



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

Plan de negocio para la creación de una asociación para el
empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca –
Lambayeque, 2020.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Empresarial

AUTORES:

Huamán Valladolid, María Elena del Rosario (ORCID: 0000-0002-0842-2991)

Mundaca Ruiz, Jhon Antony (ORCID: 0000-0002-9940-1570)

ASESOR:

Mg. Rodríguez Alegre, Lino Rolando (ORCID: 0000-0002-9993-8087)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planes de negocios

CHICLAYO – PERÚ

2020

Dedicatoria

Este informe de investigación va dedicado principalmente a nuestras familias, ya que depositaron su confianza en nosotros y nos ofrecieron el tiempo necesario para dedicarnos a estudiar día a día esta hermosa carrera alentándonos y felicitando, para no rendirnos jamás.

A nuestros padres, que estuvieron presentes en cada momento de nuestra vida universitaria.

Y finalmente a nuestros docentes que nos orientaron y guiaron, a mis amigos con los cuales tengo gratos recuerdos dentro de las aulas universitarias y a los cuales les deseo lleguen a ser completamente felices con lo que hacen, que debe ser el fin supremo que debe perseguir todo ser humano.

Agradecimiento

Quiero agradecer a sobremanera a las personas que siempre me apoyaron intelectual y emocionalmente, para poder desarrollarme como un profesional integro en la práctica de valores y ética. Así mismo agradecer la oportunidad de conocer personas increíbles llenas de virtudes.

Finalmente agradecer a quienes me orientaron acerca del desarrollo de mi tema de investigación y su constante enseñanza en mis prácticas pre-profesionales.

Índice de contenidos

Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3. Población, muestra y muestreo	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos.....	48
3.7. Aspectos éticos.....	48
IV. RESULTADOS.....	49
V. DISCUSIÓN	59
VI. CONCLUSIONES.....	62
VII. RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS	65
ANEXOS.....	0

Índice de tablas

Tabla 1. Preguntas que debe responder la misión	13
Tabla 2. Preguntas que debe responder la visión	13
Tabla 3. Operacionalización de variable independiente	17
Tabla 4. Cuadro de validadores	20
Tabla 5. Cantidad de población.....	27
Tabla 6. Proceso de promoción y captación de interesados	38
Tabla 7. Proceso de inscripción y registro de interesados.....	40
Tabla 8. Proceso de inducción para empoderamiento.....	42
Tabla 9. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento	44

Índice de figuras

Figura 1. Lienzo modelo de negocio	9
Figura 2. Estructura de Weinberger (2009)	10
Figura 3. Las 4 p del marketing mix	11
Figura 4. Proceso productivo	11
Figura 5. Etapas de un plan de negocio	12
Figura 6. Componentes de la operación del negocio	14
Figura 7. Localización	23
Figura 8. Recorrido de acceso	24
Figura 9. Población económica	25
Figura 10. Ingresos	25
Figura 11. Organigrama	34
Figura 12. Proceso de promoción y captación.....	37
Figura 13. Inscripción y registro	39
Figura 14. Proceso de inducción	41
Figura 15. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo	43
Figura 16. ÍTEM N°1	49
Figura 17. ÍTEM N° 2	50
Figura 18. ÍTEM N° 03	51
Figura 19. ÍTEM N° 04	52
Figura 20. ÍTEM N° 5	53
Figura 21. ÍTEM N° 6	54
Figura 22. ÍTEM N° 7	55
Figura 23. ÍTEM N° 8	56
Figura 24. ÍTEM N° 09	57
Figura 25. ÍTEM N° 10	58

Resumen

La presente investigación se desarrolló en el caserío La Tomasita distrito de Jayanca, departamento de Lambayeque, el objeto de estudio fue determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de la Asociación sin fines de lucro con la finalidad de lograr el empoderamiento de madres del caserío La Tomasita, distrito de Jayanca - Lambayeque; en cuanto a la metodología posee un tipo de investigación aplicada, por su nivel es descriptivo y por último cuenta con un enfoque cuantitativo; en cuanto al diseño de investigación es no experimental puesto que, se ejecutó la investigación sin manipular las variables. En cuanto a los resultados tenemos que un 100% de las madres no conoce una asociación sin fines de lucro que ayude con emprender un negocio en el caserío La Tomasita - Jayanca, un 70% de las madres del caserío La Tomasita está interesada en adquirir conocimiento sobre programas para emprender un negocio. Se llega a la conclusión con respecto el análisis elaborado, que resulta viable porque tendremos una inversión de S/. 4,059.00, esto quiere decir que el proyecto resulta ser positivo.

Palabras Clave: Empoderamiento, Plan de negocio, Asociación sin fines de lucro.

Abstract

The present investigation was developed in the La Tomasita village, Jayanca district, Lambayeque department, the object of study was to determine the viability of the business plan for the creation of the non-profit association in order to achieve the empowerment of mothers of the La Tomasita village, Jayanca district - Lambayeque; Regarding the methodology, it has a type of applied research, its level is descriptive and finally has a quantitative approach; Regarding the research design, it is non-experimental since the research was carried out without manipulating the variables. Regarding the results, we have that 100% of the mothers do not know of a non-profit association that helps with starting a business in the La Tomasita - Jayanca village, 70% of the mothers of the La Tomasita village are interested in acquiring knowledge about programs to start a business. The conclusion is reached regarding the elaborated analysis, which is viable because we will have an investment of S/. 4,059.00, this means that the project turns out to be positive.

Keywords: Empowerment, Business plan, non-profit association.

I. INTRODUCCIÓN

Para Aparicio (2020), según la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura en muchos de los países de Latinoamérica la principal actividad económica es la agricultura y el comercio; sin embargo, es una actividad que no genera los recursos suficientes para los agricultores de las zonas rurales que se dedican a esta actividad como para brindar condiciones adecuadas para sus familias. A esto se suma un contexto cultural en el que el hombre no valora el rol de la mujer haciendo lejana las posibilidades de emprendimiento de estas apoyando su independencia para fortalecer la economía familiar. Esto se manifiesta en el bajo nivel de emprendimiento de las mujeres, en especial, en las zonas rurales donde la agricultura es la principal actividad.

A lo anterior se añade, los aspectos económicos y financiamiento. Se corrobora con el hecho que diversas investigaciones han estudiado los factores que limitan el crecimiento del emprendimiento empresarial peruano, indicándose que una de las mayores causas es la escasez de apoyo económico Schaus y Tafur (2017, p.5).

Daza y Forero (2019) mencionan que uno de los principales inconvenientes para el emprendimiento es la falta de conocimientos que les permita acceder en la puesta en marcha de una idea de negocio. Ello contribuye al desempleo; especialmente en las zonas rurales; en especial en los sectores más humildes.

Para la Organización Internacional de Trabajo, la causa del cierre de muchas empresas es por la falta de apoyo de las autoridades; por ello se necesita capacitar a familias y personas vulnerables; en especial a las mujeres apoyándolas en sus esfuerzos de emprendimiento y el fortalecimiento de habilidades en la gestión de empresas para promover el emprendimiento, la iniciación y el empoderamiento financiero y social de las mujeres (OIT, 2015) (p. 5).

En el departamento de Lambayeque se tiene altas tasas de desempleo en especial en las zonas rurales. Uno de estos ejemplos es el de las mujeres del caserío la Tomasita que necesitan ser fortalecidas tanto en el aspecto emocional y de habilidades blandas para poder desarrollar capacidades de emprendimiento.

La investigación pretende proponer una alternativa para las pobladoras del caserío la Tomasita como forma de generar sus propios ingresos y puedan mejorar su calidad de vida.

La idea de plan de negocios para empoderamiento es que se pueda constituir en una fuente de apoyo para la generación de ideas e iniciativa para que las participantes puedan fortalecer sus capacidades de emprendimiento y autoempleo generando ingresos para sus familias. Las propuestas que podrían desarrollarse pueden ir desde pequeños grupos asociativos de pequeñas granjas de animales menores, cultivos en huertos asociativos para producir alimentos de pan llevar, talleres para aprovechar las capacidades manuales en trabajos de artesanía diversos o manualidades entre otros, así como apoyar las iniciativas que puedan desarrollar algunas de estas.

Visto el entorno en que se desenvuelve el problema de investigación, se ha planteado como problema general lo siguiente:

¿Será viable el plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020?

Como problemas específicos se propusieron los siguientes:

¿Qué consideraciones respecto al mercado se deben tomar en cuenta en el plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020?

¿Qué consideraciones de tipo administrativo legal se deben tomar en cuenta en el plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020?

¿Qué consideraciones de tipo técnico se deben tomar en cuenta en el plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020?

¿Qué consideraciones de tipo económico y financiero se debe tomar en cuenta en el plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020?

Las consideraciones respecto a la justificación, la investigación desarrollada se enmarca dentro de lo siguiente:

Pertinencia: Brindar asesoramiento y preparación y apoyo en aspectos de asesoría administrativa en las ideas de negocio que puedan presentarse por parte de las mujeres, en especial, del caserío la Tomasita, Jayanca - Lambayeque, 2020 que busquen establecer un negocio y formalizar sus emprendimientos.

Relevancia social: El objetivo es ser el punto de partida y estimular la generación de una cultura emprendedora para promover ideas de negocios, la exploración y el intercambio de las experiencias obtenidas y los conocimientos entre las emprendedoras para generar y formalizar futuros negocios sostenibles en el tiempo que les permitan la independencia económica a las mujeres del caserío, viendo temas como los aspectos técnicos del plan de negocio, aspectos organizativos y su viabilidad económica o financiera. Se busca, además, ser un espacio de vinculación con mujeres con diferentes talentos y habilidades que estimule el desarrollo de actividades y su futuro crecimiento.

Implicancia: Se encamina al impulso de habilidades de las madres del caserío la Tomasita, Jayanca, otorgándoles acceso a asesoramientos y soporte para diversos de índole empresarial de distintos planes de negocio teniendo en consideración la habilidad que posean y, sobre todo, el interés de sumergirse en el entorno empresarial y puedan sus ideas llegar al mercado empoderándolas en la generación de trabajo para así obtener su independencia económica y contribuir al progreso para su caserío.

Es necesario hacer esta investigación porque se busca apoyar en la necesidad urgente de generar puestos de trabajo para las pobladoras del caserío la Tomasita en el distrito de Jayanca.

Para dar la solución a los problemas es importante plantearse objetivos que son los que se van a dar a desarrollar y nos permitirán obtener resultados. El objetivo general de la investigación fue el siguiente:

Determinar la viabilidad para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020

Como objetivos específicos se propusieron los siguientes:

Analizar las características mercado del plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020

Analizar las consideraciones de tipo administrativo legal del plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020

Analizar los aspectos técnicos del plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020

Analizar la viabilidad económica y financiera del plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020

II. MARCO TEÓRICO

Córdova (2017) su propuesta de plan de negocio tuvo como objetivo comercializar hierbas aromáticas orgánicas en restaurantes y mercados. Su diseño fue experimental de tipo aplicada con un nivel descriptivo y explicativo y un enfoque cuantitativo. Como resultado mostró que el 73% de mujeres, entre 20 a 45 años son los clientes potenciales. Se concluyó en que el proyecto era viable por la aceptación del mercado. Su rentabilidad en términos de utilidad neta fue del 34% y un TIR del 38%. La inversión se recuperaba en 1 año y medio (p. 6).

Santana (2020) en la investigación se propuso demostrar que es posible producir el producto agrícola. Su diseño fue exploratorio de tipo aplicada de nivel descriptivo y explicativo con enfoque cualitativo. La población de estudio fueron 182 agricultores y la muestra 21 comerciantes. Los resultados mostraron que el 83% aceptaba la asociación, el 39% de los encuestados requerían de intermediarios para la venta de sus productos y un 91% aceptaba la creación de la idea. El análisis económico financiero demostró la viabilidad del plan de negocio con indicadores de un VAN de \$9542,32, un TIR DEL 33.81% y una relación del beneficio / costo del \$1.27 (s.p.)

Campana (2020) la investigación tuvo como objetivo proponer un plan de negocios para la comercialización de arándanos, donde para su adecuado desarrollo se empleó la metodología de tipo tecnológico descriptivo y explicativo con enfoque cuantitativo. La población de estudio fueron 383 personas de los segmentos socioeconómico AB Y C y del rango de edad entre los 18 a 60 años. Donde se obtuvo por resultado que el 75% de las personas si consumen este producto, el 48% lo compraría en un supermercado, y el 28.7% lo consumiría por su salud. Como consecuencia se concluye que existe demanda insatisfechas por no cubrir el total de sus necesidades y por la baja calidad e innovadores de los productos en el mercado. Posteriormente, se manifiesta que el proyecto es viable en lo económico y financiero por tener un TIR del 77% identificando la viabilidad del proyecto (p. 6)

Fajardo (2018) su propuesta de investigación se ubicaba en Ecuador en la que se estableció como objetivo elaborar un plan de negocio que permite la producción y comercialización de utensilios biodegradables; el tipo de estudio fue cuali-

cuantitativo, la población fue de 384 personas de las cuales un 85% señalaron que estarían dispuestas a adquirir productos biodegradables en utensilios, mientras que un 3% considero que no, sin embargo, un 10% señalaron que no saben. Se concluyó por medio del análisis económico que el proyecto es viable debido a que se obtuvo un VAN de 47 479 el primer año con una TIR de 120% (s.p.)

