considerarán los factores que promueven el crecimiento del aprendizaje con el rendimiento empresarial, a fin de averiguar por qué las organizaciones deben estudiar como piedras angulares de la competencia. y permanentemente a lo largo del tiempo como una actividad de mantenimiento en un entorno dinámico y en constante cambio. En la terminología metodológica, para evaluar el AO, el aprendizaje dinámico y el rendimiento a lo largo del tiempo, se ha hecho una evaluación de la bibliografía de orden descriptivo utilizada como concepto de referencia relacionado. a la organización en la que estudia, comenzando por los tipos de organización y el entorno (individual y colectivo); Por último, la organización de las consideraciones sobre el aprendizaje y el rendimiento empresarial pone de relieve la importancia del AO en el enfoque de sus aptitudes dinámicas y su impacto en el rendimiento, donde es evidente su importancia en La competencia empresarial a diferentes niveles y en su estructura.

Flores y Bojórquez (2018) tuvo como objetivo principal en su artículo de la revista científica "Creación de Empresas: El caso de los empresarios de software en Yucatán" evaluar la efectividad de la innovación empresarial de capital humano en el desempeño organizacional. El estudio fue transversal con correlación de alcance. Fue desarrollado de manera mixta usando un diseño incrustado (incrustado o anidado). El diseño integrado mixto implica que las técnicas de recopilación de datos de alta calidad (Creswell y Plano, 2007) se incorporan al diseño de recopilación de datos cualitativos. Resultados: Las empresas de software yucatecas muestran resultados positivos en las actividades de innovación y demuestran que la innovación es una variable que contribuye positivamente al desempeño de las empresas de software en el contexto yucateco. . Conclusión: Este trabajo aporta pruebas para fortalecer el papel de la innovación en las operaciones comerciales. Analiza los factores que fomentan el desarrollo de iniciativas como la historia familiar y la formación profesional. Destaca la importancia de las empresas conjuntas proactivas y el papel de este

tipo de motivación para asegurar que las empresas de alta tecnología, como el software, se desempeñen bien en un entorno empresarial sin experiencia, como el de Yucatán.

Chávez y Feijó (2020), en su documento científico "Women Entrepreneurship and Contribution to Socio-Economic Development of the City of Portoviejo", describe la naturaleza y los intentos de mostrar la contribución de las mujeres al desarrollo socioeconómico entre las mujeres empresarias de Portoviejo. La exposición abarca 9 municipios. Se realizó un examen de la literatura de los principales estudios en los ámbitos local y nacional para demostrar la contribución de la mina de la mujer portovejense al desarrollo socioeconómico de la UE. Los resultados mostraron que en 2017, 2018 y 2019, el número de nuevas instalaciones comerciales que empezaron a funcionar económicamente en Portoviejo aumentó significativamente, con 860 en 2017 y 1.352 en 2018. y 2019 de 1.943, en los tres años de análisis se registraron 4.185 empresas de nuestro total en RISE, lo que demuestra que la mujer portovejense es una pieza fundamental de la creación de nuevos puestos de trabajo y de la participación activa en el desarrollo económico de Portoviejo. Los indicadores demográficos muestran la autoridad en la provincia de Manabí y en el total de la población femenina de Portoviejo en relación con la población masculina afectada por la migración del campo a la ciudad.

Cerda (2017) analizó en su disertación "el comportamiento del empresariado y su importancia en el desarrollo de la sociedad socialista nicaragüense" para aprovechar una oportunidad que le brindaba el mercado (Pérez & Gardey, 2010), fue entonces cuando surgió la metodología relacionada con el público, se realizó un estudio mixto, literatura y campo con un alcance descriptivo. ;; mediante la recolección de información a través de entrevistas con personas clave y la recolección y evaluación de documentos, estadísticas y contextos de fuentes confiables que respaldan la credibilidad de esta investigación. Las fuentes primarias y secundarias se utilizan en un enfoque mixto que utiliza el análisis cualitativo y cuantitativo. Los datos se recogen mediante una muestra intencional de 15 entrevistas y encuestas realizadas por organismos nacionales e internacionales que repercuten en la expansión del espíritu empresarial en el país.

Analizando todos los factores de dirección, se concluye que el emprendimiento en Nicaragua es una actividad dominada por los jóvenes que ha ganado relevancia en los últimos años. y han encontrado mayor apoyo para su desarrollo; sin embargo, hay muchos aspectos en los que se sigue trabajando. Una de ellas es la disminución de las empresas informales en todo el país, que impiden un mayor control del desarrollo intelectual. Porros. Otro aspecto del examen amplio que requiere una mayor promoción es la participación de la mujer en la actividad empresarial para reducir la desigualdad entre los géneros, que regula el entorno económico y promueve una cultura de empresa formal entre las mujeres. Al analizar la calidad de los sectores sociales, se observa que el espíritu empresarial ha logrado marcar la diferencia en la sociedad y mejorar la calidad de vida de los nicaragüenses en zonas difíciles. y los índices de pobreza; así como ha desarrollado un desarrollo del pensamiento en aspectos culturales donde la creación y la innovación son posibles.

Nación

A nivel nacional, Silva (2019), con la tesis "Mujeres Empresarias en el Perú - Innovación y el lanzamiento de La Floristería", quiere promover la implementación de una nueva estrategia basada en la innovación multidimensional de un compromiso. basado en el conocimiento y la experiencia de proyectos anteriores. Por eso ha tenido éxito al operar la primera floristería en línea de la ciudad de Piura, con un servicio personalizado, dedicado a la continua innovación, creatividad y calidad de cada uno de sus productos. Por cierto, La Floristería ha evolucionado desde un inicio hasta la consolidación de una empresa, ofreciendo arreglos florales para toda ocasión, servicios nupciales, decoraciones básicas y accesorios. La puesta en práctica de diferentes tipos de innovación tiene un efecto positivo en la empresa, no sólo posicionándose sino también ganando nuevos clientes y diversificando sus productos. El estudio concluye argumentando que la innovación continua ha sido la clave para el desarrollo del espíritu empresarial, creando valor no sólo para los productos sino también para el servicio al cliente.

Marchán (2019) En su disertación "La violencia contra las mujeres y las mujeres de negocios: Un estudio empírico para el Perú en los años 2005-2018" quiere medir la relación entre las víctimas de la violencia. Violencia contra la mujer (situaciones de control, violencia psicológica y/o física) y capacidad de trabajo. Los métodos económicos utilizados para medir las relaciones de los tipos de interés son efectos generales con cinco impactos regionales y períodos de impacto. Es una mujer de negocios dependiente y variable. Esta es la situación de una mujer que trabaja para ella y utiliza de forma independiente la violencia contra la mujer, lo que corresponde a cualquier violencia psicológica o física. Esto demuestra que existe una correlación negativa entre la violencia contra las mujeres y las mujeres de negocios. Esta relación es más evidente en la violencia, en forma de celos o control de la situación. El estudio llega a la conclusión de que la presencia de la violencia contra la mujer es menos probable que la de las mujeres que realizan actividades comerciales. La solución de este problema crea mejores oportunidades de empleo para las mujeres cuyas leyes las protegen. Sin embargo, como los posibles problemas de endogeneidad no se adaptaron, el estudio no pudo probar que esta relación es de causa y efecto..

Local

A nivel local, Vásquez (2018), con su tesis "Factores que definen el caso de negocio para las mujeres": Distrito de Chao, hasta el 2018" para encontrar los factores que identifican el caso de negocio para las mujeres: Distrito de Chao, hasta el 2018. investigación, en la que se crean simultáneamente técnicas de encuesta y cuestionarios, se lanzan diseños no de prueba y transversales, ya que se ha hecho en una sola medida y el objetivo es describir variables para analizar sus proporciones y relaciones en momentos específicos. Trabaja con una población desconocida, en la que la muestra consta de 366 mujeres de 18 a 50 años o más, que tienen actividades comerciales en el condado de Chao, y un cuestionario con un tejido Likert. Se utilizaron estadísticas descriptivas para desarrollar y analizar los datos. Los resultados permitieron concluir que se habían identificado ciertos elementos de la capacidad empresarial femenina en su dimensionamiento Finalmente, se planteó la hipótesis de que los elementos de la

capacidad empresarial femenina eran los que corresponden al género de las mujeres en el condado de Chao.

Rodríguez (2019) En su tesis doctoral titulada "Trujillo en 2019, la relación de las empresas familiares con la herencia y la continuidad y los elementos del éxito empresarial", la gestión del éxito empresarial, la herencia, la herencia y las aptitudes y los factores tecnológicos fueron un objetivo común para identificarlos. Las muestras se tomaron de la cartera de clientes de la antigua empresa Edpyme Pro, que consta de 51 empresas familiares. Este trabajo me llevó a la conclusión de que las empresas modelo siguen la herencia de las empresas familiares para asegurar su continuidad, pero sólo se consideraron cuatro factores. De hecho, los resultados muestran más. La investigación sigue siendo un punto de partida para futuras investigaciones. Esta experiencia nos ayudará a hacer más preguntas y preocupaciones, a trabajar más y a ayudar a las empresas que se acaban de implantar. Regresa. En el caso de las empresas que forman parte del ejemplo, hemos llegado a la conclusión de que gran parte de ellas se utilizarán para evaluar aspectos que no se tienen en cuenta a la hora de formar al sucesor, lo que pondrá de relieve especialmente su nueva generación en lo que respecta a la educación y el desarrollo intelectual.

Pizan (2017) explicó en su disertación "Elemento de Emprendimiento: Un análisis del proceso de negocios con enfoque en las mypes nuevas y emergentes en la ciudad de Trujillo-Perú-2017" los factores clave del emprendimiento. en el proceso de nuevos negocios. Se aplicó un estudio para explicar el diseño experimental y con un perfil transversal; la población está compuesta por 60.000 empresarios y 35 expertos de la Ciudad de Trujillo, el tamaño de la muestra para los empresarios es de 382 y se determina por una muestra aleatoria simple, los 35 expertos fueron creados a discreción de los investigadores. En el estudio se utilizaron tres dimensiones: la demográfica, los determinantes internos y los factores de autenticación externos, en los que la población y los factores internos están constituidos por las condiciones y características de las empresas y las actitudes y aptitudes. sus aptitudes en relación con las dimensiones externas, que están constituidas por los microambientes y las cosas. Para la reunión de datos, el

cuestionario se utilizó como instrumento y técnica para las dimensiones demográficas, utilizando un panorama interno de varias opciones y una escala de Likert para las dimensiones externas. Como resultado, se descubrió que el Índice de Rendimiento Empresarial está liderado por empresarios potenciales. Los empresarios que abandonan la empresa tienen más probabilidades de ser detenidos, y las condiciones externas no son suficientes para apoyar el ecosistema empresarial.