A nivel nacional

Narazas (2019) se realizó una investigación circunscrita en Camaná, Arequipa; tuvo como objetivo general desarrollar el plan de negocio para conocer la viabilidad técnica, económica y financiera. Para identificar el nivel de aprobación del producto y el verdadero volumen del mercado objetivo del proyecto se optó por realizar una encuesta estratificada. Teniendo como aspectos metodológicos nivel de investigación descriptiva – explicativa y diseño no experimental; asimismo, se determinó tener como muestra de estudio a 40 agricultores de frejol que se aplicaron la técnica de la encuesta compuesta por 15 ítems. Donde se obtuvo como resultado el 56% la aceptación de la propuesta, mencionando tener un costo entre 3 a 4 soles promedio, teniendo una capacidad de abastecimiento un nivel medio en Arequipa con un porcentaje de participación del 23.5% de comercialización. Concluyendo que el segmento dirigido es bajo la estrategia de concentración por tener características específicas; así como, tener una rentabilidad de la idea de negocio por tener un VAN de s/310,164 y un TIR de 35.8% (p. 2).

Chávez (2018) la investigación se ubicó en Lima, se planteó por objetivo elaborar un plan de negocio siendo este un producto amigable en base a hojas de la planta de plátano con el medio ambiente que partió de la necesidad de disminuir la elección de platos descartables que son productos sumamente contaminantes para el medio ambiente. El estudio fue cuantitativo no experimental y se aplicó un cuestionario a una muestra de 386 ciudadanos. En la cual por medio de un estudio de mercado se estableció que el Perú estuvo presentando diversos cambios respecto a la regularización de sus leyes. Donde, se llegó a la conclusión que el producto propuesto son 100% biodegradables y son aceptados por el mercado en un 99%, donde evaluando la viabilidad económica y financiera fue representado por un VAN de 3608 soles, y una TIR DE 58.1% (s.p.).

Avalos y Torres (2018) su investigación se ubicó en Piura; plantearon por objetivo realizar un diseño de una fábrica de envases descartables biodegradables en base a la cascarilla de arroz, el diseño del estudio fue no experimental de tipo cuantitativo. Asimismo, se tomó como punto referencial, a la localización de la fábrica, y estimación del nivel de producción. Llegando a la conclusión de que el producto es aceptado por el mercado en un 100% y se determinó que el proyecto es viable dado que presentó una tasa interna de retorno del 21% (p. 6)

Respecto a las investigaciones locales tenemos:

Díaz (2018) la presente investigación se desarrolló en la ciudad de Chiclayo sobre una empresa proveedora de alimentos del rubro de las empresas de transporte; tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocio. El estudio fue de tipo mixto y diseño no experimental. La población de estudio fue 5514 personas y la muestra de estudio a 384 personas del NSE AB y C entre 18 a 54 años. Se empleó la técnica de la encuesta mediante multirrespuesta. Como resultado el 54% afirma interesarles el servicio, un 40% hizo referencia encontrarse insatisfechos con los servicios ofertados, y un 28% de las personas mencionó que una de las principales causas de no querer el servicio es por la ausencia de calidad.

Para el desarrollo del plan de negocio se empleó la metodología de Weinberger. Se concluyó que el producto fue aceptado por más del 50% de la población, así mismo, que se realizará la cooperación entre diversos actores que involucran en la idea; y se cuenta las características técnicas del entorno para su adecuada comercialización (p. 11).

Castro (2020) en su investigación en la ciudad de Chiclayo sobre el servicio de car wash a través de delivery; tuvo como objetivo determinar la viabilidad de la implementación del negocio, donde se aplicó como aspectos metodológicos una investigación propositiva – descriptiva y diseño no experimental; la muestra de estudio fue 174 personas pertenecientes al NSE AB, donde se logró como resultados, que el 86% del segmento objetivo eran del sexo masculino y un 49% estaban entre el rango de edad de 31 a 40 años por tener capacidad adquisitiva, y el 38% tienen una satisfacción intermedia. Concluyendo, que el desarrollo del plan de negocio se realizó con la metodología de Weinberger, logrando determinar la

viabilidad de la idea a través de un estudio económico financiero percibiendo cubrir el total de sus costos y por tener sus indicadores del análisis de sensibilidad positivos superando el cok (p. 41)

Con relación a lo metodológicos respecto a la estructura de lo que serán los detalles de un plan de negocios, aun cuando hay diferentes enfoques tomaremos las propuestas del modelo de Canvas, Weinberger y Pedraza.

Modelo de negocio Canvas

Tiene por finalidad una gestión con estrategias que influirán en el desarrollo de modelos de negocio y lograr una comprensión fácil para trabajar con cualquier modelo de negocio observando a la empresa como un todo. Este instrumento trazado por Alex OsterWalder con el apoyo de Yves Pigneur. Su desarrollo se encuentra en el libro Generación de modelos de negocios.










En cuanto a su composición, cuenta con 9 módulos. Estos representan cuestiones importantes de una empresa que son necesarios analizar a profundidad en los modelos de negocios. Estos módulos, son los más básicos reflejan la lógica para plasmar los ingresos.

El modelo Canvas tienen una notable agilidad, sobre todo, cuando se trata de planes de negocio extensos; asimismo, visualiza de manera fácil las áreas de una empresa y como están concatenadas.

La metodología Canvas reconoce y detecta áreas de valor desconocidas para una empresa y son innovadoras oportunidades que fácilmente se adhieren al plan de negocio.

En cuanto a su utilidad: soluciona problemas de marketing, el estudio e indagación de conceptos y sistemas actuales, tiene una función innovadora.

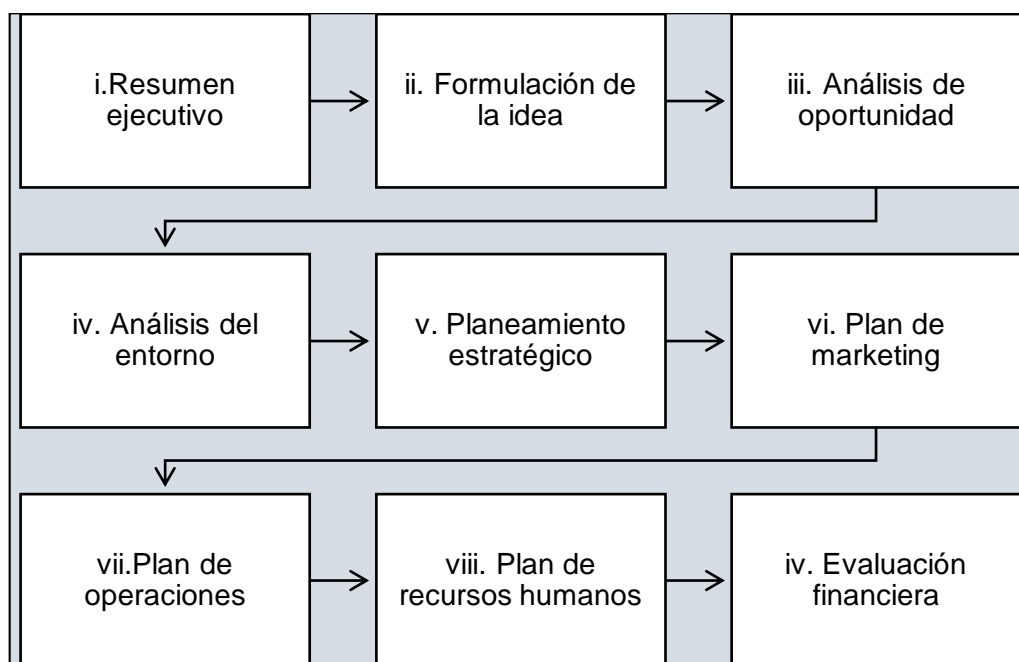
Figura 1. Lienzo modelo de negocio

<p>Asociaciones Clave </p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave?</p> <p>¿Quiénes son nuestros proveedores clave?</p> <p>¿Qué recursos clave podemos adquirir de nuestros clientes?</p> <p>¿Qué actividades clave desempeñan nuestros socios?</p> <p>Motivaciones para la asociación</p> <p>Optimización y economía</p> <p>Reducción de riesgos e Incertidumbres</p> <p>Adquisiciones de recursos concretos y actividades</p>	<p>Actividades clave </p> <p>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?</p> <p>¿Nuestros canales de distribución?</p> <p>¿Relaciones con los clientes?</p> <p>¿Fuentes de ingresos?</p> <p>Categorías Producción Venta Soporte</p> <p>Recursos clave </p> <p>Recursos clave para nuestra propuesta de valor</p> <p>Para nuestros canales</p> <p>¿Relaciones con los clientes?</p> <p>Tipos de recursos Humanos Físicos Intelectuales Económicos</p>	<p>Propuesta de valor </p> <p>¿Qué valor añadido entregamos a nuestros clientes?</p> <p>¿Qué problemas estamos ayudando a resolver?</p> <p>¿Qué productos y/o servicios ofrecemos a cada segmento?</p> <p>¿Qué necesidades estamos satisfaciendo?</p> <p>Características</p> <p>Precio</p> <p>Novedad</p> <p>Calidad</p> <p>Conveniencia</p> <p>Marca o Status</p> <p>Desempeño</p> <p>Reducción de riesgos</p> <p>Reducción de costes</p> <p>Diseño</p> <p>Customización</p>	<p>Relaciones con clientes </p> <p>Tipo de relaciones con cada segmento de clientes</p> <p>¿Qué relaciones hemos establecido?</p> <p>Asistencia personal</p> <p>Asistencia personal dedicada</p> <p>Autoservicio</p> <p>Automatización de los servicios</p> <p>Cominidades</p> <p>Co - creación</p> <p>Canales </p> <p>A través de qué canales queremos llegar a nuestros clientes</p> <p>¿Qué canales funcionan mejor</p> <p>¿Cuáles son más eficientes?</p> <p>Tipos de canales</p> <p>Consciencia</p> <p>Evaluación</p> <p>Compra</p> <p>Entrega</p> <p>Post-venta</p>	<p>Segmentos de clientes </p> <p>A quién va dirigida nuestra propuesta de valor</p> <p>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>Mercado de masas</p> <p>Nichos de mercado</p> <p>Segmento</p> <p>Diversificación</p>
<p>Estructura de costes </p> <p>¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio?</p> <p>¿Qué recursos cuestan más?</p> <p>¿Qué actividades clave cuestan más?</p>		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>¿Qué precio están dispuestos a pagar los clientes?</p> <p>¿Qué precio pagan actualmente?</p> <p>¿Cuáles son los métodos de pago?</p> <p>¿Cómo prefieren pagar?</p> <p>¿Qué porcentaje de ingresos constituye cada una de las vías de ingresos?</p>		

Fuente: Weinberger (2009)

Para Weinberger (2009), el plan de negocio es un proceso de emprendimiento claro, coherente y sencillo que explica desde la constitución de la idea hasta poner en marcha la idea de negocio (p.35). Considera la siguiente estructura del plan de negocio para una nueva empresa:

Figura 2. Estructura de Weinberger (2009)



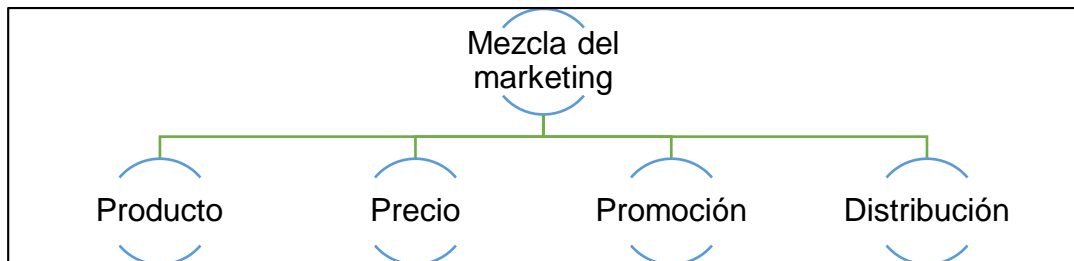
Fuente: Weinberger (2009, p.36)

Por ende, se explicó cada una de las etapas de un plan de negocio:

- i. Resumen ejecutivo: Breve descripción sobre la idea de negocio; precisando las necesidades que se requiere cubrir y mostrando detalles de la rentabilidad económica – financiera.
- ii. Formulación de la idea de negocio: Explica en qué consiste la idea propuesta detallando su desarrollo según el modelo de Canvas para reconocer los principales aspectos del proyecto.
- iii. Análisis de oportunidad: Evalúa las características que favorecen la idea de negocio; por ejemplo: los patrones de consumo del segmento objetivo que permite justificar su desarrollo.
- iv. Análisis del entorno: Se identificará cual es el comportamiento del entorno donde se pretende desarrollar la idea de negocio, tanto en los aspectos externos como internos.
- v. Planeamiento estratégico: Permitirá poder reconocer cuales son los aspectos fundamentales de la idea de negocio, entre ellos identificar la misión, visión, valores y estrategia genérica es la más adecuada para la idea de negocio.

- vi. Plan de marketing: Se identificará cuáles son las estrategias que se deben emplear para un adecuado posicionamiento y rentabilidad de la idea de negocio recomendando emplear las 4P del marketing mix, como se muestra a continuación:

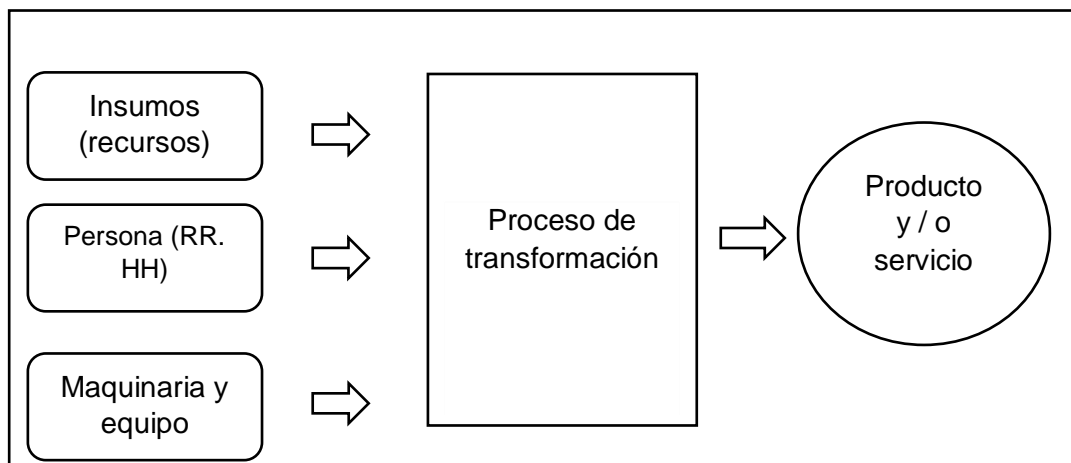
Figura 3. Las 4 p del marketing mix



Fuente: Weinberger (2009, p.70)

- vii. Plan de operaciones: Muestra los procesos que se deben realizar, así como la maquinaria, equipo y recursos necesarios que facilite las funciones propias de la idea de negocio; es por ello, se esquematiza el siguiente proceso que se debe seguir:

Figura 4. Proceso productivo



Fuente: Weinberger

- viii. Diseño de la estructura y plan de recursos humanos: Se identifica los puestos necesarios que se deben requerir para el desarrollo de la idea de negocio, y el proceso a realizar para seleccionar al personal adecuado.

- ix. Evaluación financiera: Identifica la viabilidad económica y financiera de la propuesta de negocio. Analiza indicadores de evaluación como el VAN, TIR, COK, punto de equilibrio. Estos permitirán determinar la aceptación del proyecto y determinar si la idea de negocio es rentable.

Por otro lado, Pedraza (2014), propone elaborar un plan de negocio de la forma como se muestra a continuación:

Figura 5. Etapas de un plan de negocio



Fuente: Pedraza (2014, p.4)

El detalle de la misma corresponde a lo siguiente:

Dimensión 1: Idea inicial

Permite conocer en qué consistirá la idea de negocio propuesta. El autor explica utilizar herramientas de apoyo como el modelo Canvas para plasmar de una forma general como estará comprendidas la propuesta.

Además, se debe indicar cual será misión que debe tener el negocio propuesto, para que sirva como guía en su puesta en marcha; es por ello, debe estar compuesta por las siguientes preguntas:

Tabla 1. Preguntas que debe responder la misión

¿Quiénes somos?	¿Qué buscamos?	¿Qué hacemos?	¿Dónde los hacemos?	¿Por qué lo hacemos?	¿Para quién trabajamos?

Fuente: Elaboración propia en base a Pedraza (2014)

Pedraza (2014) indica que la visión debe ser clara, concisa y sencilla para que los colaboradores de la empresa puedan recordarlo en un corto y largo plazo, así como ser entendible para el cliente, es por ello debe responder a las siguientes preguntas:

Tabla 2. Preguntas que debe responder la visión

¿Cuál es la imagen deseada?	¿Cómo seremos en el futuro?	¿Qué haremos en el futuro?	¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Fuente: Elaboración propia en base a Pedraza (2014)

Dimensión 2: Análisis

En la segunda etapa el emprendedor tendrá que realizar un estudio de mercado donde identificará cuales son las oportunidades y amenazas que presenta el mercado donde se pretende ejecutar la idea, así como evaluar cómo se comporta sus principales competidores para poder plantear acciones que permita superar y crear mayor rendimiento.

Dimensión 3: Escenarios de operación

En la tercera etapa permite identificar cuáles serán los procesos que se emplearán en la empresa, así como determinar el costo de producción, cantidad de materia prima y posibles riesgos que se pueden producir durante el desarrollo de cada procedimiento.

Figura 6. Componentes de la operación del negocio



Fuente: Pedraza (2014, p.56)

Dimensión 4: Viabilidad económica – financiera:

En la cuarta etapa Pedraza (2014) explica que se realizará el análisis de sensibilidad donde después de la elaboración de los flujos de venta y egresos de la idea, se tendrá que evaluar indicadores financieros como el VAN, TIR, COK, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la invertir donde en la obtención de los resultados se podrá definir si es viable o no la idea de negocio.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Por su finalidad: Aplicada

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), indican que el tipo de investigación aplicada se encuentra dirigida a dar la solución de las dificultades en el procedimiento de producción, distribución a proveedores, y por último el consumo de bienes y servicios.

Para Baena (2017) en cuanto a la investigación aplicada se refiere a la recopilación de información teórica existente para la solución de un problema complicación determinada. Se desarrolla apoyándose en información de diferentes ciencias y conocimientos teóricos para la solución de complicaciones existentes.

La presente investigación ha sido de tipo aplicada, se desarrolló tomando en cuenta teorías en lo que respecta al empoderamiento de la mujer del caserío Tomasita con la finalidad de que logre la independización económica frente al varón.

Por su nivel: Descriptivo

(Valderrama, 2013, p.47) Este tipo de investigación descriptiva se basa en describir todos los hechos para posteriormente establecer la asociación entre variables.

Hernández (2014) puntualiza en este tipo de estudio se fundamenta en la expresión, narración y descripción del fenómeno y los contextos se manifiestan o por qué hay una relación con más de una variable de estudio (p. 97).

Por su nivel fue descriptivo, puesto que, hay una descripción de los acontecimientos y hechos que han pasado o acontecido en el contexto que se ha de estudiar o realizar su respectivo análisis.

Por su enfoque: Cuantitativo

Para Berna (2010) el enfoque cuantitativo se cimienta en el control de las particularidades de los fenómenos que enuncian la concordancia entre las variables estudiadas de manera deductiva (p.60).

Este trabajo cuenta con un enfoque cuantitativo, pues los datos que se han recolectado se calcularon a través de los indicadores los mismos que fueron cuantificados para la única variable

Diseño de Investigación no experimental

Por su diseño: No experimental

Dzul (2010) expresa que es aquello que se ejecuta sin manipulación deliberada de variables. Se basa primordialmente en la indagación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para luego ser analizados con detenimiento. Se fundamenta en categorías, teorías, variables, sucesos, comunidades o contextos que han ocurrido o se dieron sin mediación directa del investigador.

Por su alcance temporal transversal

Se fundamenta en establecer las distintas particularidades y el progreso del diseño de estudio observacional, en un instante dado, en una sola medición retrospectiva. Cada estudio es una fuente trascendental de indagación sobre la salud y las costumbres de la población.

Los estudios transversales consiguen ser descriptivos o analíticos. A continuación, se detalla:

Descriptivos: meramente detallan la frecuencia de una exposición(s) o resultado(s) en una población determinada.

Analíticos: Se recogen paralelamente el resultado de interés y potenciales componentes de riesgo en una población concreta.

3.2. Variables y operacionalización

Variable: Plan de negocio

Tabla 3. Operacionalización de variable independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Plan de negocio	Pedraza (2014) establece que se trata de un documento formal que sustenta y direcciona a la persona que tiene la intención de emprender un negocio señalando el procedimiento que se debe tomar en cuenta para para lograr identificar si dicho documento sería viable tanto comercial como económicamente, partiendo desde la idea de negocio hasta la actuación de las operaciones al momento que se va a ejecutar. (p.31).	Estudio de mercado	Etapas que constituyen las variables o dimensiones haciendo uso de instrumento de recolección de datos como encuesta y análisis documental	- Descripción de la idea de negocio - Definición de productos y servicios - Mercadeo - Población objetivo - Segmento de mercado - Competencia	Ordinal
		Estudio técnico		- Aspectos técnicos y requerimientos - Procesos y procedimiento de operación	
		Estudio legal organizacional		- Forma societaria legal - Organización y personal estratégico	
		Viabilidad económica - financiera		- Valor presente neto - TIR - Beneficio / Costo	

Fuente: Elaboración propia de los investigadores

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Arriola (2012) expresa que población se define como la reunión de personas, animales u objetos, mismos que cuentan con un atributo o características en común que hace posible que sean objeto de estudio y materia de interés del mismo (p.25); por lo mismo, se comprende como aquellos elementos intervinientes que coadyuvan a los objetivos de la investigación.

Para Moya y Robles (2010) se define como los sujetos o elementos en general que cuentan con una característica individual o particular que se considera relevante en la investigación. (p. 7)

La población materia de estudio está conformada por 121 madres del caserío la Tomasita, por ello debido a que es una población reducida y finita, el estudio no hará utilidad de muestra ni muestreo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se usará son encuestas, elaboradas y dirigidas a 121 madres que habitan en el caserío la Tomasita.

La recolección de datos es el proceso por el cual se hace un plan detallado de operaciones que permitan recopilar información desde las dimensiones y perspectivas de estudio de una investigación, de esta manera se traslade la información obtenida a un plan en específico. Tomando en cuenta los atributos, variables deben permitir ser medidos, es decir que tengan el carácter de ser medibles. (Hernández, 2014)

Los métodos de recolección de datos son de gran variedad, pero la encuesta es un procedimiento y técnica que hace uso de un conjunto de procesos estandarizados de investigación, mismo en el que se acopia y estudia una los datos obtenidos de una muestra de casuística delimitada de una población que se tiene por objeto evaluar y/o estudiar. (Garcia, 2003). Desde otra perspectiva, López y Fachelli (2015) expresa que el método de la encuesta es uno de los procesos y técnicas de gran uso en el rubro de la sociología que ha obtenido

gran repercusión en el ámbito de la investigación científica en una acción de cual todos somos partícipes en cual momento de nuestras vidas.

Instrumentos de recolección de datos

Yuni y Urbano (2014) se denomina instrumento al mecanismo que utiliza el investigador como: (fichas de control, guías de observación, formularios, etcétera). Con el objeto de generar información, mismo que posibilita aumentar la habilidad perceptiva del que investiga, actuando a manera de estímulo de fuente generadora de información logrado el acopio de los hechos observados. (p. 31)

Para Hernández (2014, p.199) se denomina herramientas de medición a aquellos procedimientos por medio de herramientas que miden los recursos que son utilizados por el investigador con el objeto de acopiar información con vinculación estrecha a las variables que va a medir con apoyo de sus dimensiones.

Para este estudio se empleó un cuestionario para medir la información obtenida con el objetivo de evaluar la necesidad de incorporación de este proyecto para las madres del caserío la Tomasita.

Validez:

Hernández (2014) describe que el proceso de validación colabora con medir la cultura empresarial en relación con el clima organizacional, entonces vincula ambos elementos, el proceso de validez de la información se obtiene a través de opiniones de especialistas, asegurándose que las dimensiones medidas por el instrumento representen las dimensiones de las variables que son objeto de la materia de estudio en algunos casos a través de un muestreo aleatorio simple. El autor expresa que existen variedad de validaciones, como primer punto la validez de contenido donde se describe al grado en que un instrumento muestra un dominio específico de contenido, validez de criterio donde se comprueba con algún criterio externo que mide lo mismo (si el criterio se precisa en el mismo instante, se habla de validez concurrente), validez de constructo donde se debe manifestar el modelo teórico empírico que subyace a la variable de interés y la validez de expertos donde concretan si el instrumento mide la variable en razón.

El tipo de validez que va a recurrir esta investigación es de contenido y se recurrirá al juicio de 3 expertos en la especialidad y MIC.

Tabla 4. Cuadro de validadores

Validador	Especialista
Mg. Franz Gallardo Zumaeta	Ingeniero estadístico
Mg. Franklin Guerrero Campos	Ingeniería de procesos
Mg. Francisco Herrera Piscoya	Ingeniero de proyectos PMBOK

Fuente: Elaboración propia de los investigadores

Confiabilidad:

Hernández (2014) la confiabilidad es un instrumento que se dirige al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales, es uno de los requisitos que debe contar con un instrumento de medición.

Para este tipo de investigación se aplicará una confiabilidad al instrumento mediante el método estadístico Alpha de Cronbach.

3.5. Procedimientos

La presente investigación desarrolla un tipo de investigación aplicada y diseño no experimental, para ello se va a elaborar un diseño de trazabilidad en proceso como medio para atender dicha problemática, se llevará a cabo la elaboración de una encuesta como técnica de recolección de datos para medir la viabilidad, se planteó estudiar una población finita conformada por 121 madres del caserío la Tomasita, el instrumento que se va a utilizar es el cuestionario, permitiendo estudiar tanto el objetivo general como específicos.

3.5.1. Desarrollo de la propuesta

RAZÓN SOCIAL DE LA ASOCIACIÓN:

“Supérate hoy, emprendedoras la Tomasita”

3.5.1.1. Generalidades:

La pobreza se encuentra vinculado a la salud y la educación. La realidad muestra que en las zonas rurales del país esto es más grave. Algunos de los pobladores de las zonas rurales optan por mantenerse en el lugar donde viven; sin embargo, otros salen a la ciudad. La gran ciudad tampoco es generosa y la mayoría sobreviven en la informalidad o como trabajadores temporales y domésticos. El subempleo es el refugio.