Gutiérrez y Montenegro (2019) en su disertación "Factores Relacionados con el Desarrollo Empresarial Sostenible de los Jóvenes Universitarios de la Ciudad de Trujillo 2018" identificó el objetivo principal de este estudio: Identificar los factores relacionados con el desarrollo sostenible de los jóvenes universitarios de la ciudad de Trujillo en el 2018. Por lo tanto, primero describimos la realidad problemática que refuerza sus preocupaciones. Voy a examinar los factores relacionados con el desarrollo sostenible de los jóvenes universitarios de la ciudad de Trujillo en 2018. En este contexto, planteamos la siguiente hipótesis: Los factores relacionados con el desarrollo sostenible de los jóvenes universitarios de la Ciudad de Trujillo en 2018 son de carácter económico, social, ambiental e institucional. . Este estudio descriptivo básico se realizó con una muestra no probabilística, que resultó en una muestra de 447 jóvenes universitarios, para cuya elaboración se utilizó un cuestionario como herramienta. En esta tesis se propusieron los siguientes objetivos para identificar si el factor de sostenibilidad económica interviene en el 2018 para determinar si los factores de sostenibilidad social intervienen en el desarrollo sostenible del año escolar de la UE en la ciudad de Trujillo 2018, en el que se analiza si los factores ambientales sostenibles intervienen en el desarrollo sostenible de los jóvenes universitarios de la Ciudad de Trujillo en 2018, y el nivel de desarrollo sostenible se determina. Sostenibilidad de los estudiantes universitarios 2018. Se concluyó que el desarrollo sostenible de los jóvenes universitarios de la Ciudad de Trujillo en 2018 para el crecimiento continuo se basa en cuatro factores y debe ser un desarrollo paralelo, estos son: económico, social, ambiental e institucional sostenible y el desarrollo sostenible se encuentra en un nivel moderado.

Cuevas (2019) en su disertación "Características de la formalización del empleo y el emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector industrial - en el sector del calzado, Distrito El Porvenir-Trujillo, 2015", tiene como objetivo identificar las principales características de la formalización del empleo y la salud mental, 2015. el diseño del estudio no se describe transversalmente. Con una población de 2066 y una muestra de 185 zapatos Mypes del distrito de El Porvenir, el cuestionario contenía 16 preguntas. Recoger los resultados: En cuanto a la formalización del empleo, el 53% declaró que cuando sus empleados recibían todos los beneficios legales, recibían más del 50%; el 30% de los encuestados declaró que sus empleados recibían todos los beneficios legales por debajo del 50%, mientras que sólo el 17% de los encuestados declaró que el 100% de sus empleados recibían todos los beneficios legales. beneficios legales. Para la iniciativa empresarial: el 100% de los encuestados, el 55,1%, dijo que su crecimiento se había logrado al iniciar un negocio, mientras que el 44,9% dijo que estaba construyendo un negocio. Su negocio creando una fuente económica de ingresos para su familia. Por esta razón, podemos ver que la mayoría de los encuestados dirigen su negocio para iniciar una empresa, pero la mayoría fracasa porque incluyen los gastos personales en los costos de Mypes. Por último, se concluye que la mayoría de los microempresarios no formalizan a sus empleados ni inician un negocio.

La persona que inicia o "compromete" el establecimiento de un negocio se llama empresario. En general, sin embargo, el empresario no sólo participa en la creación de una empresa, sino también en la creación de diversos tipos de organizaciones u otras entidades, como ciudadanos, organizaciones sociales u organizaciones políticas. En otras palabras, el acto de lealtad no sólo es característico del mundo de los negocios o de la comunidad empresarial, sino también de la sociedad en su conjunto. Un fenómeno empresarial "mixto" implica no sólo beneficios económicos, sino también una iniciativa empresarial social, incluida la mejora del bienestar de los niños. Mejorar el nivel de vida de la gente. Como actividad basada en la expresión natural y cultural de un campo, el turismo se diferencia de otras actividades económicas de los productos y servicios a los

que se limita. Sin embargo, al igual que con otras actividades, se pueden crear empresas directamente relacionadas con el turismo y empresas con turismo indirecto. En ambos casos, sin embargo, es posible crear un espíritu empresarial.

Según la definición de emprendimiento, el término deriva de la voz latina de Castilla, y me quemaré, cogeré o me meteré en el fuego en España y otros países que ahora se refieren al ejército, que ahora se refiere al ejército. Este significado del término se desarrolló más tarde en las autonomías comerciales. Esta palabra se definió por primera vez en el Diccionario de Autoridades en 1732. Sigue teniendo el siguiente significado: la persona que realiza y ejecuta algunas operaciones importantes y difíciles con determinación y resolución.. (Krauss, 2011).

Moori (2004), El nombre de la empresa de los empresarios que actúan solos y de forma diferente a las empresas. Un empresario es una persona capaz de innovar. Más tarde, los empresarios parecieron asociarse con el concepto de innovación, pero como modelo económico-económico, ésta era una forma de actuar para crear pensamiento y riqueza. hay; es decir, este pensamiento, el pensamiento y el movimiento hacia las oportunidades se convierte en un camino. El Centro de Iniciativa Empresarial de la Universidad de Miami en Ohio define este concepto como el proceso de definir, desarrollar y realizar una visión que podría ser una nueva idea, una oportunidad o un trabajo mucho mejor. El resultado es la creación de un nuevo negocio en condiciones muy arriesgadas e inciertas. También se describe a sí mismo como "alguien que permite que las ideas broten y se desarrollen y luego las hace repensar con su creatividad e inocencia". Y las mejores ideas son las que vuelan en ese momento. solo, sin que sus inventores las guíen toda su vida. Comeche (2004) explica que se considera que los empresarios son los que encuentran oportunidades y crean una organización para aprovechar esas oportunidades. En este contexto, puede decirse, por lo tanto, que las medidas empresariales para encontrar una oportunidad mediante la creación de una nueva organización están implícitas.

Este término se origina desde la antigüedad en relación con el desarrollo del concepto a lo largo de la historia y se ha utilizado en las ciencias sociales. Viene

de las palabras latinas "print" y "I'm Open". Francia comenzó entonces a utilizarlo como "empresario" y luego el inglés lo introdujo como "espíritu empresarial", refiriéndose al comportamiento y las habilidades necesarias (competentes) de las empresas. personas exitosas. El empresario ha recibido varios tratamientos en la literatura económica. Los clásicos usan las palabras "empresario" y "descubridor" en su lugar. La palabra "empresa" proviene del francés "businessman", que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de hacer esfuerzos adicionales para lograr un objetivo; también se utiliza para iniciar un nuevo negocio o proyecto. También se utiliza para referirse a un producto existente o a productos que han creado valor añadido. Por lo tanto, la aptitud y la actitud de la persona le permitieron ir un paso más allá con nuevos desafíos e impulsar nuevos proyectos. Un empresario puede utilizar situaciones insatisfactorias, momentos de hábito, bajo crecimiento empresarial y actitud para desencadenar situaciones satisfactorias y nuevos éxitos.

Una de las mayores características de este tipo de personas es que siempre están buscando el cambio, ofreciendo soluciones a los problemas y midiendo siempre los nuevos desafíos. El mundo en el que vivimos hoy en día está lleno de cambios e incertidumbres causados por la globalización, los medios de comunicación modernos y las tendencias (Elizondo, 2000).

En resumen, aunque se considera que un cierto espíritu empresarial es un concepto nuevo, no es tan cierto que esta característica esté presente a lo largo de toda la historia de la humanidad y que el espíritu empresarial es una capacidad humana de triunfar de nuevas maneras y con ideas de renovación. No es sólo una tarea individual sino también colectiva que requiere habilidad (Jaramillo y Arróspide, 2001). El término "empresario" se refiere al emprendedor, y el espíritu emprendedor se utiliza más generalmente para expresar tanto las funciones empresariales como la creación de empleo. o el desarrollo y la aplicación de ideas empresariales para aprovechar las oportunidades del mercado. En otras palabras, la persona que se enfrenta a la determinación, el dinamismo y mucha acción será difícil en los ámbitos personal, profesional y empresarial denominados

empresarios. En el mundo de los negocios, la economía y las finanzas hay un significado más específico que el de las personas que están dispuestas a ser económicamente vulnerables. Desde el punto de vista de la teoría económica, este término se refiere a quienes definen una oportunidad de mercado y, por lo tanto, organizan los recursos necesarios para iniciar o poner en práctica de manera realista las ideas comerciales. Es común utilizar este término cuando se refiere a "un constructor de negocios" o cuando tiene la oportunidad de poner en práctica la idea de negocio, o cuando alguien inicia un proyecto por su propia iniciativa y bajo su propio riesgo.

Ser empresario es una de las cualidades o características básicas y esenciales de un empresario o dueño de negocio, incluyendo factores que se consideran importantes, como la innovación tecnológica, la organización y la gestión empresarial. Socio; en otras palabras, aunque el carácter empresarial de la iniciativa empresarial parece estar implícito en las definiciones dadas hasta ahora, la iniciativa empresarial incluye no sólo el sector empresarial sino también otros sectores como el de los empleados. (colectivo regional) y la sociedad (colectivo regional).

Tipos de emprendimientos.

Una de las razones por las que el concepto de iniciativa empresarial ha cobrado más importancia en los últimos años es la nueva forma en que se crean oportunidades económicas al reunir y superar ideas. nueva idea. Desde una perspectiva empresarial, la iniciativa empresarial puede tener lugar en tres dimensiones (Evans y Boyan, 1989)

Las empresas realizan constitucionalmente la idea de iniciar un negocio aprovechando las oportunidades comerciales que a menudo se incluyen en un proyecto de creación de empresas. .

El mercado es el espíritu empresarial de la empresa, que se traduce en la aplicación de lo establecido en el proyecto de mezcla de empresas.

El compromiso de la empresa de mejorar las condiciones organizativas actuales, es decir, de mejorar, en su caso, la producción o el servicio de un proceso empresarial en el mercado de bienes y servicios.

Factores que motivan el espíritu empresarial.

La motivación es un aspecto estratégico de considerable importancia, por lo que el empleado está más comprometido con su trabajo, además de un mejor proceso de desempeño de sus funciones, lo que puede conducir a una mejor motivación de la productividad. La tarea de la situación anterior es obligar a nuestros profesionales y competidores si queremos tener éxito en nuestra vida profesional, familiar y social. Por lo tanto, la universidad desempeña un papel muy importante en la educación básica de sus estudiantes y, en el mejor de los casos, en el logro de estos objetivos. Los empresarios son personas que generan ideas y al mismo tiempo desarrollan las habilidades necesarias para ser mejores ciudadanos (Care, 2000).

Factores que promueven el espíritu empresarial y la diversidad de los sectores económicos; pero en general esto (Evans y Leighton, 1989).

Oportunidades de inversión. Esto es el resultado del fomento de la inversión pública y privada en el desarrollo de la infraestructura básica y el valor de algunos recursos.

Oportunidades de negocio. Existe una diferencia conceptual entre una empresa y un negocio, y es que una empresa es (generalmente) creada por oportunidades, mientras que un negocio es una institución creada para un tipo de negocio. Especificado. Un negocio consiste en una actividad, sistema, método u oportunidad de hacer dinero para proporcionar beneficios a otros. Las empresas (por lo general) dependen de una oportunidad (la educación) y giran en torno a una tarea, a menudo por razones económicas. Una empresa consiste en un negocio que fue fundado o fusionado para recaudar dinero para producir, comercializar o proporcionar servicios en beneficio de otros. La empresa gira en torno a la realización de una tarea, pero a diferencia de las empresas, el lema es la visión. En resumen, una empresa es como un negocio, salvo que un negocio también puede incluir actividades, sistemas o métodos mediante los cuales se puede hacer dinero en un contrato de precio. intercambio para ofrecer algunos beneficios; entonces el negocio se basa (normalmente) en las oportunidades,

mientras que la empresa es una institución establecida para un cierto tipo de negocio.

Insatisfacción constructiva. Este es un factor que promueve el espíritu empresarial, ya que los empresarios forman parte de la sociedad y no pueden separarse de ella. Frente a las implacables necesidades de la población, los empresarios tratan de hacerlo creando un negocio que se orienta a las necesidades de la comunidad, el pueblo.

Desarrollo profesional. Se trata de un elemento de motivación empresarial, ya que, por regla general, el futuro especialista desarrolla las competencias empresariales a través de una formación profesional general o básica, según la profesión; gracias a esta formación, los profesionales tienen en cuenta aspectos de la empresa en su desarrollo profesional.

Aumentar la aceptación de un producto o servicio. Esto crea actividades y acciones para muchas situaciones específicas; por ejemplo, la aceptación peruana de los alimentos es un elemento importante del espíritu empresarial en la región.

Rendimiento comercial

En los documentos de estrategia empresarial también se reconoce que, debido a su naturaleza dinámica, las empresas pueden integrar, construir, configurar y adaptar las fuerzas del mercado para mejorar la productividad (Teece et al., 1997). Este enfoque está estrechamente relacionado con la teoría de los recursos y la competencia y se centra en cuestiones fundamentales como el espíritu empresarial y el rendimiento de los negocios. (Shargh y otros, 2009).

Como señala Teece (2007), las funciones dinámicas pueden utilizarse para crear, ampliar, actualizar y proteger continuamente instalaciones de activos que proporcionen una ventaja competitiva. Como reconoce el propio autor, las capacidades dinámicas asociadas a las actividades de alto nivel combinan capacidades de gestión para identificar oportunidades, gestionar amenazas y combinar y configurar activos especializados. La empresa debe ser capaz de adaptarse al entorno y así determinar el precio. Por lo tanto, el traslado depende

principalmente de la gestión de la empresa. Sin embargo, es el impacto de los procesos, sistemas y estructuras organizativas que la empresa ha creado en el pasado para la gestión (Teece, 2007).

Dado que las funciones dinámicas se definen como aquellas que amplían, modifican o crean funciones tradicionales, OM y EMC pueden describirse como aquellas que permiten a una empresa sobrevivir al corto invierno (2003) Dos funciones dinámicas que las empresas pueden utilizar para manipular (2007).

El OM incorpora la aplicación consistente y los conceptos de comercialización de Jaworski (1990) y, por lo tanto, es el núcleo de la comercialización moderna y la gestión estratégica. Narver y Slater (1990) definen OM como una cultura organizacional efectiva y eficiente que crea el comportamiento necesario para crear un valor superior para los compradores y por lo tanto un alto rendimiento para la compañía. Consiste en tres elementos: Enfoque en el cliente, liderazgo competitivo y coordinación interoperable.

Sabeti y Jaworski (1990) definen el OM como una organización intergeneracional del mercado inteligente que satisface las necesidades actuales y futuras de los clientes y la popularidad de la información. Entre los departamentos y toda la organización responde a esto. Mientras que la definición de Narver y Slater (1990) enfatiza los aspectos culturales de la OM, Sabeti y Jaworski (1990) enfatizan los aspectos conductuales (Hult et al., 2004).

Una empresa fuerte y el deseo de proporcionar un valor superior a los clientes, Slater y Narver (1994), y demostrar la capacidad de la empresa para interactuar y competir con los clientes y su alcance. La importancia de la comercialización organizativa (1994); (Sabeti y Jaworski, 1990).

Por otro lado, Lumpkin y Dess (1996) definen el BME como el método, la práctica y el estilo de toma de decisiones con los que los directivos realizan sus negocios, incluyendo procesos como la prueba de herramientas. Nueva tecnología, lista

para aprovechar las oportunidades del mercado de nuevos productos y lista para las aventuras de la construcción naval (2004)

La EMB se asocia a menudo con tres dimensiones: Innovación, explotación y riesgo (Zahra, 1991). La personalidad creativa se refiere al deseo de apoyar la creatividad y la experiencia en el desarrollo de nuevos productos, el uso de la tecnología y los procesos y métodos internos (Lumpkin y Dess, 1996). La proactividad se refiere a la capacidad de las empresas para encontrar oportunidades de mercado para Baker y Sinkula (2009) y, en última instancia, al riesgo de que la dirección se incline a gastar una gran proporción de los recursos o a saldar una deuda importante en la búsqueda de proyectos. Nuevas o novedosas formas de predecir la competencia (Miller, 1983).

En los últimos años, varios estudios han investigado la relación entre las actividades de la OM y el desempeño de los negocios. Kirca et al (2005) aportan más pruebas empíricas de una relación directa y positiva con Ellis (2006); refleja una amplia capacidad de crear valor centrándose en la comercialización de nichos de mercado y nichos orientados al cliente (Baker y Sinkula, 2009).

Sin embargo, las pruebas existentes para esta relación también muestran resultados mixtos. Como ya se ha mencionado, en muchos estudios se ha encontrado una relación positiva entre el OM y el rendimiento empresarial; por ejemplo, Cadogan y otros (1999) en su estudio de las empresas exportadoras británicas y holandesas recibieron coeficientes entre el OM y el rendimiento del orden de 0,21 a 0,55, dependiendo de la composición del OM considerado; Jaworski y Sabeti (1993) en un estudio experimental basado en dos muestras de empresas utilizaron coeficientes de correlación entre el OM y el rendimiento de 0,23 y 0,36 para cada muestra. Narver y Slater (1990) obtuvieron una relación amorosa entre el OM y una potencia aún mayor, especialmente 0,50. El meta-análisis de Kirca et al (2005) muestra claramente que en los estudios en los que se obtiene una relación positiva, se utilizan valores del coeficiente entre el OM y la potencia entre 0,26 y 0,46 para cada tipo de medición de la potencia. . Aunque los resultados de muchos estudios muestran una fuerte relación entre el

modus operandi. Y el poder, algunos estudios indican una relación débil o inexistente (Álvarez et al., 2000). Los reguladores ambientales como la competencia, la turbulencia del mercado o la tecnología pueden ir a la zaga de los resultados (Bigné et al. 2005).

En cuanto a la relación entre los CEM y el rendimiento, el argumento conceptual se centra principalmente en los aspectos financieros del rendimiento. Las empresas con un alto nivel de CEM pueden dirigirse a segmentos de mercado más elevados, cobrar precios más altos y eliminar el mercado antes que sus competidores, lo que debería darles más beneficios y permitirles expandirse más rápidamente (Rauch y Et al., 2009).

Por consiguiente, las consideraciones conceptuales sostienen que los CEM dan lugar a un mayor rendimiento, aunque la amplitud de la relación parece variar entre los estudios. Si bien algunos han descubierto que las empresas utilizan dispositivos básicos robustos para lograr mejores niveles de rendimiento que las empresas adquiridas por Wiklund y Shepherd (2003), otros estudios informan de una baja correlación. Más entre el equipo básico y el rendimiento (Lumpkin y Dess, 2001). Ni siquiera se puede encontrar una relación importante entre las dos variables (George et al. 2001). Como resultado, el alcance de las relaciones de información entre las CGE y el rendimiento empresarial ha cambiado significativamente (Rauch et al., 2009).

OM es una forma efectiva de lograr el rendimiento de los negocios. En particular, las orientaciones comerciales y de mercado se centran en el equipo básico para satisfacer las posibles necesidades de sus clientes y ampliar el mercado de la cadena de tracción mediante la identificación y explotación de nuevas oportunidades (Grinstein, 2008).). Además, los conocimientos e información de comercialización adquiridos suelen ser importantes para los procesos comerciales y la capacitación empresarial (Lou y otros, 2005).

A un OM fuerte hay que añadirle una fuerte unidad organizativa para aprovechar las oportunidades que los clientes puedan recibir y asegurar que las

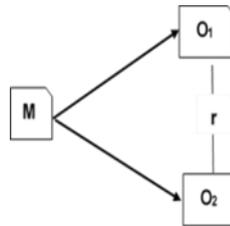
oportunidades sean sistemáticas y ordenadas (Baker y Sinkula, 2009). La OM es particularmente importante para las empresas que se inician y que les permiten responder a los músculos para aprender a tiempo y adaptarse a su entorno. Asociaciones y amenazas (Lou et al. 2005). Varios estudios empíricos han demostrado que las empresas con un alto puntaje de OM tienden a tener una mayor sonrisa de OE (2008) y las empresas que introducen OM y OE se desempeñan mejor. (Bhuyan y otros, 2005).

Especialmente las empresas que son activas y sensibles a sus clientes y competidores participan en ambas estructuras (Grinstein, 2008). La razón de esta relación son las empresas que buscan OM, y la CEM se esfuerza por satisfacer las necesidades explícitas e implícitas de sus clientes con el fin de promover una expansión de mercado que se autodefine y aproveche las oportunidades que surjan (Baker Andula, 2009). Por lo tanto, el equilibrio correcto entre OM y CEM está demostrando ser un elemento clave para el negocio, la supervivencia y el bienestar de la empresa, porque si aquellos que pueden alinearlos eficazmente tienen una mejor comprensión de los clientes actuales y futuros. Tendrán competidores y diferentes condiciones ambientales (Atuahene y Ko, 2001).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación aplicada de diseño no es experimental ni observable, ya que se llevó a cabo sin manipulación de variables. Las variables son independientes, observan los fenómenos tal como ocurren naturalmente en su contexto natural y luego los analizan. (Kerlinger y Lee, 2002)



Donde:

M: Muestra.

O₁: Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

R: Relación.

O₂: Desempeño empresarial.

3.2 Variables y operacionalización

Tabla 1
Definición conceptual y operacional de variables

Variab les	Definición conceptual	Definición Operacional
Gestión estratégica de emprendimiento femenino	Esa es la habilidad que los empresarias mujeres poseen. Los empresarios son un proyecto líder, con visión de futuro y basado en la evaluación de riesgos, que moviliza recursos de una zona de baja actividad a una zona de alta productividad (Burnett, 2000).	El nivel alcanzado en instrumento de medición de emprendimiento utiliza: Escala de Likert TA: Totalmente de Acuerdo DA: De Acuerdo NP: No Precisa ED: En Desacuerdo
Desempeño empresarial	Las capacidades dinámicas permiten a los propietarios de las empresas integrar, construir, configurar y adaptar el rendimiento a los cambios del mercado para obtener un mejor rendimiento (Teece et al., 1997)	El nivel alcanzado en cuestionario de desempeño empresarial Escala de Likert TA: Totalmente de Acuerdo DA: De Acuerdo NP: No Precisa ED: En Desacuerdo

Nota. Fuente: Realizado por la autora.

Tabla 2
Operacionalización de variables.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala
Gestión estratégica de emprendimiento femenino	Necesidad de logro: Relacionados con resultados concretos con la creatividad y el desarrollo de nuevas empresas.	Sensibilidad a las necesidades de otros. Tenacidad Liderazgo Capacidad de decisión Motivación al logro Control de la situación.	Ordinal
	Control de locus Control interno en el lugar de la empresa para influir en los resultados de la misma.	- Tenacidad - Asertividad - Empatía - Capacidad para enfrentar los problemas. - Espíritu positivo	
	Misión estratégica femenina	- Visión de futuro - Seguimiento de misión - Estrategias de logro	
Desempeño empresarial	Orientación al mercado (OM)	- Creación de valor - Cultura de organización - Orientación competitiva - Coordinación interfuncional	Ordinal
	Orientación emprendedora (OE)	- Innovación, - Proactividad - Asunción de riesgo - Logros de infraestructura	
	Innovación	- Logros de capital - Logros de financiamiento - Logros de organización	

Nota. Fuente: Realizado por la autora.