La propuesta de plan de negocio para el establecimiento de una asociación para el empoderamiento busca ejecutar una serie de acciones que permitirán el empoderamiento y el emprendimiento de las madres del caserío “La Tomasita” en el distrito de Jayanca contribuyendo a salir de la situación de pobreza y dependencia en el que viven.

El plan de negocio tiene por objetivo promover diferentes programas donde se plasmarán capacitaciones varias para emprender ideas de negocio diversas como: confección, fabricación de licores artesanales, elaboración de la bisutería, costura, pequeñas granjas familiares, o huertos para comercializar los excedentes entre otras actividades.

Inicialmente, se tendrá como población objetivo a las madres del caserío la Tomasita que desean superarse y generar más ingresos para ayudarlas en el sustento de sus hogares y les permita ser de ayuda y puedan desarrollar sus capacidades manteniendo un espíritu innovador como un elemento que supone obtener ventajas para todos los partícipes de esta asociación.

3.5.1.2. Aspectos estratégicos de la propuesta de negocio

I. Misión

Contribuir a que las mujeres del caserío la Tomasita desarrollen su espíritu emprendedor tengan acceso a mejores oportunidades de desarrollo a través

del éxito de sus negocios y de su empoderamiento económico ofreciendo artículos de calidad. A demás lograr el reconocimiento de los derechos de la mujer en cualquiera de los campos en los cuales se desenvuelvan para que logren ser reconocidas y respetadas y que puedan salir adelante con sus propios medios en igualdad de condiciones.

II. Visión

Ser reconocida como una asociación dirigida al empoderamiento de la mujer a través de un modelo de trabajo sostenible, ético de alta calidad y con responsabilidad social y que puedan reconocer sus habilidades y capacidades para salir adelante en condiciones adecuadas y no vuelva a pasar ninguna carencia económica.

III. Valores

Los valores que se van a tomar en cuenta son los siguientes:

- Respeto
- La libertad
- Igualdad
- Diversidad
- Participación activa
- Liderazgo
- Transparencia
- Interculturalidad

IV. Objetivos estratégicos:

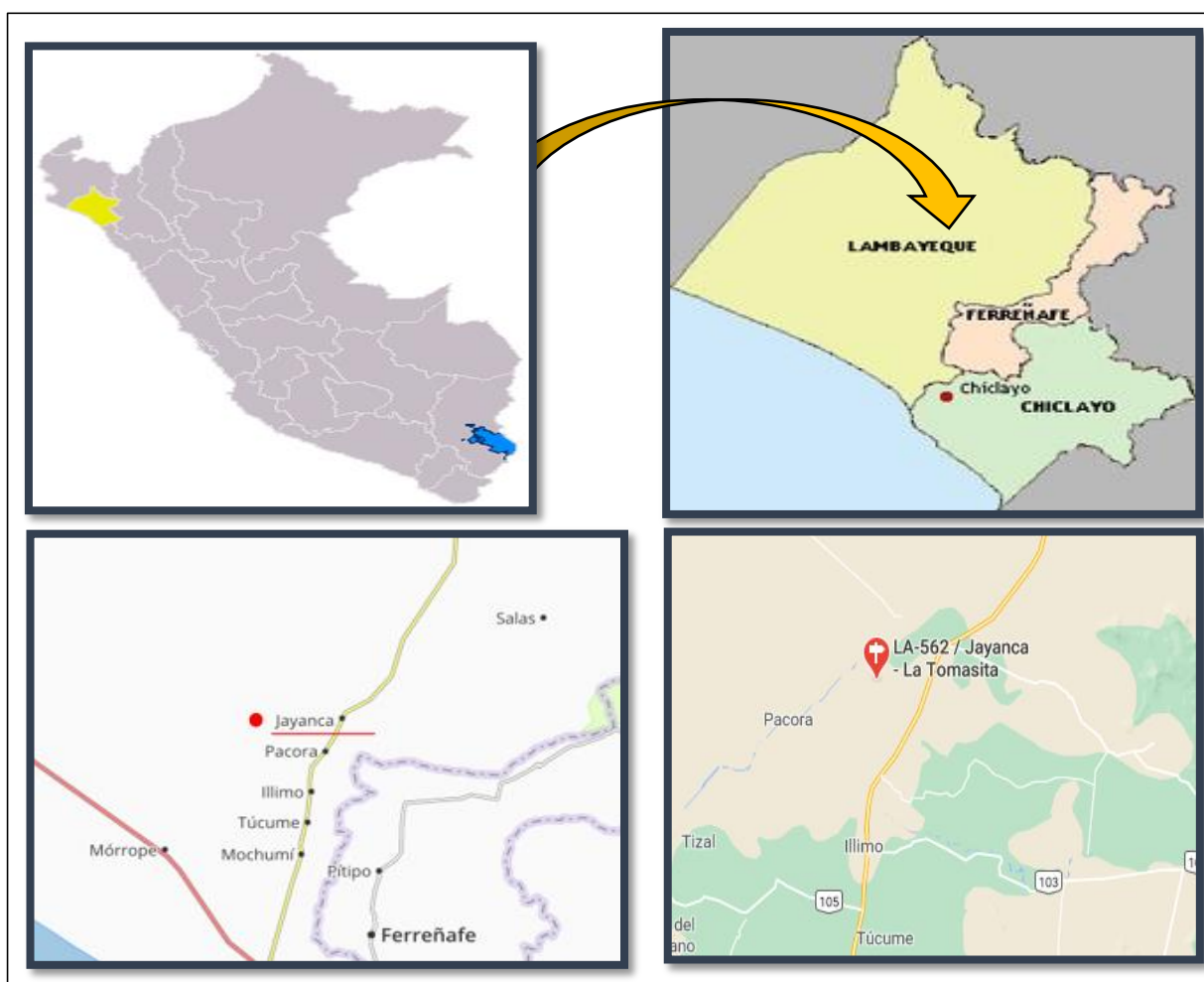
- a) Fortalecer las capacidades de las madres del caserío la Tomasita.
- b) Incentivar a la cultura del emprendimiento.
- c) Capacitar a las madres en el desarrollo de planes de negocio de acuerdo a las actividades que aspiran a realizar.
- d) Generar empleo a las madres del caserío la Tomasita mediante las oportunidades de emprendimiento.

3.5.1.3. ESTUDIO DE MERCADO

El caserío la Tomasita, pertenece al Distrito de Jayanca, provincia de Lambayeque, departamento de Lambayeque. Se ubica a 6°23'41.4" Latitud Sur y 79°51'7.5" Longitud Oeste. Su altura sobre el nivel del mar es de 61 msnm. La población está compuesta por 121 madres del caserío de Tomasita para madres de familia entre 18 a 70 años. (Municipalidad Distrital de Jayanca, 2020, s.p.)

El gráfico adjunto muestra el detalle de la ubicación del distrito:

Figura 7. Localización



Fuente: Obtenido del INEI – LAMBAYEQUE

El distrito de Jayanca se ubica a 45 Km de la ciudad de Chiclayo. El trayecto por la Panamericana Norte) conduce hasta la localidad de Jayanca y desde allí un camino de trocha afirmada conduce hasta el caserío la Tomasita. (Sandoval Puicón, 2017, p. 30)

Figura 8. Recorrido de acceso

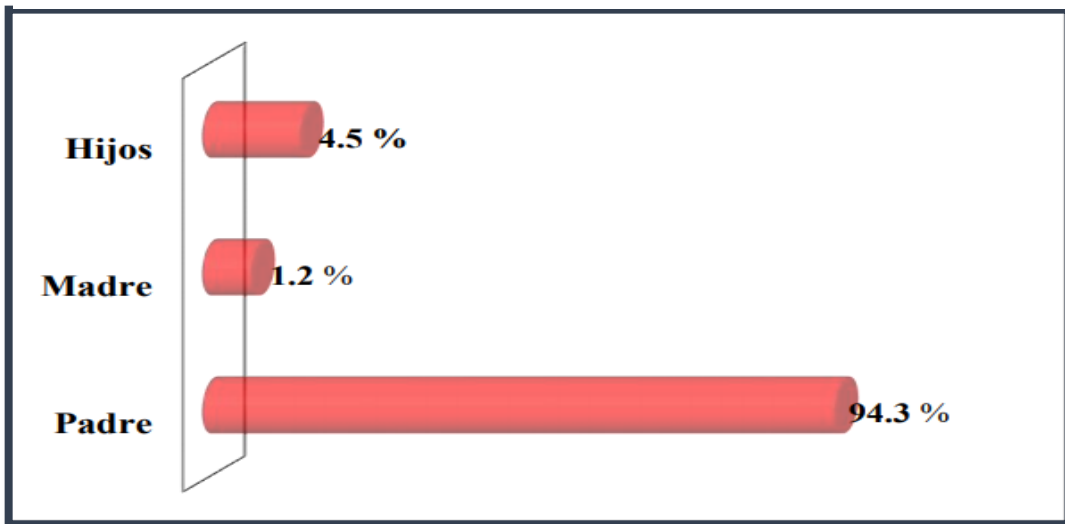
De A:	Distancia	Tiempo	Vía	Medio Transporte
Chiclayo a Localidad jayanca	45.00 Km.	0 hr 50 Min.	Asfaltada (Carretera Ex Panamericana Norte)	Vehículo Motorizado
Jayanca – La Tomasita	0.60 km.	06 Min	Trocha carrozable	Vehículo Motorizado

Fuente: Repositorio de la UNPRG “Mejoramiento del sistema de agua potable e instalación de letrinas en el caserío La Tomasita, Distrito de Jayanca, Provincia de Lambayeque, Departamento de Lambayeque”

El distrito de Jayanca cuenta con tres establecimientos de salud: un centro de salud en la ciudad, un puesto de salud el caserío la Viña que pertenecen al Ministerio de Salud; y un policlínico que depende de Es Salud. No se tiene personal médico para cubrir la demanda de servicios de salud del distrito.

La población económicamente activa (PEA) del caserío la Tomasita desarrolla actividades en el sector la agricultura (94.3%); quien tiene la responsabilidad de encargarse de la manutención es el jefe de familia. El ingreso es ínfimo, y un jornalero percibe como remuneración entre 250-500 soles. Esto motiva a que los hijos tengan que aportar económicamente con el 4.5% al hogar realizando trabajos de peón junto al padre o en otra zona como se muestra en el gráfico.

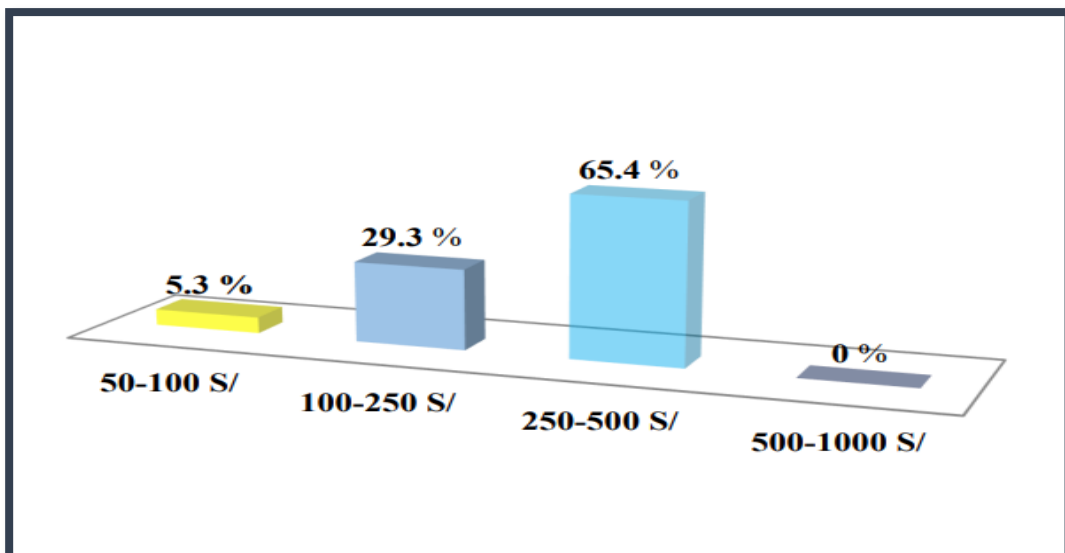
Figura 9. Población económica



Fuente: Repositorio de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo “Mejoramiento del sistema de agua potable e instalación de letrinas en el caserío La Tomasita, Distrito de Jayanca, Provincia de Lambayeque, Departamento de Lambayeque”

Del gráfico que se muestra que el padre es quien sostiene a la familia y los hijos también contribuyen.

Figura 10. Ingresos



Fuente: Repositorio de la UNPRG “Mejoramiento del sistema de agua potable e instalación de letrinas en el caserío La Tomasita, Distrito de Jayanca, Provincia de Lambayeque, Departamento de Lambayeque”

Como se puede apreciar en gráfico para el 64.5% de la población sus niveles de ingresos no son suficientes para cubrir las necesidades básicas.

El 19% de las viviendas en “La Tomasita” son de adobe y el 81% son de quincha. La iluminación y ventilación son insuficientes. En la mayoría de los casos la distribución de las casas tiene un solo espacio que hace de comedor, cocina, sala y habitación para dormir.