3.3 Población

Población:

La población estuvo conformada por 7 empresas proveedoras del Centro Comercial América y 12 microempresarias dueñas de negocio en este Centro Comercial.

Tabla 3
Distribución de la población

Recursos Humanos	Cantidad de personal
Empresarias	7

Microempresarias	12
Total	19

Nota. Fuente: Distrito de la Esperanza.

Muestra:

La muestra fue por conveniencia y consistió en toda la población.

Criterios de inclusión

Empresas y microempresas cuya titularidad sea femenina. Esto se refiere a que el riesgo de la empresa recaiga en accionarias mujeres, independientemente de que éstas lo administren o no.

Criterio de Exclusión

Empresas que desde su fundación no haya sido riesgo de accionaria femenina.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta

La técnica utilizada es recopilar información a través de preguntas escritas organizadas en cuestionarios en los que se imprimió la encuesta. Se utiliza de una manera específica en lugar de investigar hechos y fenómenos generales. A diferencia de las entrevistas, la encuesta permite a los encuestados leer y responder por escrito a la encuesta antes, sin intervención directa de la persona que está cooperando con la encuesta. La encuesta no requiere que los encuestados calificados la envíen a los encuestados una vez creada la encuesta. A diferencia de las entrevistas, las investigaciones son estructuras lógicas y rigurosas que no cambian a lo largo del proceso de investigación. Las respuestas se recopilan de una manera especial, y las posibles variantes de las respuestas estándar se determinan de la misma manera. Esto facilita la

evaluación de los resultados mediante un método estadístico. (Ibarra, 1998)

Instrumentos de recolección de datos

Para la variable Gestión estratégica de emprendimiento:

La adaptación de la Evaluación de la Prueba de Empresarios fue desarrollada por el ILDEFE, el organismo de desarrollo local de la ciudad de León en España. El mismo, que cuantifica las variables en las dimensiones: necesarias para el logro (7 ítems), el control local (5 ítems) y la misión estratégica de las mujeres (5 ítems)..

Para la variable Desempeño empresarial:

Cuestionario de desempeño empresarial basado en Hidelvys et al. (2010) el mismo que cuantifica la variable en las dimensiones Orientación al mercado (OM, 10 ítems), Orientación emprendedora (OE, 9 ítems) y innovación (4 ítems).

Validez

La validez del constructo se hizo por juicio de 3 expertos y se adjunta en anexo 10.

Tabla 4
Formato de validez de constructo

Experto	Instrumento
	Test de evaluación de emprendimiento desarrollado por ILDEFE Cuestionario sobre el desempeño de las empresas
	Test de evaluación de emprendimiento desarrollado por ILDEFE Cuestionario sobre el desempeño de las empresas
	Test de evaluación de emprendimiento desarrollado por ILDEFE Cuestionario sobre el desempeño de las empresas

Nota. Fuente: Anexo

La validez en confiabilidad se hizo mediante encuesta piloto a 10 casos de violencia contra la mujer en Trujillo, los mismos que ya no participaran o serán excluidos de la investigación y se detalla en anexos 8 y 9.

Tabla 5
Formato de validez de constructo

Instrumento	Alfa de Cronbach	Anexo
Test de Evaluación de Emprendedores desarrollado por ILDEFE Cuestionario sobre el desempeño de las empresas		

Nota. Fuente: xxx

3.5 Procedimientos

- Se pidió a la administración del CC América Permiso para realizar la investigación.
- Se seleccionó los casos de muestra de la población. Esto es lo mismo por conveniencia y fue seleccionado de acuerdo a los criterios de inclusión.
- Se entrevistó a las participantes para determinar los criterios de inclusión, de ratificarse su participación, se le dio los cuestionarios a fin de que completen.
- Los resultados se transfirieron a la base de datos al software estadístico .

3.6 Método de análisis de datos

En cualquier estudio, es necesario procesar los datos, utilizando métodos estadísticos como el principal medio de descripción utilizando indicadores representativos del fenómeno en la población. Se utilizó dos ramas de esta ciencia para el tratamiento estadístico, estadística descriptiva y estadística inferencial, logrando así interpretaciones específicas de los resultados (Devore, 2008).

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación tomó en cuenta el respeto a los principios de anonimato, confidencialidad, respeto a la dignidad humana, el principio de caridad y justicia; su objetivo fue mejorar la calidad y la objetividad de

la investigación. El consentimiento informado del adolescente se solicitó oralmente y por escrito, además, el adolescente tuvo la libertad de suspender su participación cuando lo considere necesario (Hernández et al., 2003).

IV. RESULTADOS

4.1. Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

Tabla 6
Determinación del nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

Categoría	Necesidad de logro		Control de locus		Misión estratégica femenina		GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRENDIMIENTO FEMENINO	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Bajo	4	21	5	26	5	26	4	21
Medio	7	37	8	42	8	42	7	37
Alto	8	42	6	32	6	32	8	42
Total	19	100	19	100	19	100	19	100

En la tabla 6 se aprecia con respecto a la variable Gestión estratégica de emprendimiento femenino predominó la categoría alto 42% (8 empresarios), asimismo seguido de la categoría medio 37% (7 empresarios) y una preocupante categoría bajo 21% (4 empresarios).

A nivel dimensional, con respecto a la dimensión necesidad de logro destacó la categoría alto 42% (8 empresarios). Con respecto a la dimensión control de locus destacó la categoría medio 42% (8 empresarios). Y finalmente con respecto a la dimensión misión estratégica femenina destacó la categoría medio 42% (8 empresarios).

4.2. Determinar el nivel de desempeño empresarial

Tabla 7
Determinación del nivel de desempeño empresarial.

Categoría	Orientación al mercado (OM)		Orientación emprendedora (OE)		Trayectoria		DESEMPEÑO EMPRESARIAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Bajo	5	26	3	16	6	32	3	16
Medio	6	32	8	42	7	37	8	42
Alto	8	42	8	42	6	32	8	42
Total	19	100	19	100	19	100	19	100

Nota. Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 7 se aprecia con respecto a la variable Desempeño Empresarial predominó las categorías medio y alto 42% (8 empresarios) respectivamente, asimismo seguido de la categoría bajo 16% (3 empresarios).

A nivel dimensional, con respecto a la dimensión Orientación al mercado (OM) destacó la categoría alto 42% (8 empresarios). Con respecto a la dimensión Orientación emprendedora (OE) destacó las categorías medio y alto 42% (8 empresarios) respectivamente. Y finalmente con respecto a la dimensión Trayectoria destacó la categoría medio 37% (7 empresarios).

4.3. Determinar la asociación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Prueba de hipótesis:

Ho No existe vinculación probabilística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Ha Existe vinculación probabilística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Tabla 8

Resultado prueba Chi Cuadrado entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

Distribución bilateral		C. contingen cia	P valor
Ordi x Ordi	X2	,731	,000
N de casos válidos		19	

Nota. Fuente: Encuesta realizada.

Conclusión estadística:

Al encontrarse $p = 0.000 < 0.05$, hay rechazo de H_0 y se aceptación H_a
 Concluyendo que hay vinculación estadística entre la Gestión
 estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

V. DISCUSIÓN

Nuestros resultados hallaron respecto al nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino, que predominó el nivel alto (42%, 8 empresarios), seguido del nivel medio (37%, 7 empresarios) y en nivel bajo 21% (4 empresarios). Con respecto al nivel de desempeño empresarial se encontró predominancia tanto el nivel alto como el medio (42%, 8 empresarios), y solo un 16% calificó nivel bajo (3 empresarios). Hay convergencia entre nuestros resultados con los hallados por Quintazi (2017) quien señala que la adecuada gestión de residuos sólidos y demás metas del programa de incentivos (porque no solo se incentiva el manejo de residuos sólidos) mejora la recaudación, esto es porque los sectores altos tienen intereses en que los servicios públicos y en general el espacio público funcione, pues sus negocios dependen de la limpieza, seguridad ciudadana, y demás servicios municipales, es importante destacar que a lo largo de toda la carretera Panamericana que toma diferentes nombres, está el sector financiero, y de comercios que abastecen toda la microempresa formal e informal del distrito así como otros sectores como Huanchaco (incluye el Milagro) esta banca y sobre todo microfinancieras, muchas hijas de la gran banca (como Mi Banco, por citar solo un ejemplo) tienen sólidos intereses en el distrito y sus alrededores, por otra parte, existen en los diferentes sectores, sólidos focos comerciales e industriales, que valoran mucho lo que llamaríamos adecuado espacio público, limpio, seguro, vigilado, con servicios.

Los sectores de la población organizan deliberadamente sus relaciones económicas sobre una base mutua y, para lograr sus objetivos, deben dividirse en pequeños grupos cuyos miembros los identifiquen. Los miembros del grupo A pueden entablar relaciones recíprocas con sus colegas del grupo B y viceversa. Sin embargo, la simetría no se limita a la copia. Tres, cuatro o más grupos pueden corresponder a uno o más ejes. Además, los miembros de los grupos A y B no tienen que mantener correspondencia entre sí, pero pueden hacerlo con los miembros interesados de un tercero con el que tengan

relaciones similares. Por ejemplo, un hombre es responsable de la familia de su hermana, pero no tiene el apoyo de su cuñado, pero si está casado, el hermano de su esposa, un miembro de la familia La tercera huelga le ayudará en una relación de correspondencia Análogamente, las zonas urbanas en las que se juega con un lichi tienen poca influencia en la población menos popular (la más pobre), pero con el progreso (niveles socioeconómicos C, B-, B+) y la demanda de servicios públicos es mejor y también depende de ellos. Debido a los problemas de seguridad y a muchos factores que las empresas no pueden y no necesitan gestionar por sí mismas, es de particular importancia para nuestra investigación Urbana, esta es una forma muy mala de contribuir a los pobres, de pobre a bajo, de bajo a medio bajo y de bajo a medio, dinero (y también fluyendo como una pirámide) que el ascenso de servicios urbanos más valiosos y vecinos más dependientes. Para una persona muy pobre puede no importar que haya basura en su esquina, no tal restaurante, un banco.

En esta línea converge Paredes (2019), quien señala que si bien el PI puede no ser lo idóneo, estimula al gestión administrativa porque permite calificar a los municipios y con ello sus fondos y proyectos, por otro lado, el distrito necesita crecer y ser sustentable, esto incide en el FONCOMUN y diversos programas. Este programa de incentivos es un indicador de la capacidad de gestión de la ciudad y de su resistencia. Sin embargo, esto depende de la capacidad del municipio para crear reciprocidad, que se entiende como una forma integrada y se complementa con la capacidad de utilizar tanto la redistribución como el intercambio como submétodo. La reciprocidad puede lograrse compartiendo la carga de la responsabilidad según normas específicas de redistribución: Por ejemplo, cuando se alcanza un objetivo de reciprocidad, mediante el intercambio de equivalencias establecidas con fines de redistribución La parte carece de ciertos bienes (una institución educativa básica de la antigua sociedad oriental). En las economías que no son de mercado, a menudo se combinan dos formas de integración: la reciprocidad y la redistribución.

En nuestra investigación encontramos muchas formas que el municipio hace alianzas con la población como clubes de madres, comedores populares,

programas de empleo temporal como incentivos a quienes gestionan el comportamiento, en particular el manejo de los residuos sólidos, colaboración con serenazgo, entre otros.

Se encontró existe vinculación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial y de intensidad alta, lo cual sintoniza con los resultados de Meléndez (2017) quien señala la relación entre el PI y la percepción municipal, señalando que es importante que la población conozca de la actividad del municipio y que de esta dependen muchos recursos y proyectos, que se trasladan en beneficios, en general, la población quiere trabajo y economía, eso depende de la infraestructura pública, de la cual depende la inversión privada que trae trabajo, es un círculo virtuoso, sin embargo la redistribución es posible dentro del distrito en la medida en que la distribución de los bienes se recolecta en una mano y se implementa de acuerdo con la costumbre, la ley o la decisión personalizada. La idea es generar un hábito que redunde en un beneficio a mediano plazo, ¿Cuál es?, la inversión, el crecimiento en valor lleva más bienes recursos y con ello servicios atrae a más negocios, pero de ello la población poco sabe, es labor del municipio gestionar su inicio y promover otros factores que realimentan el interés y cooperación de los individuos aislados, lo que se llamaría contribución. Contribución sacando su basura en el horario, contribución no tomándola por la calle, contribución desaprobando a la gente o factores que causan polución de los espacios públicos.

En esa misma línea de inferencias, Jinchuña (2015), señala que cuando el municipio solo espera cumplir sin la participación y apoyo de la población, es muy difícil y costoso, Por ejemplo el horario, el solo no sacar en el horario y sacar los residuos en la mañana cambia totalmente la polución de la ciudad, la percepción y su valor, por otro lado, significa la “incapacidad administrativa del municipio”, con tantos municipios requiriendo recursos, a uno que no tiene capacidad no vale la pena desperdiciar recursos, es por ello que el programa de incentivos tiene gran valor como indicador. En nuestro estudio encontramos que

era necesario que las ciudades sensibilicen a los líderes y a los vecinos. El principio seguía siendo el mismo: recoger en un centro y distribuir desde allí. La redistribución también se aplica a un grupo más pequeño que la sociedad, como las familias o las comunidades, independientemente de cómo se integre la economía en su conjunto. Un aspecto importante que los vecinos no entienden es el valor intangible que tienen las condiciones. Nadie va donde prevalecen condiciones desfavorables, como muestran las sagradas escrituras: "Uno de los que tienen habrá" ofrecido más, pero nadie ofreció lo que se le habría quitado. "(Marcos 4:25), la gente puede pensar que no tiene que dar, pero su comportamiento es una manera, según la Biblia, "de dar a todos los que piden y reciben, y a los que buscan, hallan, y se abrirá al que llama" (Mateo 7:8), pero la manera de pedir no es extender una mano, la manera de pedir es a través del comportamiento, la cooperación, la paciencia, Desafortunadamente, la Biblia sólo ofrece productos que no contienen fórmulas o procedimientos. Sin embargo, es urbano establecer organizaciones de joyería de oro para lograr objetivos basados en la población. Pero requiere la capacidad de la iglesia y no de sus administradores.

También sintoniza Jacobo (2018) quien señala que el programa de incentivos además del objetivo ganador (recolección de residuos sólidos) habilita al distrito para múltiples oportunidades de inversión pública o privada (colegios, postas médicas, oficinas administrativas, tiendas, talleres, todos quiere el mejor lugar, no al peor y la primera impresión son lo que se ve, las estadísticas y los datos oficiales, y si la población no ha dado como el sermón de la montaña lo poco que tienen lo perderán. La inversión pública es particularmente importante cuando hay ciertos segmentos de mercado en los que determinados grupos de la población no reciben servicios privados porque no generan suficientes beneficios para garantizarte. Es triste ver que los pobres no cooperarán cuanto menos tengan. En todos estos casos, el papel de la inversión pública es esencial, ya que no se puede esperar que el mercado por sí solo preste estos servicios. Por otra parte, las características de los bienes públicos hacen que sea difícil financiarlos mediante la inversión privada, que desempeña un papel

importante en su suministro a través de la inversión pública. En nuestra investigación hemos visto un pequeño porcentaje entre las categorías más bajas después de las enseñanzas sagradas, el que no sembró no cosechó, nada salió de la nada y los pequeños La mayoría de ellos están obligados a dar más, la recompensa es el aumento de su lugar de origen, no es el lugar que hace

Sin embargo, creemos que necesitamos que mucha gente conozca la ciudad y su estrecha relación con ella.

VI. CONCLUSIONES

1. Respecto a la variable Gestión estratégica de emprendimiento femenino predominó la categoría alta 42% (8 empresarios), asimismo seguido de la categoría media 37% (7 empresarios) y una preocupante categoría baja 21% (4 empresarios). A nivel dimensional en la dimensión Necesidad de logro predominó la categoría alto (42%, 8 empresarios), en la dimensión Control de locus y en la Misión estratégica femenina predominó la categoría media (42%, 8 empresarios).
2. Respecto a la variable Desempeño Empresarial predominó las categorías medio y alto 42% (8 empresarios) respectivamente, asimismo seguido de la categoría baja 16% (3 empresarios). A nivel dimensional, en la dimensión Orientación al mercado (OM) destacó la categoría alto (42%, 8), en la dimensión Orientación emprendedora (OE) destacaron las categorías medio y alto (42%, 8) y a nivel de trayectoria destacó la categoría medio (37%, 7).
3. Se encontró vinculación estadística significativa de nivel alto entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial ($\chi^2 = 0.731$, $p = 0.000$, $\alpha = 0.05$), concluyendo que existe vinculación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial.

VII. RECOMENDACIONES

.Se recomienda a los interesados, promotores de créditos, organismos de desarrollo desarrollar programas especiales para las mujeres, porque su naturaleza y sus intereses son diferentes, lo que requiere un planeamiento estratégico en base a sus prioridades (hijos, embarazo, ser padre, madre, etc.) y sus ventajas (mayor empática, redes entre mujeres, etc.)

Desarrollar plantillas de desarrollo estratégicos que incluya los temas de la mujer en el negocio, pues una mujer nunca dejaría sus hijos, por el negocio, esto es de particular importancia para las madres primerizas, donde como madre les espera muchos desafíos.

A aquellas mujeres que mantienen su pareja o son explotadas requieren tener una estrategia a fin de que puedan mantener su negocio – emprendimiento sin sacrificar sus debilidades (pareja) y su familia.

REFERENCIAS

- Álvarez L, Santos M, Vázquez R. (2000). Análisis cultural y operativo de la orientación al mercado. Efectos moderadores en la relación OM-Resultados. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 4(1), 7–41.
- Atuahene K, & Ko A. (2001). An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation on product innovation. *Organization Science*, 12(1), 54–74.
- Baker W, & Sinkula J. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443–458.
- Bhuiyan S, Menguc B, & Bell S. (2005). Just entrepreneurial enough: The moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. *Journal of Business Research*, 58(1), 9–17.
- Bigné J, Moliner M, & Sánchez J. (2005). El enfoque cultural de la orientación al mercado y los resultados empresariales, el efecto moderador del entorno. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 23, 139–164.
- Burnett D. (2000). *The supply of entrepreneurship and economic development*. Technopreneurial.
- Cadogan J, Diamantopoulos A, & Pahud C. (1999). A measure of export market orientation: Scale development and cross-cultural validation. *Journal of International Business Studies*, 30(4), 689–707.

- Care. (2000). *Estudio de línea de base del proyecto de formación empresarial de la juventud*. Mimeo.
- Castro MAA, Saavedra ML, Camarena ME. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios (towards an understanding of the concepts of entrepreneurs and business). *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3019399
- Cerda GM. (2017). *Análisis del comportamiento del emprendimiento y su importancia para el desarrollo socioeconómico de Nicaragua* [Tesis de Maestría, Universidad Centroamericana].
<http://repositorio.uca.edu.ni/4705/>
- Chávez AR, Feijó NP. (2020). El emprendimiento femenino y su contribución al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Portoviejo. *Revista Científico - Profesional*, 5(3), 554–573.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398429>
- Comeche JM. (2004). *Significación y grado de influencia del estilo de liderazgo en la transmisión del espíritu emprendedor al equipo de trabajo* [Tesis Titulación]. Universidad de Valencia.
- Cuevas KD. (2019). *Caracterización de la formalización del empleo y emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de calzado, distrito de El Porvenir – Trujillo, 2015* [Tesis Titulación, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8684>

- Day G. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37–52.
- Devore I. (2008). *Probabilidad y estadística para ingeniería y ciencias*. CENGAGE Learning.
- Easterby's, Lyles M, & Peteraf M. (2009). Dynamic capabilities: Current debates and future directions. *British Journal of Management*, 20, 51–58.
- Elizondo R. (2000). *La empresa viviente*. Biblioteca Empresarial.
- Ellis P. (2006). Market orientation and performance: A meta-analysis and cross-national comparisons. *Journal of Management Studies*, 43(5), 1089–1107.
- Evans D, Boyan J. (1989). Un modelo de elección de emprendimiento bajo restricciones de liquidez. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808–827.
- Evans D, Leighton L. (1989). Algunos aspectos empíricos del emprendimiento. *The American Economic Review*, 79(3), 519–535.
- Flores A, Bojórquez AL. (2018). Emprendimiento innovador: El caso de los empresarios de software en Yucatán. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 24(68).
<http://www.revistas.ujat.mx/index.php/hitos/article/view/2494>
- Fuentes F, & Sánchez S. (2010). *Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género* (Vol. 28).
- George G, Wood DR, & Khan R. (2001). Networking strategy of boards: Implications for small and medium-sized enterprises. *Entrepreneurship and Regional Development*, 13(3), 269–285.

- Grinstein A. (2008). The relationships between market orientation and alternative strategic orientations. A meta-analysis. *European Journal of Marketing*, 42(1), 115–134.
- Gutiérrez MA, & Montenegro MA. (2019). *Factores que intervienen en el desarrollo sostenible empresarial de los jóvenes universitarios de la ciudad de Trujillo año 2018* [Tesis Titulación, Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de Ciencias Económicas].
<http://200.62.226.186/handle/upaorep/6247>
- Hernandez, Fernandez, Baptista. (2009). *Metodología de la investigación* (11 va). McGraw Hill.
- Hernández R, Fernández C, Baptista P. (2003). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Delvys C, Leyva E, Santiesteban E. (2010). Apuntes acerca del desempeño empresarial. *Revista Académica de Economía*, 141.
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/ccz.htm>
- Hult G, Hurley R, & Knight G. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429–438.
- Ibarra E. (1998). Neoliberalismo, educación superior y ciencia en México. Hacia la conformación de un nuevo modelo. En *la universidad ante el espejo de la excelencia*. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa.
- Jaramillo M, Arróspide M. (2001). *Evaluación de impacto del proyecto: Bonos de capacitación laboral y empresarial*. BONOPYME.

- Jaworski B, & Kohli A. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70.
- Kerlinger F, Lee H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. McGraw-Hill.
- Kirca A, Jayachandran S, & Bearden W. (2005). Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. *Journal of Marketing*, 69(2), 24–41.
- Kohli A, & Jaworski B. (1990). Market orientation: The construct, research propositions and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18.
- Krauss C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. El caso de la Universidad Católica de Uruguay. *Dimens Empres*, 9(1), 28–40.
- Londoño JA, & Acevedo CA. (2018). El aprendizaje organizacional (AO) y el desempeño empresarial bajo el enfoque de las capacidades dinámicas de aprendizaje. *Revista CEA*, 4(7), 17. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3519477
- Lumpkin G, & Dess G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lumpkin G, & Dess G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451.