El 88% de las personas cuentan con formación primaria, el 6% con educación secundaria y el 6% son analfabetos. Con relación a la situación educativa aun cuando se ha mejorado la cobertura e infraestructura educativa; sin embargo, no ha significado un cambio cualitativo en la educación que se imparte en los centros educativos rurales. Por las condiciones económicas no hay una alimentación balanceada y se tiene un 87% de casos de desnutrición y el 79% de anemia.

Por ello es que, nuestro plan de negocio busca contribuir a mejorar los ingresos de la población del caserío La Tomasita por la situación de precariedad económica en la que viven y puedan, en alguna forma, mejorar su calidad de vida.

Nuestro público objetivo serán las madres de familias de dicho caserío, a las que se les impulsará incorporarlas al mercado de trabajo como producto de la capacitación y así puedan emprender pequeñas ideas de negocios y puedan ingresar al mercado ofreciendo sus productos o servicios.

- **Productos:** Mediante capacitaciones en tema de emprendimiento se desarrollarán con propuestas de micronegocios como: pequeñas granjas de animales menores, colmenas para la producción de miel de abeja, producción de chancaca como sustituto de la azúcar refinada, licores artesanales, tejidos a mano (crochet), huertos familiares de hortalizas y verduras, actividades para la mejora en prácticas de producción agrícola, promoción y formación en materia de agricultura ecológica, entre otros.

Alcances de la propuesta:

- **A quienes va dirigido:** A las madres del caserío la Tomasita que quieran desarrollar sus emprendimientos y generar sus ingresos a través de capacitaciones diversas sobre planes de negocio.
- **Como van hacer llegar su propuesta:** Inicialmente se hará llegar a la municipalidad de Jayanca. El municipio puede cumplir un rol importante como ente promotor y de soporte y promoción.
- **Población de referencia:** Serán las madres del caserío la Tomasita del distrito de Jayanca. De la información del censo realizado por la Municipalidad de Jayanca en el caserío la Tomasita, tenemos que la distribución de la población es la siguiente:

Tabla 5. Cantidad de población

CASERIO "LA TOMASITA"	
DESCRIPCION	TOTAL
Niños de 0-10	121
Padres	271
Madres	121
POBLACIÓN GENERAL	513

Fuente: Censo Municipal 2020

Población objetivo: Serán las madres del caserío la Tomasita (Medianero y Maúrtua, s.f.)

3.5.1.4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS LEGALES

El proyecto tendrá las características de una ONG desarrollando actividades que generen impacto y contribuir al cambio del caserío La Tomasita con la expectativa de que el crecimiento del proyecto pueda lograr captar recurso de financiamiento del exterior.

Forma de organización

De acuerdo con los diferentes tipos de conformación legal de las organizaciones privadas no lucrativas reguladas por el Código Civil, la personería del proyecto se adecua a los que sería una ONG's, esto es, una organización que desarrolla actividades de promoción social con recursos de cooperación técnica internacional. En esa medida será necesario constituir la tomando como referencia los requisitos establecidos para inscribir en el registro de "Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo Receptoras de Cooperación Técnica Interna. Así para tener identidad legal y ser sujeto de derecho se tomará la figura de una asociación civil.

En términos generales la conformación de la Asociación comprenderá la secuencia siguiente:

- Se realizará una reserva de Nombre de la Asociación
- Se elabora el Acta de Fundación.
- Se elabora Estatutos.
- Se elabora una Minuta de Constitución.
- Se elabora Escritura Pública.
- Cálculo de gastos Notariales.
- Los respectivos trámites de Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas.
- Trámites registrales.
- La obtención del RUC de la Asociación.

Asimismo, para ser calificado como ONG, después de establecida la Asociación los asociados tiene que presentar ante la Agencia Peruana de Cooperación Internacional – APCI

3.5.1.4.1. ASOCIACION CIVIL SIN FINES DE LUCRO

Las Entidades sin fines de Lucro normadas en nuestra Legislación son tres: los Comités, las Asociaciones y las Fundaciones. Con respecto a la asociación es una organización estable conformadas por personas naturales o jurídicas, o de ambas, a través de una actividad común que se caracteriza tener un fin no lucrativo. El comité, viene a ser la organización de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que se dedica a la recaudación pública de aportes que están destinados a una finalidad filántropa. Y por último la fundación es una organización también no lucrativa establecida mediante la afectación de uno o más bienes para la ejecución de objetivos como: religión, asistencia, cultura u otros que tengan que ver con un interés social. (Villalba, 2016, p. 24-34)

I. Concepto

Según Villalba es la “Organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a través de una actividad común persigue un fin no lucrativo” (p. 24).

Entre sus características tenemos:

- Pluralidad de personas: significa que puede estar conformado por, dos o más miembros, ya sea personas naturales o jurídicas.
- Tener como objeto social una actividad en común: el ordenamiento jurídico del Perú no obliga la existencia de un objeto social de interés social o utilidad pública, puedes ser de interés solo de los miembros o mutuo, tomando en cuenta que su finalidad debe ser no lucrativa. Por ejemplo, un gremio que agrupe empresarios, un club de esparcimiento, así mismo como un ONG o una organización que postule por la defensa de los derechos humanos, en el caso de las ONG pueden constituirse asumiendo la figura de asociación.
- Contar con una organización estable, esto es, duradera.
- Finalidad no lucrativa: se conceptualiza en base a la relación existente en los miembros asociados y la organización, los primeros no buscan un

enriquecimiento patrimonial; su objeto es desarrollar una actividad común por medio de la asociación.

II. Miembros

- La asociación civil tiene por miembros a personas naturales y jurídicas o ambos, que reciben por denominación asociados, domiciliadas o no, nacionales o extranjeras, cada asociado tiene derecho a voz y voto y participan en la Asamblea General de Asociados.
- Cuando participe una persona jurídica como integrante de una asociación civil, debe acreditar a su representante (representante legal con facultades suficientes o apoderado especial).
- La calidad de asociado es inherente a la persona (miembro) y no es transmisible (objeto de cesión); salvo que lo permita el estatuto.

III. Organización

- Los órganos sociales esenciales de una asociación que se encuentran previstos en el Código Civil son la **Asamblea General de Asociados y el Consejo Directivo**. La Asamblea General de Asociados está conformado por todos los asociados que se encuentran hábiles y es el órgano supremo de esta persona jurídica.
- La Asamblea General de Asociados cuenta con las siguientes facultades: escoger a los individuos que formaran parte del consejo directivo, aprobar cuentas y balances, modificar (total o parcialmente) el estatuto, llegar a un acuerdo con respecto a la disolución de la asociación y las facultades sobre las que no tengan competencia otros órganos, por ello es que en cuanto a los estatutos de una asociación conforme a sus intereses sociales y ello puede otorgar las facultades que estimen oportunos.
- El Consejo Directivo, el Código civil no refiere o expresa funciones a dicho órgano social, así como también no designa cargos directivos específicos, pero si expresa que tiene facultad para llamar a convocatoria. Por ello, el estatuto de cada asociación debe describir las atribuciones que se les da al Consejo

Directivo; dando números de miembros y cargos directivos específicos, de ser el caso; período de duración, mecanismos de adopción de acuerdos y otros aspectos vinculados a su funcionamiento.

- El estatuto es el instrumento encargado de estipular a quién corresponde la representación legal de la asociación (Director Ejecutivo, presidente u otra denominación) y el ámbito de sus facultades.
- Asimismo, los estatutos de la minuta que dan estructura y organización a la asociación tienen la posibilidad de establecer libremente órganos adicionales a los previstos en el Código Civil, como estructurar órganos comités ejecutivo, consultivos o asesores, programas descentralizados, áreas definiendo los aspectos vinculados a su funcionamiento: atribuciones, composición, adopción de acuerdos, según el caso.

IV. Patrimonio

Los estatutos de la asociación, en un apartado específico debe prever los bienes que forman parte del patrimonio social, indicando la forma en la que se integrará el patrimonio de la asociación, por ejemplo: cuotas de asociados, donaciones, entre otros.

V. Finalidad no lucrativa

El carácter de tipo no lucrativo de las asociaciones deviene en uno de los rasgos más esenciales de esta forma de organizaciones, misma que también se perfila y caracteriza a personas jurídicas como los comités y las fundaciones.

Esta característica se asociaba generalmente con que la Asociación esta imposibilitada de llevar a cabo ciertas actividades económicos, pues se cree que las únicas son las reguladas por la Ley General de Sociedades. Pero esto no es así, ya que se puede hacer con el objeto de repartir los excedentes entre los socios, o que a mi criterio es lo mejor por el carácter de esta persona jurídica, siendo esto la reinversión de estas ganancias para poder equipar y organizar con personal especializado para lograr la finalidad social para lo que fue creada.

Las actividades no lucrativas deben ser lícitas y no contrarias al orden público y las buenas costumbres; existe una gran variedad de actividades no lucrativas, entre ellas las de tipo benéfico, cultural, religioso, económico, cívico, gremial, deportivas, entre otras; acotar también que el carácter no lucrativo es con el uso que se le da a los excedentes que se obtienen por su giro económica, por ejemplo la creación de un círculo de investigación, con el objeto de fomentar la investigación, pero este puede dar un giro en su fin si lo toma como un fin no lucrativo.

Características del fin no lucrativo

La prohibición de repartir entre los asociados sus beneficios económicos obtenidos

En caso de disolución y liquidación, el haber neto resultante no puede repartirse entre los asociados, sino que tiene que destinarse a la persona que se haya previsto en los estatutos o, en su defecto, a la que señalen la Sala Civil de la Corte Superior, conforme lo prevé el artículo 98º del Código Civil.

En esta materia del manejo de los excedentes económicos de la asociación se va a adoptar por y como parte del objeto social reinvertir estas ganancias para que la asociación pueda cumplir de gran manera con su objeto social, aunado a ello invitar a profesionales para llevar a cabo sus prácticas profesionales con la ejecución de la Ley N° 28238 del voluntariado aplicando todos sus artículos, en especial lo que concierne en materia de la certificación.

VI. Control de los asociados

Esta facultad de los asociados otorgada por el artículo N° 92 del Código Civil, misma que otorga el derecho a los asociados para impugnar judicialmente los acuerdos que vayan en contra de las disposiciones legales o estatutarias. El plazo para este procedimiento es de no mayor de 60 días, contados a partir de la fecha del acuerdo o, dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que su inscripción tuvo lugar (si el acuerdo fuera inscribible) ante el Juez Civil del domicilio de la Asociación, prescribiendo además que el trámite será el del proceso abreviado.

El ejercicio de este derecho, está supeditado al cumplimiento de ciertos requisitos, según se den los siguientes supuestos de hecho:

- a) Si se trata de asociado no concurrente a la Asamblea General
- b) Si el asociado fue privado ilegítimamente de emitir su voto (asistió a la Asamblea, pero se le impidió votar)
- c) Si el asociado concurrió a la Asamblea y se opone al acuerdo. Sobre los dos primeros supuestos huelgan los comentarios, más no así en el tercero, donde el mencionado dispositivo exige para poder demandar un requisito adicional: deberá dejar constancia en el acta su oposición al acuerdo.

VII. Terceros con interés

Mencionar este apartado deviene en algo sumamente importante ya que generalmente las asociaciones formales suelen recibir recursos y donaciones por parte de personajes ajenas a la asociación, por ello es que se tiene que cuidar y velar por que los mismos lleguen a los beneficiarios de la asociación y de esta manera cumpla con el objeto para el cual fue creado.

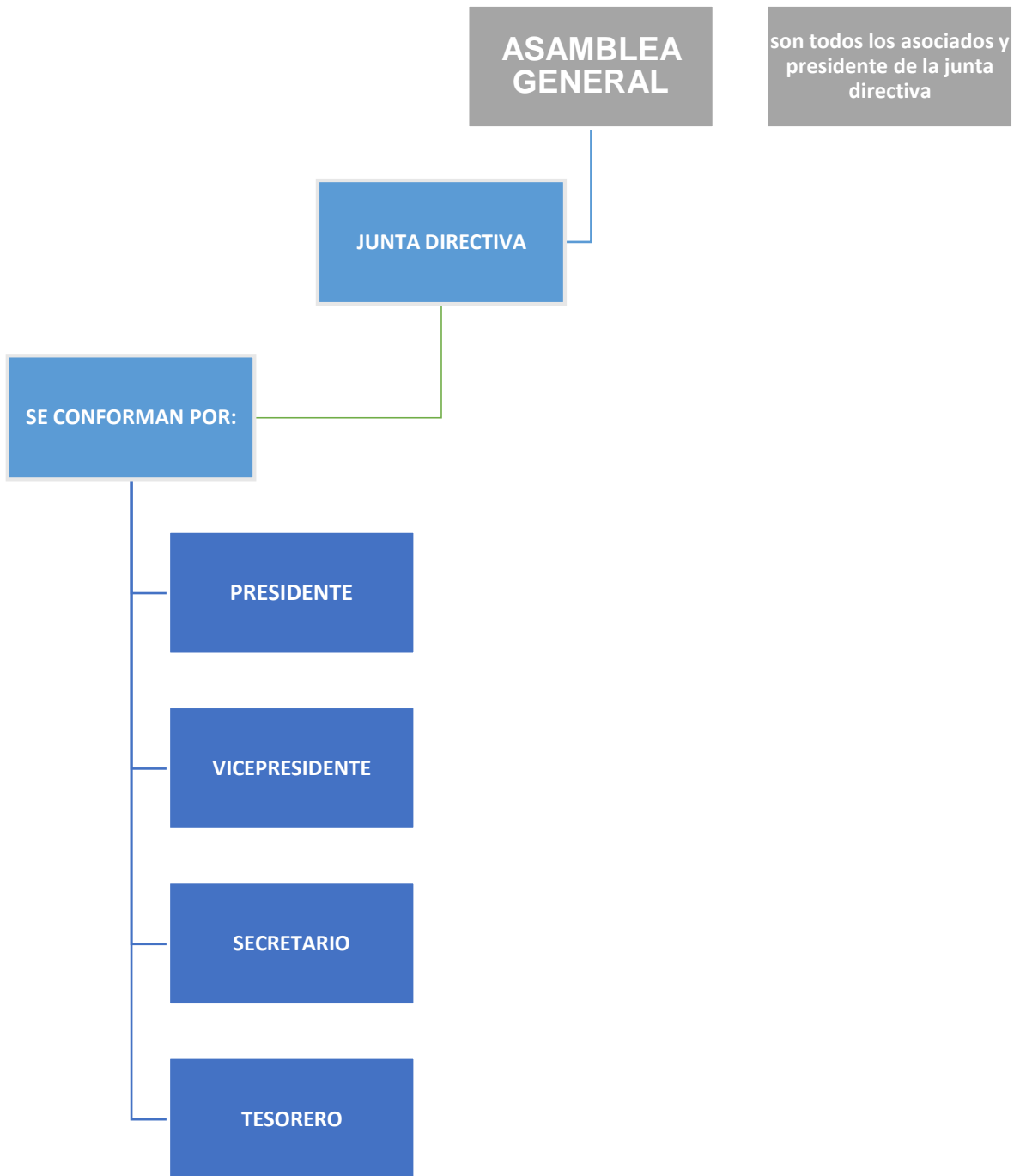
VIII. Aplicación del marco legal (Código Civil)

Se aplicarán en todos los actos a los que hace alusión el Código Civil desde el artículo N° 80 al artículo N° 98.