- Luo X, Zhou L, & Liu S. (2005). Entrepreneurial firms in the context of China's transition economy: An integrative framework and empirical examination. *Journal of Business Research*, 58(3), 277–284.
- Marchán D. (2019). *La violencia contra la mujer y el emprendimiento femenino: Un estudio empírico para el Perú en el periodo 2005-2018* [Tesis Titulación, Universidad de Piura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales]. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4406>
- Miller D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Moori V. (2004). *Desarrollo emprendedor*. IDB.
- Narver J, & Slater S. (1990). The effect of market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Olaz A, & Ortiz P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: Una investigación cualitativa en clave competencial. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 22, 51–66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6279009>
- Palma M, Garcés F, Valencia G, Wasbrum W. (2017). Emprendimiento y el rol de la mujer. Caso ecuatoriano. *Revista Científica Y Tecnológica UPSE*, 4(2). <https://doi.org/10.26423/rctu.v4i2.215>
- Pizan B. (2017). *Determinantes de emprendimiento: Un análisis desde el proceso emprendedor, enfocado en Mype nuevas y en el crecimiento de la ciudad de Trujillo – Perú—2017* [Tesis Titulación, Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/9877>

- Rauch A, Wiklund J, Lumpkin G, & Frese M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Ríos M, López C, & Sánchez MS. (2019). El capital humano como factor clave en el desempeño empresarial: Una visión desde el empowerment. *Revista de Gestión del Secretariado*, 10(3).
<https://www.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/914>
- Rodríguez AE. (2019). *Factores de éxito empresarial y su relación con la sucesión y la continuidad de las empresas familiares en Trujillo 2019* [Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado].
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39023>
- Rodríguez RE. (2017). *Emprendimiento, estrategia y desempeño de la pequeña empresa: Caso de Santa Marta* [Tesis de Grado, Universidad Cooperativa de Colombia].
<https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/17727>
- Silva R. (2019). *Emprendimiento femenino en el Perú—Innovación y apertura de La Floristería* [Tesis Titulación, Universidad de Piura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales].
<https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4253>
- Slater S, & Narver J. (1994). Does a competitive environment moderate the market orientation-performance relationship? *Journal of Marketing*, 58(1), 46–55.

- Teece D, Pisano G, & Shuen A. (1997). Dynamic capabilities and strategic marketing. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Teece DJ. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28, 1319–1350.
- Vásquez IO. (2018). *Factores que determinan el emprendimiento femenino caso: Distrito de Chao, al 2018* [Tesis Titulación, Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales].
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33771>
- Verhees F, & Meulenbergh M. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation and performance in small firms. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 134–154.
- Wiklund J, & Shepherd D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(3), 1307–1314.
- Winter SG. (2003). Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24, 991–995.
- Zahra S. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259–285.

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Es cal a
Gestión estratégica de emprendimiento femenino	Es la habilidad, destreza que posee el emprendedor. El emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad (Burnett, 2000).	El nivel alcanzado en instrumento de medición de emprendimiento utiliza: Escala de Likert TA: Totalmente de Acuerdo DA: De Acuerdo NP: No Precisa ED: En Desacuerdo	Necesidad de logro: referida a resultados concretos con la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilidad a las necesidades de otros. - Tenacidad - Liderazgo - Capacidad de decisión - Motivación al logro - Control de la situación. 	Ordinal
			Control de locus control percibido interno en los negocios, como forma de influir en los resultados empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> - Tenacidad - Asertividad - Empatía - Capacidad para enfrentar los problemas. - Espíritu positivo 	
			Misión estratégica femenina	<ul style="list-style-type: none"> - Visión de futuro - Seguimiento de misión - Estrategias de logro 	
Desempeño empresarial	Capacidades dinámicas permiten a las empresas integrar, construir y reconfigurar competencias y adecuarlas a los cambios del mercado para obtener un mejor rendimiento (Teece et al., 1997)	El nivel alcanzado en cuestionario de desempeño empresarial	Orientación al mercado (OM)	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de valor - Cultura de organización - Orientación competidora - Coordinación interfuncional 	Ordinal
			Orientación emprendedora (OE)	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación, - Proactividad - Asunción de riesgo 	
			Trayectoria	<ul style="list-style-type: none"> - Logros de infraestructura - Logros de capital - Logros de financiamiento - Logros de organización 	

Anexo 02: Instrumento de la variable “Cuestionario Gestión estratégica de emprendimiento femenino”

CUESTIONARIO DEL GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO
FEMENINO - 2020

Estimado empresario, agradezco su colaboración por su aporte con la investigación que tiene como objetivo determinar la Gestión estratégica de emprendimiento femenino donde trabajas.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente y no deje preguntas sin contestar.
- Marque con un aspa (X) dentro del recuadro.

Puntuación de Escala			
En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4

	ÍTEMS	ESCALA			
		1	2	3	4
	Necesidad de logro				
1	Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa de da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.				
2	Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).				
3	Soy consciente que requiero de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, creando un vínculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financistas.				
4	Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.				
5	El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.				
6	Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre como predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.				

7	Ser emprendedor es antagónico a ser empleado, es una vida que le gusta el desafío, no la seguridad.				
Control de locus					
8	Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mismo es la esencia.				
9	La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos ellos con nosotros es clave en cualquier negocio.				
10	Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrecen no es que compre por seducción y ganar dinero.				
11	No dar valor es "comida hoy, hambre mañana".				
12	Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.				
Misión estratégica femenina					
13	Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomo precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.				
14	Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son BBs requieren dedicación, y depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.				
15	Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejare, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me hundo es posible que todo mi hogar se hunde.				
16	Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.				
17	Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.				

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 03: Ficha técnica “Cuestionario Gestión estratégica de emprendimiento femenino”

NOMBRE DEL CUESTIONARIO	Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino
ADMINISTRACIÓN	Individual
OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	Obtener información sobre el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.
DURACIÓN DE LA PRUEBA	15 Minutos
AUTORA	Test de Evaluación de Emprendedores desarrollado por ILDEFE (Instituto Leonés de Desarrollo Económico, Formación y Empleo).
ADAPTADO	Br. Odicio Ramos Gladys Leonor.
DIMENSIONES	Necesidad de logro Control de locus Misión estratégica femenina

Escala de ítem

Alternativa	Puntaje
En Desacuerdo	1
No Precisa	2
De Acuerdo	3
Totalmente de Acuerdo	4

Escala de Dimensiones

Dimensión	Ítems	Rango	Escala	% escala
Necesidad de logro	7	7-28	Bajo Medio Alto	Menos del 70% 70-90% 90-100%
Control de locus	5	5-20		
Misión estratégica femenina	5	5-20		
TOTAL	17	17 -68		

Escala de variable

Dimensiones	Ítems	Rango	Escala	% - Rango
3	17	17 -68	Bajo Medio Alto	Menos del 70% 70-90% 90-100%

Distribución de ítems.

Dimensión	Indicador		Ítem
Necesidad de logro	Sensibilidad a las necesidades de otros.	1	Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa le da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.
	Tenacidad	2	Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).
	Liderazgo	3	Soy consciente que requiere de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, crear un vínculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financieristas.
	Capacidad de decisión	4	Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.
	Motivación al logro	5	El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.
	Control de la situación.	6	Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre cómo predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.
			7
Control de locus	Tenacidad	1	Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mismo es la esencia.
	Asertividad	2	La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos con nosotros es clave en cualquier negocio.
	Empatía	3	Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrece no es que compre por seducción y ganar dinero.
	Capacidad para enfrentar los problemas	4	No dar valor es "comida hoy , hambre mañana".
	Espíritu positivo	5	Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.
Misión estratégica femenina	Visión de futuro	1	Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomé precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.
		2	Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son bebés requieren dedicación, y depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.
	Seguimiento de misión	3	Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejaré, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me hundo es posible que todo mi hogar se hunde.
	Estrategias de logro	4	Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.
		5	Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.

Anexo 04: Instrumento de la variable “Cuestionario Desempeño empresarial”

CUESTIONARIO DEL DESEMPEÑO EMPRESARIAL – 2020

Estimado empresario, agradezco su colaboración por su aporte con la investigación que tiene como objetivo determinar el Desempeño empresarial donde trabajas.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente y no deje preguntas sin contestar.
- Marque con un aspa (X) dentro del recuadro.

Puntuación de Escala			
En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4

	ÍTEMS	ESCALA			
		1	2	3	4
Orientación al mercado (OM)					
1	Disponemos medida de satisfacción clientes-OCL1.				
2	Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.				
3	Evolución de los mercados-OCL 3.				
4	Conocimiento factores evolución clientes-OCL 4.				
5	Evolución preferencias clientes-OCL 8.				
6	Soluciones adaptadas clientes-OCL 9.				
7	Estudio productos del futuro-OCL 10.				
8	Rapidez en respuesta a clientes-OCL 11.				
9	Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO 8.				
10	Indicadores de factores de riesgo-OCO 9.				
Orientación emprendedora (OE)					
11	Sigue a los competidores-PRO1.				
12	Pionera en el desarrollo de nuevos productos-BDI 4.				
13	Evita conflictos con otras empresas-PRO2.				
14	Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.				

15	Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.				
16	Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.				
17	Errores como forma de aprendizaje-Innov 5.				
18	Conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.				
19	Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO 7.				
Innovación					
20	Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).				
21	Aprendizaje constante de los empleados.				
22	Mejora continua del negocio, en particular lo digital.				
23	Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).				

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 05: Ficha técnica “Cuestionario Desempeño empresarial”

NOMBRE DEL CUESTIONARIO	Cuestionario de Desempeño empresarial
ADMINISTRACIÓN	Individual
OBJETIVOS DEL INSTRUMENTO	Obtener información sobre el nivel de Desempeño empresarial.
DURACIÓN DE LA PRUEBA	15 Minutos
AUTOR	Cuestionario de desempeño empresarial basado en (Hidelvys et al., 2010)
ADAPTADO	Br. Odicio Ramos Gladys Leonor.
DIMENSIONES	Orientación al mercado (OM) Orientación emprendedora (OE) Innovación

Escala de ítem

Alternativa	Puntaje
En Desacuerdo	1
No Precisa	2
De Acuerdo	3
Totalmente de Acuerdo	4

Escala de Dimensiones

Dimensión	Ítems	Rango	Escala	% escala
Orientación al mercado (OM)	10	10-40	Bajo Medio Alto	Menos del 70% 70-90% 90-100%
Orientación emprendedora (OE)	9	9-36		
Innovación	4	4-16		
TOTAL	23	23 -92		

Escala de variable

Dimensiones	Ítems	Rango	Escala	% - Rango
3	23	23 -92	Bajo Medio Alto	Menos del 70% 70-90% 90-100%

Distribución de ítems.

Dimensión	Indicador		Ítem
Orientación al mercado (OM)	Creación de valor	1	Disponemos medida de satisfacción clientes-OCLI.
		2	Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.
	Cultura de organización	3	Evolución de los mercados-OCL3.
		4	Conocimiento factores evolución clientes-OCL4.
		5	Evolución preferencias clientes-OCL8.
	Orientación competitiva	6	Soluciones adaptadas clientes-OCL9.
		7	Estudio productos del futuro-OCL10.
		8	Rapidez en respuesta a clientes-OCL11.
	Coordinación interfuncional	9	Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO8.
		10	Indicadores de factores de riesgo-OCO9.
Orientación emprendedora (OE)	Innovación	1	Sigue a los competidores-PRO1.
		2	Pionera en el desarrollo de nuevos productos-BDI4.
	Proactividad	3	Evita conflictos con otras empresas-PRO2.
		4	Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.
	Asunción de riesgo	5	Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.
		6	Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.
		7	Errores como forma de aprendizaje-Innov5.
		8	Los conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.
		9	Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO7.
Innovación	Logros de infraestructura	1	Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).
	Logros de capital	2	Aprendizaje constante de los empleados.
	Logros de financiamiento	3	Mejora continua del negocio, en particular lo digital.
	Logros de organización	4	Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).