Organigrama de la asociación

A continuación, presentamos el esquema grafico de la estructura organizacional de la ONG.

Figura 11. Organigrama



Fuente: Elaborada por los autores

Presidente:

Las funciones que va a asumir este individuo en el ejercicio de su cargo son las siguientes:

- a) Asumir la posición de líder positivo.
- b) Ejercer la función de intermediario vinculador entre la junta directiva y la dirección.
- c) Brindar asesoría a los miembros de la asamblea general y de la junta directiva.
- d) Elaborar e instaurar la agenda de temas a discutir en las reuniones de la junta directiva.
- e) Avalar que la información suficiente sea enviada con anticipación a cada uno de los miembros de la junta directiva.
- f) Dirigir cada una de las reuniones de la Junta Directiva, estableciendo la disciplina y el orden necesarios.

Vicepresidente:

Las funciones por asumir de este miembro son las siguientes:

En ausencia del presidente este lo sustituirá, por motivo de enfermedad o de otras causas, y tendrá las mismas de facultades de este.

Secretario:

Las facultades y responsabilidades que tiene el individuo que asuma este cargo son las siguientes:

- a) Encargarse del efectivo cumplimiento de los acuerdos en base a las instrucciones que se le dé.
- b) Ser promotor, partícipe y custodio del cumplimiento de las disposiciones legales.
- c) Redactar las actas y custodiar los libros oficiales, así como el sello oficial.
- d) Redactar y firmar la correspondencia que deba mantener en el ejercicio de sus funciones.

- e) Emitir certificados con la aprobación del presidente.
- f) Organizar y dirigir el fichero, el archivo y todas las dependencias y ser responsable de la custodia de la documentación.
- g) Deber comunicar al presidente de la asociación con anticipación a los días señalados para la celebración de las sesiones,

Tesorero:

Las funciones que debe cumplir este individuo son las siguientes:

- a) Supervisar y dirigir la tesorería, vigilando los ingresos y egresos.
- b) Velar en conjunto con el presidente por el manejo de los fondos y por los intereses del marco económico de la asociación.
- c) Elaborar el presupuesto, balance y estados de cuentas que han de ser sometidos a la asamblea.
- d) Elaborar un balance mensual, que ha de ser sometido a la junta directiva.
- e) Las restantes que son propias del cargo y que le encomiende el presidente.

ASPECTOS TÉCNICOS

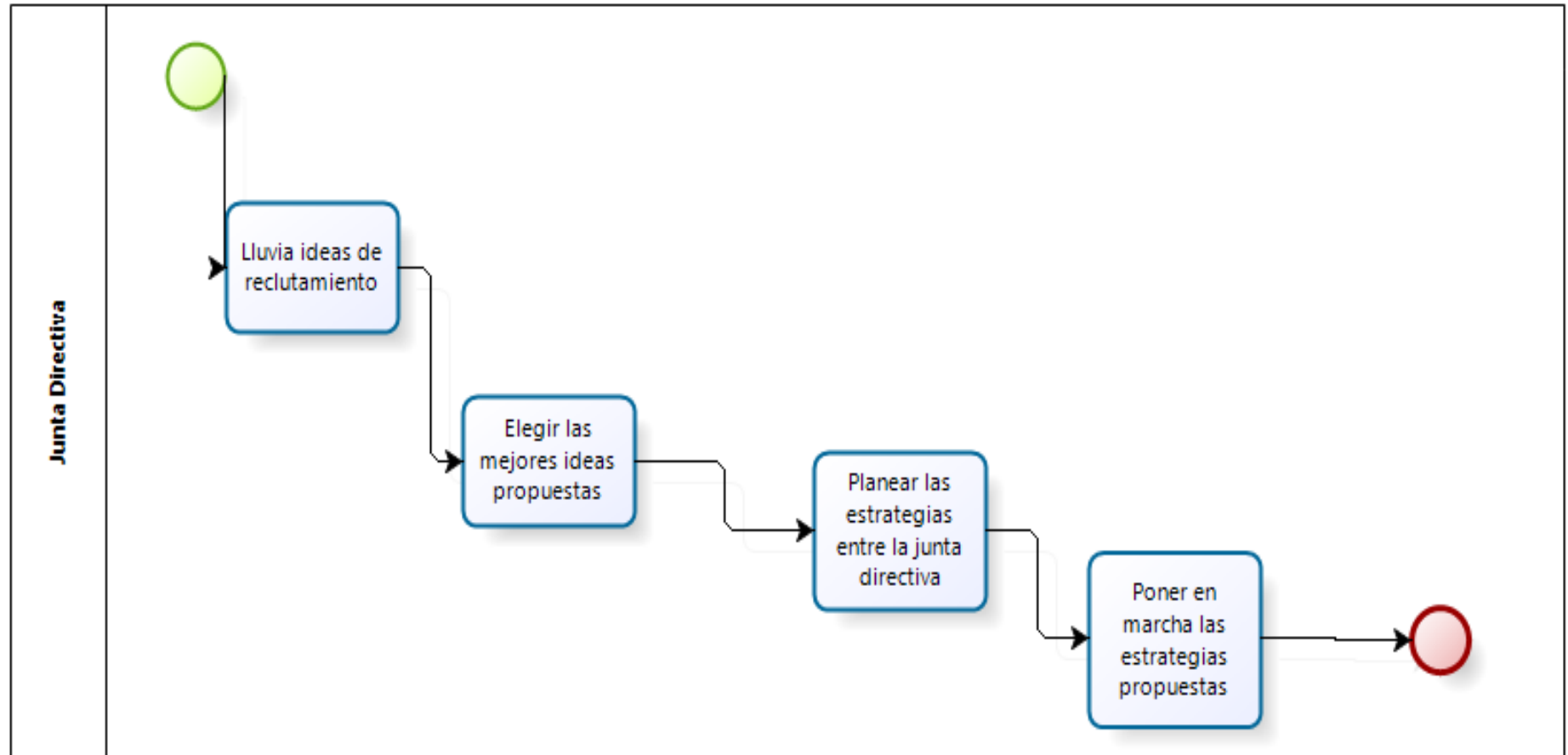
En los aspectos técnicos se describirán cuáles serán los procesos que va a seguir la asociación en donde se explicara cómo va a funcionar el proceso de promoción y captación de interesados, cuál va a ser la forma que vamos a utilizar para lograr la inscripción y registro de interesados. También como se realizará el proceso de inducción para empoderamiento y finalmente cuales serán todos los pasos del proceso de las charlas desde el inicio hasta el final del proyecto el cual será acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento.

Los procesos que se detallan corresponden a lo siguiente:

1. Proceso de promoción y captación de interesados
2. Inscripción y registro de interesados
3. Proceso de inducción para empoderamiento
4. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento

1. Proceso de promoción y captación de interesados

Figura 12. Proceso de promoción y captación



Fuente: Elaborada por los autores

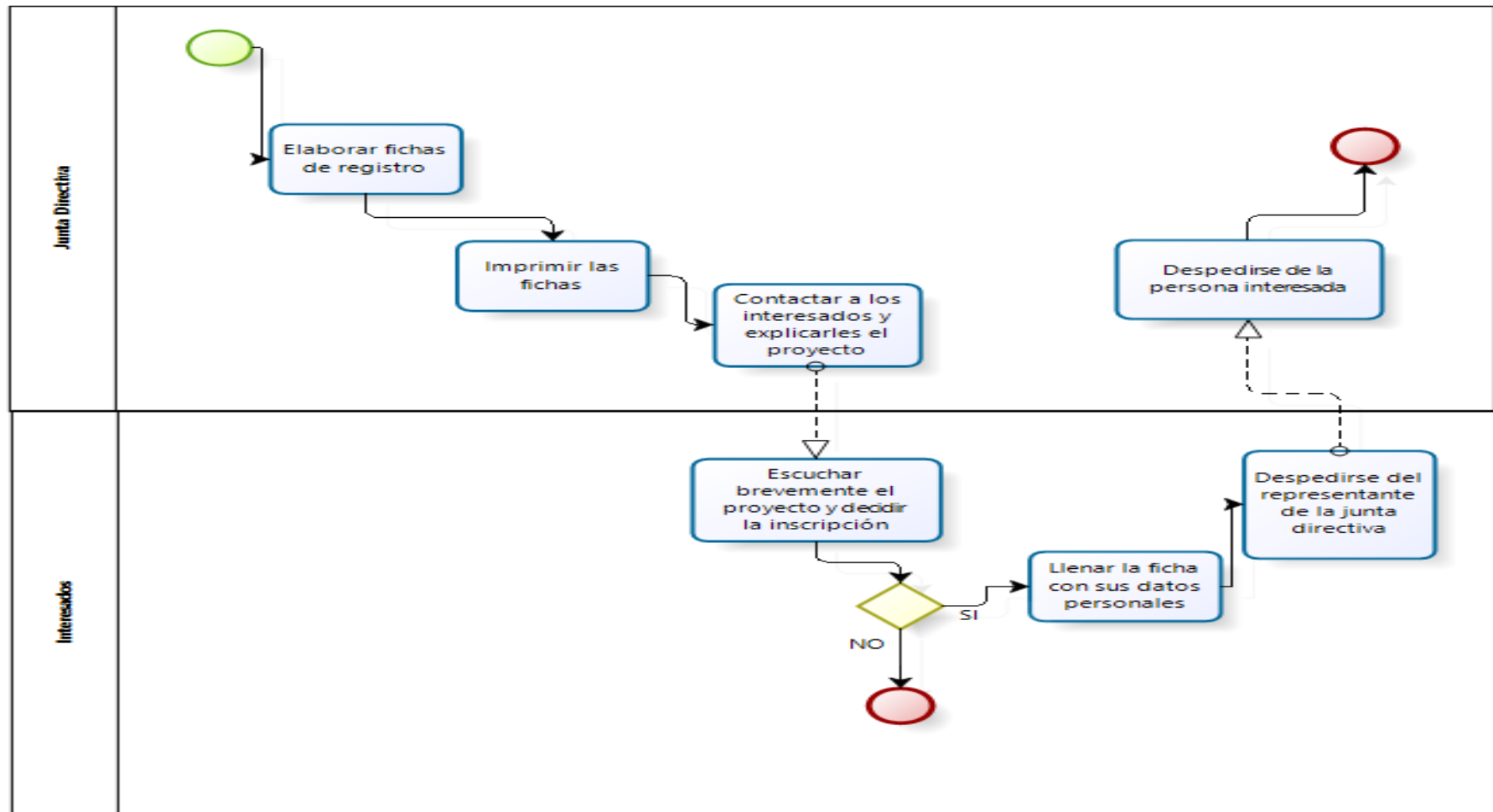
Tabla 6. Proceso de promoción y captación de interesados

NOMBRE DEL PROCESO		
Proceso de promoción y captación de interesados		
DUEÑO DEL PROCESO		
Junta directiva		
OBJETIVOS		
Realizar promociones para poder captar interesados en el proyecto		
ALCANCE		
Empieza	Lluvia de ideas de reclutamiento	
Incluye	Planear las estrategias entre la junta directiva	
Termina	Poner en marcha las estrategias propuestas	
Entrada	Actividades del proceso	Salida
Ideas para realizar la captación de los interesados	Lluvia de ideas	Estrategia final para lograr la captación de los interesados
	Escoger las mejores ideas	
	Realización de la estrategia	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
Lanzar ideas para posibles estrategias de captación		
Los encargados de la junta directiva deben de ponerse de acuerdo para consolidar una idea final		
RECURSOS		
Recursos que se utilizará será laptop, proyector, pantalla de proyector entre otros		