Anexo 6: Validación en confiabilidad Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

La presente validación se llevó a cabo mediante una encuesta piloto a 10 mujeres emprendedoras en el CC Las Malvinas. Fecha de encuesta: 10-18 – Febrero 2019

Los resultados fueron procesados para determinar el coeficiente Alfa de Crombach de los resultados de las preguntas que se procesaron en el software Estadístico SPSS V. 22. Y se detallan en la siguiente tabla

Tabla.

Resultados de procesamiento de 10 aplicaciones para determinar la confiabilidad de las preguntas mediante el coeficiente Alfa de Crombach.

	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa de da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.	,749	,805
Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).	,615	,810
Soy consciente que requiero de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, creando un vínculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financistas.	,466	,818
Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.	-,022	,835
El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.	,441	,820
Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre como predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.	,507	,816
Ser emprendedor es antagónico a ser empleado, es una vida que le gusta el desafío, no la seguridad.	,895	,809

Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mis mo es la esencia.	,236	,828
La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos ellos con nosotros es clave en cualquier negocio.	,236	,828
Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrecen no es que compre por seducción y ganar dinero.	-,175	,843
No dar valor es "comida hoy , hambre mañana".	,236	,828
Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.	,578	,813
Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomo precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.	-,020	,838
Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son BBs requieren dedicación, y depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.	,638	,814
Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejare, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me hundo es posible que todo mi hogar se hunde.	,173	,832
Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.	,598	,812
Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.	,497	,818

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido	0	,0
Total	10	100,0

Estadísticas de fiabilidad:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	17

Dado que el coeficiente hallado es $0.829 > 0.8$ se concluye que el test y las preguntas son altamente confiable.

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1
3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	1	1	3	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1
6	3	3	1	1	1	3	3	3	1	2	2	2	3	3	1	3	2
7	1	3	1	2	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1	1	3
8	3	1	1	1	2	3	3	3	1	3	3	2	2	2	1	2	3
9	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	1
10	3	1	1	2	3	3	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	2

Anexo 7: Validación en confiabilidad Cuestionario de Desempeño empresarial.

La presente validación se llevó a cabo mediante una encuesta piloto a 10 mujeres emprendedoras en el CC Las Malvinas. Fecha de encuesta: 10-18 – Febrero 2019

Los resultados fueron procesados para determinar el coeficiente Alfa de Cronbach de los resultados de las preguntas que se procesaron en el software Estadístico SPSS V. 22. Y se detallan en la siguiente tabla

Tabla.

Resultados de procesamiento de 10 aplicaciones para determinar la confiabilidad de las preguntas mediante el coeficiente Alfa de Cronbach.

	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Disponemos medida de satisfacción clientes-OCL1.	,685	,807
Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.	,274	,828
Evolución de los mercados-OCL3.	-,175	,843
Conocimiento factores evolución clientes-OCL4.	,491	,818
Evolución preferencias clientes-OCL8.	,323	,825
Soluciones adaptadas clientes-OCL9.	,749	,805
Estudio productos del futuro-OCL10.	,615	,810
Rapidez en respuesta a clientes-OCL11.	,466	,818
Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO8.	-,022	,835
Indicadores de factores de riesgo-OCO9.	,441	,820
Sigue a los competidores-PRO1.	,507	,816
Pionera en desarrollo de nuevos productos-BDI4.	,895	,809
Evita conflictos con otras empresas-PRO2.	,236	,828
Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.	,236	,828
Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.	-,175	,843
Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.	,236	,828
Errores como forma de aprendizaje-Innov5.	,578	,813
Conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.	-,020	,838
Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO7.	,638	,814
Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).	,173	,832
Aprendizaje constante de los empleados.	,598	,812

Mejora continua del negocio, en particular lo digital.	,497	,818
Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).	,537	,814

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	10	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	10	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,879	23

Dado que el coeficiente hallado es $0.829 > 0.8$ se concluye que el test y las preguntas son altamente confiable.

	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23
1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2
2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3
4	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3
5	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3
6	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3
7	1	3	1	2	2	2	1	2	1	3	3	2	1	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3
8	3	1	1	1	2	3	3	3	1	3	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	3	3	3
9	3	1	3	2	3	1	1	1	1	1	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	1	3	3
10	3	1	1	2	3	3	2	1	1	2	3	2	2	2	1	3	1	1	2	3	3	3	3

Anexo 8: Validación en constructo de instrumentos

1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1										
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación						
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO	Necesidad de logro	Sensibilidad a las necesidades de otros.	1. Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa de da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.					X		X		X		X
		Tenacidad	2. Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).					X		X		X		X
		Liderazgo	3. Soy consciente que requiero de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, creando un vinculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financieras.					X		X		X		x

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO				
		Capacidad de decisión	4. Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.						X		X		X		X
		Motivación al logro	5. El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.					X		X		X		X	
		Control de la situación.	6. Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre como predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.					X		X		X		X	
	7. Ser emprendedor es antagónico a ser empleado, es una vida que le gusta el desafio, no la seguridad.						X		X		X		X		
	Control de locus	Tenacidad	8. Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mis mo es la esencia.					X		X		X		X	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
		Asertividad	9. La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos ellos con nosotros es clave en cualquier negocio.					x		x		x			
		Empatía	10. Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrecen no es que compre por seducción y ganar dinero.					x		x		x			
		Capacidad para enfrentar los problemas	11. No dar valor es "comida hoy, hambre mañana".					x		x		x			
		Espíritu positivo	12. Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.					x		x		x			
	Misión estratégica femenina	Visión de futuro	13. Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomo precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.					x		x		x			
			14. Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son BB requieren dedicación, y					x		x		x			

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
			depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.												
		Seguimiento de misión	15. Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejare, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me hundo es posible que todo mi hogar se hunde.					x		x		x			
		Estrategias de logro	16. Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.					x		x		x			
			17. Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.					x		x		x			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino

Objetivo: Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

RODRIGUEZ ESCOBEDO HUGO FELIX RODOLFO

VALORACIÓN:

<input checked="" type="checkbox"/> Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	<input type="checkbox"/> El instrumento requiere levantamiento de observaciones	<input type="checkbox"/> No apruebo el instrumento
--	---	--

DNI 1819 7253



1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO EMPRESARIAL	Orientación al mercado (OM)	Creación de valor	1. Disponemos medida de satisfacción clientes-OCL1.					x		xx		x		x	
			2. Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.					x				x		x	
	Cultura de organización	3. Evolución de los mercados-OCL3.					x		x		x		x		
		4. Conocimiento factores evolución clientes-OCL4.					x		x		x		x		
		5. Evolución preferencias clientes-OCL8.					x		x		x		x		
	Orientación competitiva	6. Soluciones adaptadas clientes-OCL9.					x		x		x		x		
		7. Estudio productos del futuro-OCL10.					x		x		x		x		
		8. Rapidez en respuesta a clientes-OCL11.					x		x		x		x		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Coordinación Interfuncional	9. Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO8.					x		x		x		x		
		10. Indicadores de factores de riesgo-OCO9.					x		x		x		x		
	Innovación	11. Sigue a los competidores-PRO1.					x		x		x		x		
		12. Pionera en desarrollo de nuevos productos-BD14.					x		x		x		x		
	Proactividad	13. Evita conflictos con otras empresas-PRO2.					x		x		x		x		
		14. Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.					x		x		x		x		
	Asunción de riesgo	15. Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.					x		x		x		x		
		16. Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.					x		x		x		x		
		17. Errores como forma de aprendizaje-Innov5.					x		x		x		x		
18. Conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.						x		x		x		x			
19. Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO7.						x		x		x		x			

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta			Criterios de evaluación								
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Innovación	Logros de infraestructura	20. Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).					X		X		X		X		
	Logros de capital	21. Aprendizaje constante de los empleados.					X		X		X		X		
	Logros de financiamiento	22. Mejora continua del negocio, en particular lo digital.					X		X		X		X		
	Logros de organización	23. Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).					X		X		X		X		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Desempeño Empresarial

Objetivo: Determinar el nivel de desempeño empresarial.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

RODRIGUEZ ESCOBEDO PUGO FELIX RODOLFO

VALORACIÓN:

<input checked="" type="checkbox"/> Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	<input type="checkbox"/> El instrumento requiere levantamiento de observaciones	<input type="checkbox"/> No apruebo el instrumento
--	---	--

DNI 1819 7253



1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1									
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación					
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO	Necesidad de logro	Sensibilidad a las necesidades de otros.	1. Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa de da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.					X		X		X	
		Tenacidad	2. Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).					X		X		X	
		Liderazgo	3. Soy consciente que requiero de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, creando un vínculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financistas.					X		X		X	
		Capacidad de decisión	4. Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y					x		x		x	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1									
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación					
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO
			una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.										
		Motivación al logro	5. El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.					x		x		x	
		Control de la situación.	6. Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre como predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.					x		x		x	
			7. Ser emprendedor es antagónico a ser empleado, es una vida que le gusta el desafío, no la seguridad.					x		x		x	
	Control de locus	Tenacidad	8. Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mismo es la esencia.					x		x		x	
		Asertividad	9. La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos ellos con					x		x		x	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1																		
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación														
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta								
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO							
			nosotros es clave en cualquier negocio.																			
	Empatía		10. Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrecen no es que compre por seducción y ganar dinero.					x		x			x								x	
		Capacidad para enfrentar los problemas	11. No dar valor es "comida hoy, hambre mañana".					x		x			x								x	
	Espíritu positivo		12. Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.					x		x			x								x	
		Visión de futuro		13. Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomo precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.					x		x			x							x	
				14. Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son BBs requieren dedicación, y depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.					x		x			x							x	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1																		
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación														
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta								
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO							
	Seguimiento de misión		15. Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejare, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me fundo es posible que todo mi hogar se hunde.					x		x			x								x	
		Estrategias de logro		16. Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.					x		x			x							x	
				17. Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.					x		x			x							x	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino

Objetivo: Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

CARMEN PATRICIA Villanueva PALACIOS

VALORACION:

Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	El instrumento requiere levantamiento de observaciones	No apruebo el instrumento
---	--	---------------------------

Patricia Villanueva P
DNI 18088624

1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO EMPRESARIAL	Orientación al mercado (OM)	Creación de valor	1. Disponemos medida de satisfacción clientes-OCL1.					x		xx		x		x	
			2. Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.					x				x		x	
	Cultura de organización	3. Evolución de los mercados-OCL3.					x		x		x		x		
		4. Conocimiento factores evolución clientes-OCL4.					x		x		x		x		
		5. Evolución preferencias clientes-OCL8.					x		x		x		x		
	Orientación competitiva	6. Soluciones adaptadas clientes-OCL9.					x		x		x		x		
		7. Estudio productos del futuro-OCL10.					x		x		x		x		
		8. Rapidez en respuesta a clientes-OCL11.					x		x		x		x		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1												
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación								
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Orientación emprendedora (OE)	Coordinación Interfuncional	9. Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO8.						x		x		x		x		
		10. Indicadores de factores de riesgo-OCO9.								x		x		x		
	Innovación	11. Sigue a los competidores-PRO1.							x		x		x		x	
		12. Pionera en desarrollo de nuevos productos-BD14.							x		x		x		x	
	Proactividad	13. Evita conflictos con otras empresas-PRO2.							x		x		x		x	
		14. Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.							x		x		x		x	
	Asunción de riesgo	15. Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.							x		x		x		x	
		16. Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.							x		x		x		x	
		17. Errores como forma de aprendizaje-Innov5.							x		x		x		x	
18. Conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.								x		x		x		x		
19. Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO7.								x		x		x		x		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Innovación	Logros de infraestructura	20. Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).					X		X		X		X		
	Logros de capital	21. Aprendizaje constante de los empleados.					X		X		X		X		
	Logros de financiamiento	22. Mejora continua del negocio, en particular lo digital.					X		X		X		X		
	Logros de organización	23. Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).					x		x		x		x		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Desempeño Empresarial

Objetivo: Determinar el nivel de desempeño empresarial.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

CARMEN PATRICIA Villanueva PALACIOS

VALORACION:

Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	El instrumento requiere levantamiento de observaciones	No apruebo el instrumento
--	--	---------------------------

Patricia Villanueva P
DNI 18088624

DNI

1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1									
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación					
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO	Necesidad de logro	Sensibilidad a las necesidades de otros.	1. Yo me enfoco no en mi necesidad, sino en la necesidad de otros, por ejemplo no es en que ropa que venta gane más sino en que ropa de da más valor a mi cliente, no solo en calidad, sino en valor.					X		X		X	
		Tenacidad	2. Soy consciente que tengo que alinear mi vida para poder cumplir con mis objetivos, exige sacrificios para poder tener ventajas, capacidades, capital (vida modesta para ahorrar, aprender, hacer aliados).					X		X		X	
		Liderazgo	3. Soy consciente que requiero de los demás para mantener y hacer crecer el negocio, liderar a los clientes, creando un vínculo con ellos, a los proveedores, para lograr mejores negociaciones, y para conseguir financieristas.					X		X		X	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1									
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación					
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO
		Capacidad de decisión	4. Soy consciente que lo peor es la inactividad, el riesgo es calculado y una vez asumido, se aplica el liderazgo, la tenacidad, y despertar la sensibilidad.					x		x		x	
		Motivación al logro	5. El logro es alimento de la tenacidad o desaliento, por ello sé que las metas son pequeñas pero incrementales, la receta para el fracaso es expectativas irreales.					x		x		x	
		Control de la situación.	6. Considero que la mejor póliza de seguro es el conocimiento, aprender de los demás, enfoque de escenarios y pensamiento estratégico sobre como predecir los riesgos y amenazas, y ver las oportunidades que otros no ven, porque les gusta lo fácil.					x		x		x	
			7. Ser emprendedor es antagónico a ser empleado, es una vida que le gusta el desafío, no la seguridad.					x		x		x	
	Control de locus	Tenacidad	8. Es importante no solo el deseo de vender y ganar, es importante ser tenaz en cambiar uno de hábitos y carácter para lograr las metas, el cambio de uno mismo es la esencia.					x		x		x	

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
		Asertividad	9. La habilidad para sintonizarnos con los demás, y sintonizarlos ellos con nosotros es clave en cualquier negocio.					x		x		x			
		Empatía	10. Es importante ver las necesidades, sentimientos y beneficios de los demás, a esto se llama valor y es lo que se ofrecen no es que compre por seducción y ganar dinero.					x		x		x			
		Capacidad para enfrentar los problemas	11. No dar valor es "comida hoy, hambre mañana".					x		x		x			
		Espíritu positivo	12. Los problemas son manejables por la personalidad de uno, si uno ahorra, gana credibilidad, hace aliados y da valor, cualquier problema se puede resolver, es solo un contratiempo.					x		x		x			
	Misión estratégica femenina	Visión de futuro	13. Soy consciente que mis hijos pueden tener altos imprevistos, por eso tomo precauciones como buenas relaciones, estado crediticio, selección de personal, entre muchas cosas en una emergencia harán la diferencia.					x		x		x			
			14. Soy consciente que los hijos limitan la capacidad de maniobra, pues cuando son BB requieren dedicación, y					x		x		x			

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
			depende de que la familia ayude, no tener pareja violenta.												
		Seguimiento de misión	15. Soy consciente que el negocio es para beneficio de mis hijos y es lo que le dejare, que no tengo trabajo, ni seguro, debo crecer formalizar, para tener seguro, AFP, mayor crédito y si yo me hundo es posible que todo mi hogar se hunde.					x		x		x			
		Estrategias de logro	16. Lo que me mueve no es tanto el dinero ni el disfrute, sino un futuro mejor para mis hijos.					x		x		x			
			17. Deseo un mundo mejor para mis hijos, no de empleados, sino de emprendedores, al igual que yo quiero que sean emprendedores.					x		x		x			

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Gestión estratégica de emprendimiento femenino

Objetivo: Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

Escalante Hidalgo Cecilia Janet

VALORACIÓN:

Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	El instrumento requiere levantamiento de observaciones	No apruebo el instrumento
---	--	---------------------------

DNI 18084384

1 VALIDACIÓN EN CONSTRUCTO DE CUESTIONARIO DE DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Coloque un ASPA (X) en (SI) si cumple los criterios calificación o (NO) si no cumple los criterios

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación							
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO EMPRESARIAL	Orientación al mercado (OM)	Creación de valor	1. Disponemos medida de satisfacción clientes-OCL1.					x		xx		x		x	
			2. Análisis constante nivel compromiso cliente-OCL2.					x				x		x	
	Cultura de organización	3. Evolución de los mercados-OCL3.					x		x		x		x		
		4. Conocimiento factores evolución clientes-OCL4.					x		x		x		x		
		5. Evolución preferencias clientes-OCL8.					x		x		x		x		
	Orientación competitiva	6. Soluciones adaptadas clientes-OCL9.					x		x		x		x		
		7. Estudio productos del futuro-OCL10.					x		x		x		x		
		8. Rapidez en respuesta a clientes-OCL11.					x		x		x		x		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1												
				Opciones de respuesta				Criterios de evaluación								
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Orientación emprendedora (OE)	Coordinación Interfuncional	9. Conocimiento de factores de impacto en negocio-OCO8.						x		x		x		x		
		10. Indicadores de factores de riesgo-OCO9.								x		x		x		
	Innovación	11. Sigue a los competidores-PRO1.							x		x		x		x	
		12. Pionera en desarrollo de nuevos productos-BD14.							x		x		x		x	
	Proactividad	13. Evita conflictos con otras empresas-PRO2.							x		x		x		x	
		14. Inversiones paulatinas en el sector-ADR1.							x		x		x		x	
	Asunción de riesgo	15. Riesgo moderado por ingresos superiores-ADR2.							x		x		x		x	
		16. Conservadora en minimizar el riesgo de una decisión-ADR3.							x		x		x		x	
		17. Errores como forma de aprendizaje-Innov5.							x		x		x		x	
18. Conflictos se resuelven de forma constructiva-Innov6 Tiempo nuevas.								x		x		x		x		
19. Conocimiento entorno legal-tecnológico-OCO7.								x		x		x		x		

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Experto 1											
				Opciones de respuesta			Criterios de evaluación								
				En Desacuerdo	No Precisa	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Innovación	Logros de infraestructura	20. Aprendizaje constante de todo (tecnología, negocios, mercados, productos, psicología).					X		X		X		X		
	Logros de capital	21. Aprendizaje constante de los empleados.					X		X		X		X		
	Logros de financiamiento	22. Mejora continua del negocio, en particular lo digital.					X		X		X		X		
	Logros de organización	23. Mejora continua en conocimiento del cliente (CRM).					x		x		x		x		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Desempeño Empresarial

Objetivo: Determinar el nivel de desempeño empresarial.

Dirigido A: Empresarios y microempresarios de la provincia de Trujillo.

Apellidos Y Nombres Del Evaluador:

Escalante Hidalgo Cecilia Janett

VALORACIÓN:

Estoy de acuerdo con el instrumento y lo apruebo	El instrumento requiere levantamiento de observaciones	No apruebo el instrumento
--	--	---------------------------

DNI 18084384

Anexo 9: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicador	Escala			
<p>En qué medida la gestión estratégica de emprendimiento femenino se relaciona con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019?</p>	<p>Determinar en qué medida la gestión estratégica de emprendimiento femenino se relaciona con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar el nivel de Gestión estratégica de emprendimiento femenino. - Determinar el nivel de desempeño empresarial. - Determinar la asociación estadística entre la Gestión estratégica de emprendimiento femenino y el desempeño empresarial. 	<p>HO: La gestión estratégica de emprendimiento femenino está relacionada con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.</p> <p>H1: La gestión estratégica de emprendimiento femenino está relacionada con el desempeño empresarial en la provincia de Trujillo, 2019.</p>	Gestión estratégica de emprendimiento femenino	Necesidad de logro: referida a resultados concretos con la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilidad a las necesidades de otros. - Tenacidad - Liderazgo - Capacidad de decisión - Motivación al logro - Control de la situación. 	Ordinal			
				Control de locus control percibido interno en los negocios, como forma de influir en los resultados empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> - Tenacidad - Asertividad - Empatía - Capacidad para enfrentar los problemas. - Espíritu positivo 				
				Misión estratégica femenina	<ul style="list-style-type: none"> - Visión de futuro - Seguimiento de misión - Estrategias de logro 				
						desempeño empresarial	Orientación al mercado (OM)	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de valor - Cultura de organización - Orientación competidora - Coordinación interfuncional 	Ordinal
							Orientación emprendedora (OE)	<ul style="list-style-type: none"> - Innovación, - Proactividad - Asunción de riesgo 	
							Trayectoria	<ul style="list-style-type: none"> - Logros de infraestructura - Logros de capital - Logros de financiamiento - Logros de organización 	

Anexo 10: Base de datos encuestas sobre Gestión estratégica de emprendimiento femenino

	Necesidad de logro							Control de locus					Misión estratégica femenina				
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Part 01	0	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	1	0	2	1	1	0
Part 02	0	2	2	1	0	2	1	1	0	2	0	0	0	2	0	0	2
Part 03	1	0	1	0	2	2	2	2	1	0	1	0	1	1	1	0	1
Part 04	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
Part 05	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	4
Part 06	3	2	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3
Part 07	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3
Part 08	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3
Part 09	2	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	2	4	3	2	4
Part 10	4	2	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	4	4	4	3

Part 11	2	4	2	4	4	2	3	2	3	4	2	3	4	2	4	2	2
Part 12	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Part 13	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
Part 14	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3
Part 15	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
Part 16	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
Part 17	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
Part 18	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
Part 19	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3

.Anexo 13 Base de datos encuestas sobre Desempeño Empresarial

	Orientación al mercado (OM)										Orientación emprendedora (OE)									Trayectoria			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4
Part 01	2	1	0	0	2	1	0	1	0	1	2	2	1	1	2	0	2	1	0	0	2	1	0
Part 02	0	0	1	2	2	0	0	0	2	0	1	0	2	0	0	2	0	2	0	0	2	1	1
Part 03	2	1	2	0	0	1	0	1	2	2	0	2	1	0	0	2	0	1	2	1	2	2	2
Part 04	2	1	2	0	0	1	0	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2
Part 05	2	1	2	0	0	1	0	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2
Part 06	3	4	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	2
Part 07	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3
Part 08	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3
Part 09	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	2	2	4	3	2	4	3	4	2
Part 10	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3
Part 11	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3
Part 12	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
Part 13	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Part 14	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
Part 15	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Part 16	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
Part 17	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
Part 18	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
Part 19	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4