Fuente: Elaborada por los autores

2. Inscripción y registro de interesados

Figura 13. Inscripción y registro



Fuente: Elaborada por los autores

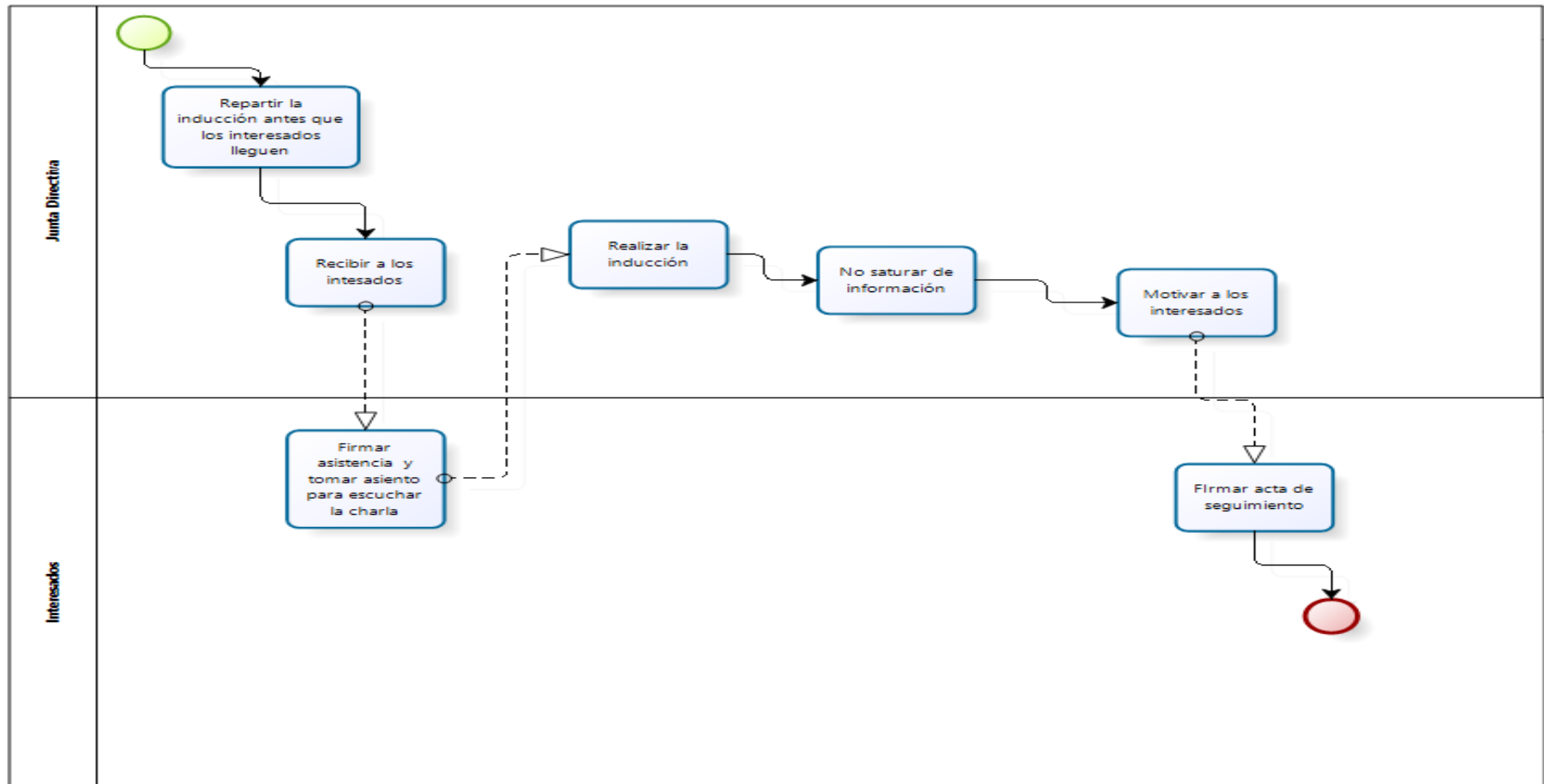
Tabla 7. Proceso de inscripción y registro de interesados

NOMBRE DEL PROCESO		
Inscripción y registro de interesados		
DUÑO DEL PROCESO		
Junta directiva		
OBJETIVOS		
Explicarles el proyecto a los interesados y lograr que se registren		
ALCANCE		
Empieza	Elaborar fichas de registro	
Incluye	Explicación del proyecto	
Termina	El interesado registrándose y despidiéndose amablemente de la junta directiva	
Entrada	Actividades del proceso	Salida
Explicación del proyecto	Explicar el proyecto	Registro de interesado
	Indicarle cual es la forma de trabajo	
	Firma de registro	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
Entregar información precisa sobre el proyecto y la idea de negocio		
Tratar de formar una alianza inquebrantable con el interesado para poder realizar su idea de negocio realidad		
RECURSOS		
Recursos que se utilizará será laptop, lapicero, cuaderno, entre otro		

Fuente: Elaborada por los autores

3. Proceso de inducción para empoderamiento

Figura 14. Proceso de inducción



Fuente: Elaborada por los autores

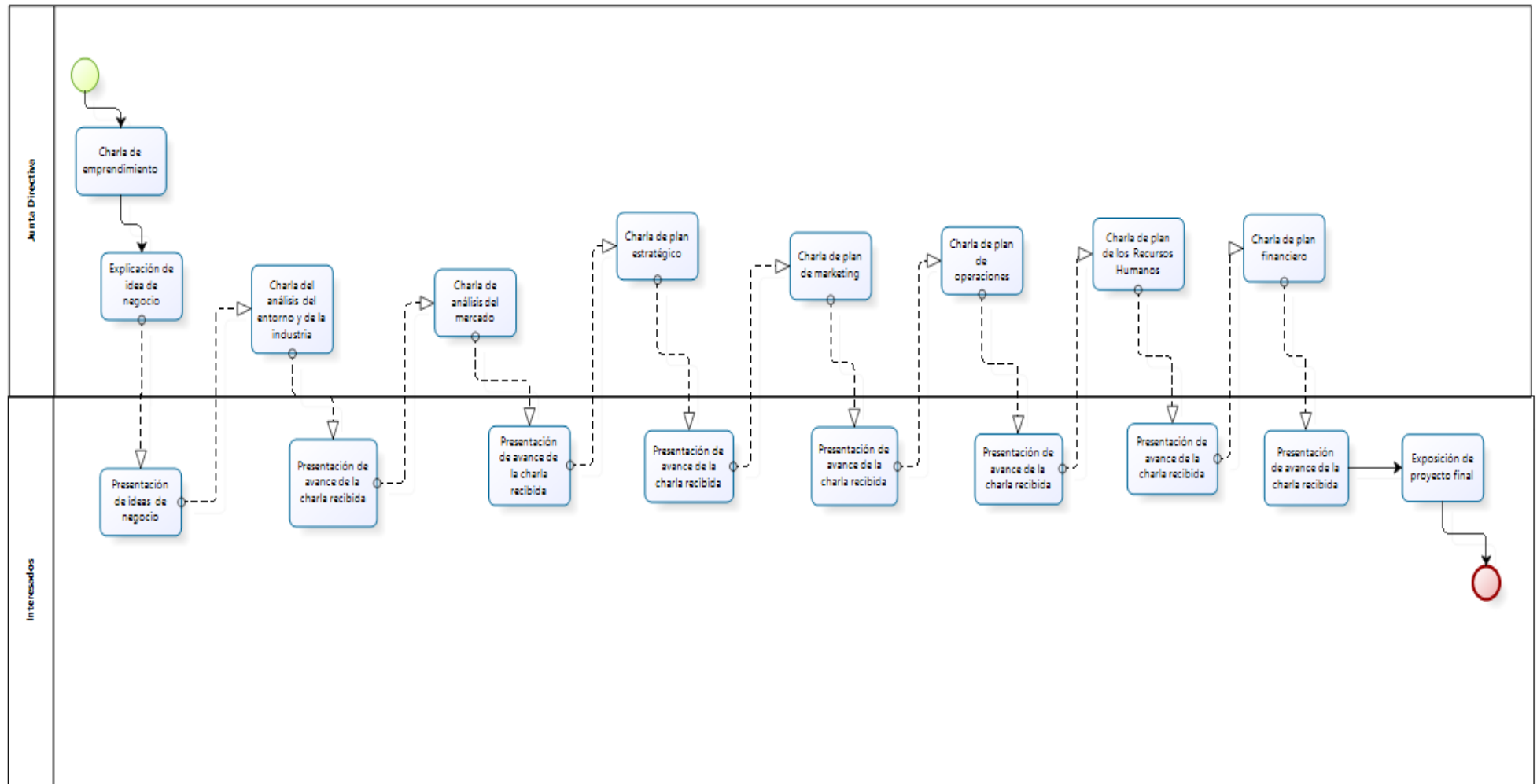
Tabla 8. Proceso de inducción para empoderamiento

NOMBRE DEL PROCESO		
Proceso de inducción para empoderamiento		
DUEÑO DEL PROCESO		
Junta directiva		
OBJETIVOS		
Información completa sobre el proyecto que vamos a realizar con los interesados		
ALCANCE		
Empieza	Repartir la charla de inducción antes que los interesados lleguen	
Incluye	Información de la propuesta o del negocio que vamos a formar para tratar de convencer al representante de nuestros aliados o socios	
Termina	Firma del acta de seguimiento por parte de los interesados	
Entrada	Actividades del proceso	Salida
Aliado potencial	Explicar el proyecto	Alianza estratégica
	Indicarle cuales va a ser su aporte y posibles ganancias	
	Formar la alianza estratégica	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
Entregar información precisa sobre el proyecto y la idea de negocio		
Tratar de formar una alianza inquebrantable donde ambas partes salgan beneficiadas		
RECURSOS		
Recursos que se utilizará será laptop, lapiceros, cuadernos.		

Fuente: Elaborada por los autores

4. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento

Figura 15. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo



Fuente: Elaborada por los autores

Tabla 9. Acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento

NOMBRE DEL PROCESO		
Acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento		
DUÑO DEL PROCESO		
Junta Directiva		
OBJETIVOS		
Hacer el seguimiento de la elaboración del proyecto por parte de los interesados		
ALCANCE		
Empieza	Charla de emprendimiento	
Incluye	El acompañamiento en el desarrollo de la idea de negocios	
Termina	La exposición de los proyectos por parte de los interesados	
Entrada	Actividades del proceso	Salida
Idea de negocio	Explicarle todos los pasos para la elaboración de su proyecto	Proyecto final
	Realizar un seguimiento de su proyecto	
	Presentación del proyecto final	
POLÍTICAS, LINEAMIENTOS, REGLAS DE NEGOCIO		
Realizar charlas de los puntos específicos para la elaboración de su proyecto		
Exposición de los proyectos realizados para la evaluación sobre la elaboración de cada uno de los proyectos		
RECURSOS		
Recursos que se utilizará será laptop, proyector, cuaderno, lapicero, corrector, entre otros		

Fuente: Elaborada por los autores

INVERSIÓN

a) ACTIVO FIJO

ACTIVO FIJOS			
COSTOS MATERIALES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Proyector	1	S/.289.00	S/.289.00
Pantalla para proyector	1	S/.199.00	S/.199.00
Laptop	2	S/.1,000.00	S/.2,000.00
Útiles de escritorio	15	S/.10.00	S/.150.00
Mesas	25	S/.15.00	S/.375.00
Sillas	50	S/.6.00	S/.300.00
Otros materiales	5	S/.30.00	S/.150.00
TOTAL			S/.3,463.00

b) ACTIVO INTANGIBLE

ACTIVO INTANGIBLE	
GASTOS DE SERVICIOS	COSTO
Energía Eléctrica	S/.30.00
Internet	S/.50.00
Agua	S/.20.00
TOTAL	S/.100.00

c) GASTOS DE CONSTITUCIÓN

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	COSTO
Reserva de nombre	S/.20.00
Gastos notariales	S/.300.00
Licencia de funcionamiento	S/.26.00
Certificado de defensa civil (I.T.S-B.D.C)	S/.150.00
TOTAL	S/.496.00

d) CAPITAL TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	
COSTOS MATERIALES	S/.3,463.00
GASTOS DE SERVICIOS	S/.100.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	S/.496.00
TOTAL	S/.4,059.00

e) FLUJO DE CAJA ANUAL

Inversión	S/.4,059.00
Interesados	85
Total, de aportes mensual	S/510.00

Aportación propia de los interesados	S/.6.00
Anual por interesado	S/.72.00
Total, de aportes anual	S/.6,120.00

Charlas de emprendimiento y actividades de capacitación		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		S/.6,120.00	S/.6,120.00	S/.6,120.00	S/.6,120.00	S/.6,120.00
INGRESOS						
Demanda		85	85	85	85	85
DESCRIPCION	AÑO_0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	-S/. 4,059.00					
TOTAL DE INGRESOS		S/. 6,120.00	S/. 6,120.00	S/. 6,120.00	S/. 6,120.00	S/. 6,120.00
EGRESOS						
UTILES DE ESCRITORIO		S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00
OTROS MATERIALES		S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00	S/.1,800.00
GASTOS DE SERVICIOS		S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
TOTAL DE EGRESOS		S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00	S/.4,800.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/. 4,059.00	S/.1,320.00	S/.1,320.00	S/.1,320.00	S/.1,320.00	S/.1,320.00

COSTO DE OPORTUNIDAD	10%
Calculando el VAN	S/. 858.94
Calculando el TIR	19%
Costo / Beneficio	1.04

∑ Ingresos	S/23,199.62
∑ Costos	S/18,195.78
∑ Costos + Inversión	S/22,254.78

3.6. Método de análisis de datos

El estudio cuantitativo realizado fue de tipo aplicada y no experimental, la primera con referencia buscar teorías que sean aplicadas a los problemas o contextos de los acontecimientos y la segunda hace referencia a que es solo un estudio teórico con hecho reales, mismo que plantean la efectiva existencia de una problemática para posteriormente establecer la asociación entre las variables, una vez concluida con la recolección de datos se derivará a calcular la investigación utilizando herramientas estadísticas, la cual es el Excel versión 2010, en el que se presentarán la tabulación en figuras y tablas.

3.7. Aspectos éticos

Se tendrá que considerar la autenticidad de los resultados obtenidos respecto a la participación intelectual, convicciones políticas, religiosas y honestas, privacidad, medio ambiente, responsabilidad social, política, legal y moral; y por último valer la identidad de las personas que participan en esta investigación.

- **Confidencialidad**

A los encuestados se les informó que la información proporcionada tendría carácter confidencial y anónimo.

- **Observación Participativa**

Se les brindó libertad de respuestas.

- **Originalidad**

Los estudios se desarrollarán en base a un análisis previo, de las problemáticas actuales, en el cual el investigador busca una explicación y/o solución, en el lugar donde se desarrolla la investigación, dotándola de originalidad.

Por otra parte, las fuentes bibliográficas que utilice serán citadas de manera adecuada, mediante el estilo APA, respetando los derechos de autor y la propiedad intelectual.

IV. RESULTADOS

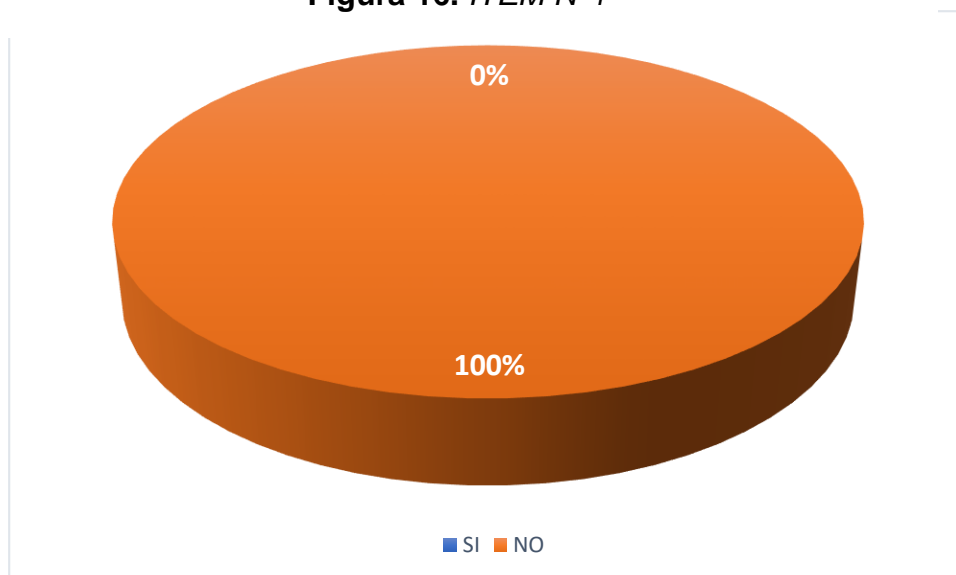
4.1. Resultados de tablas y figuras

Tabla 1

1. ¿Conoce usted alguna asociación sin fines de lucro que brinde asesoría con el objetivo de emprender negocios en el caserío La Tomasita?

DESCRIPCIÓN	FI	%
SI	0	0%
NO	121	100%
TOTAL	121	100%

Figura 16. ITEM N°1



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 1

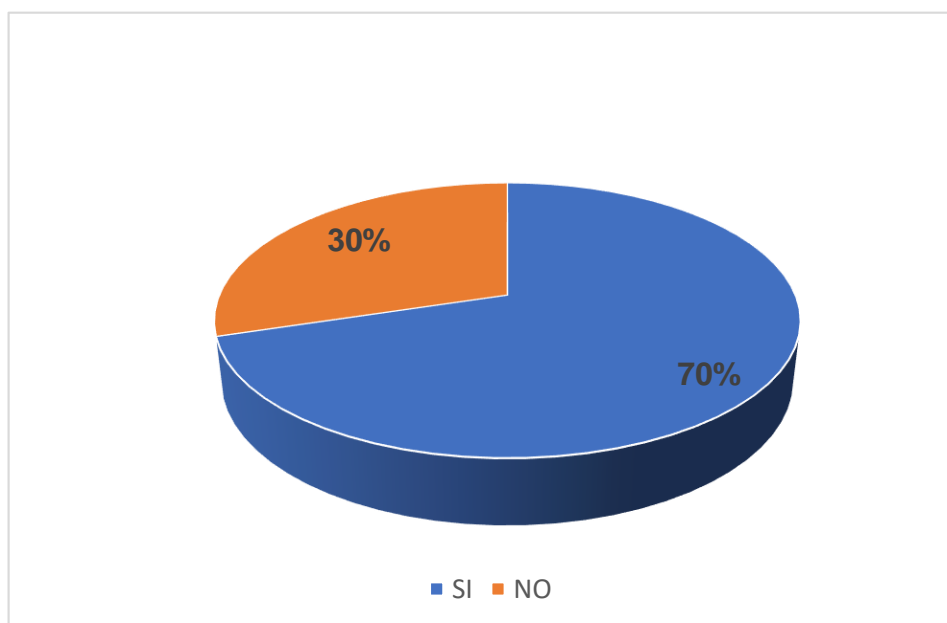
Respecto del ITEM sobre si las madres del caserío La Tomasita de Jayanca en Lambayeque conocían una Asociación sin fines de lucro que tenga por objetivo emprender negocios en dicho lugar, los resultados: un 100% no conoce de alguna asociación sin fines de lucro en dicho lugar.

Tabla 2

2. ¿Le gustaría adquirir conocimiento sobre programas para la generación de emprendimiento de negocios?

DESCRIPCIÓN	FI	%
SI	85	70%
NO	36	30%
TOTAL	121	100%

Figura 17. ITEM N° 2



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 2

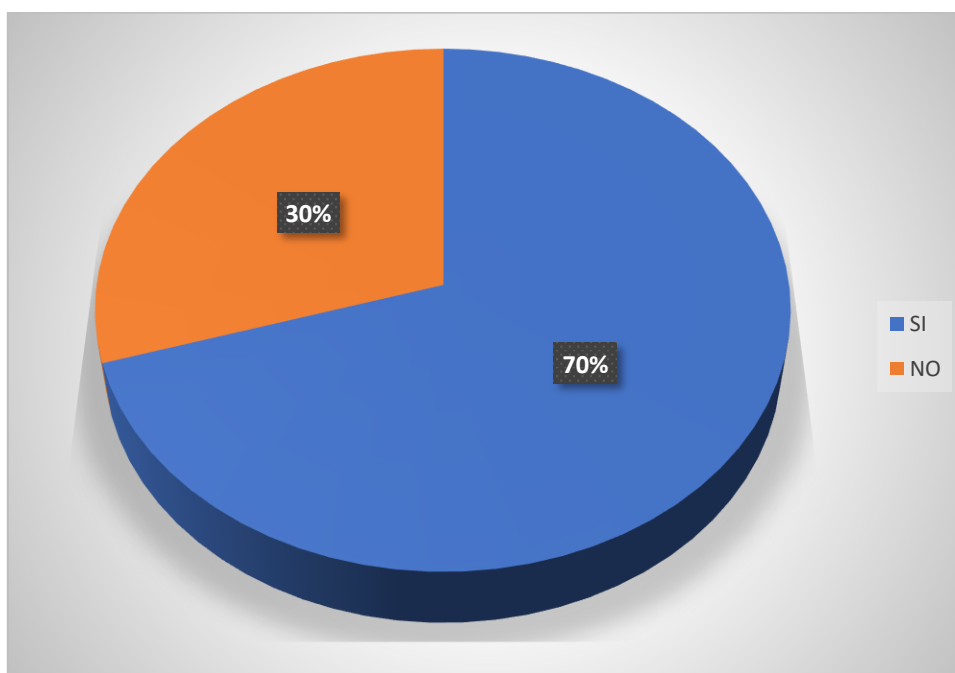
Respecto del ITEM sobre si les gustaría adquirir conocimiento sobre programas para la generación de emprendimiento de negocios: un 70% está de acuerdo y un 30% en desacuerdo.

Tabla 3

3. ¿Le gustaría participar en una asociación sin fines de lucro que les brinde asesorías con el objetivo de emprender negocios?

DESCRIPCIÓN	FI	%
SI	85	70%
NO	36	30%
TOTAL	121	100%

Figura 18. ITEM N° 03



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 3

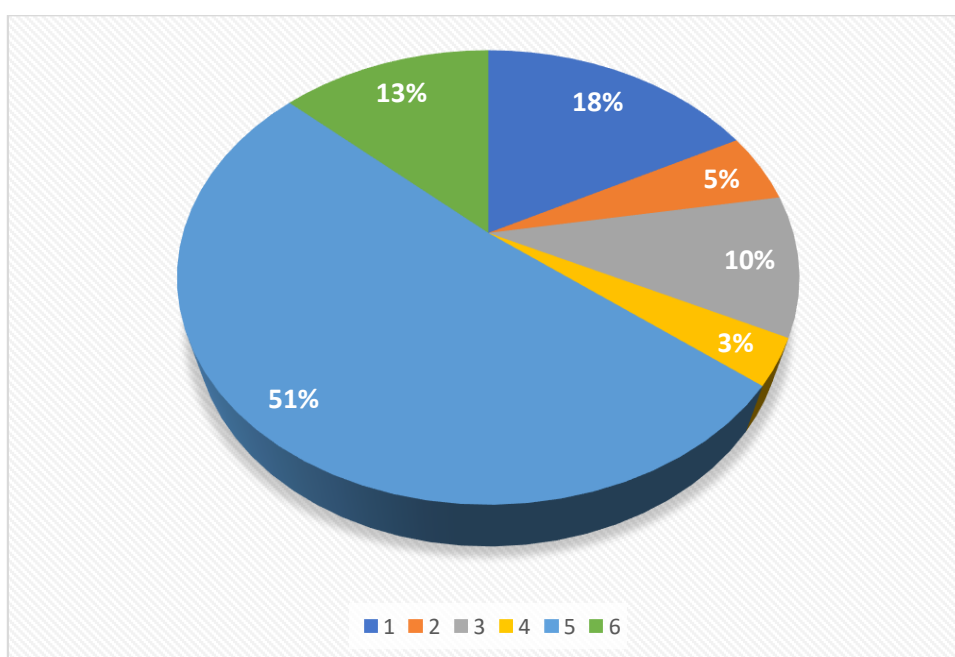
Respecto del ITEM sobre si participaría en una asociación sin fines de lucro que le brinde asesorías con el objetivo de emprender un negocio: un 70% indica que SI y un 30% que NO.

Tabla 4

4. ¿En qué tipo de emprendimiento les gustaría participar?

DESCRIPCIÓN	FI	%
A	21	17%
B	6	5%
C	12	10%
D	4	3%
E	62	51%
F	16	13%
TOTAL	121	100%

Figura 19. ITEM N° 04



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 4

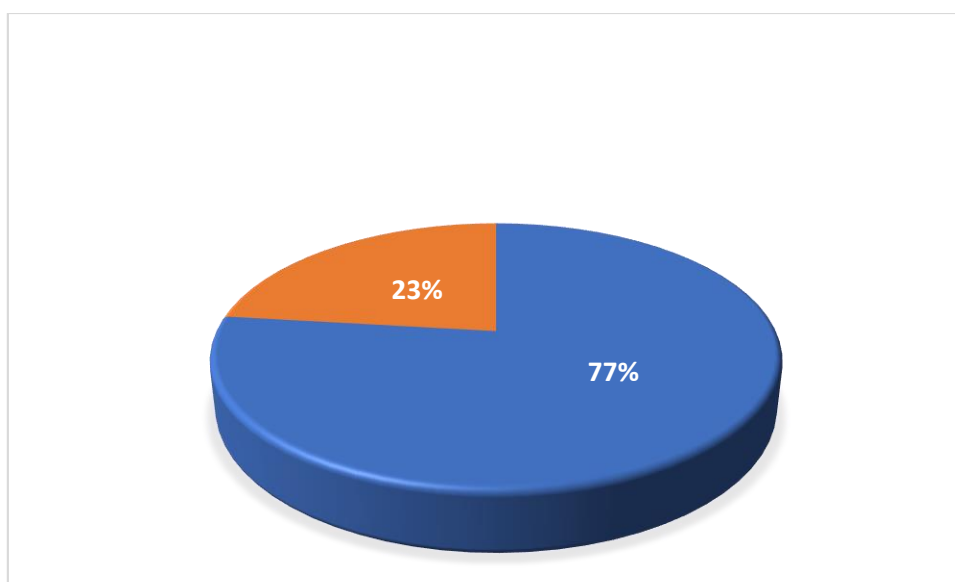
Respecto del ITEM sobre en qué tipo de negocio te gustaría participar: un 17% optaron por pequeñas granjas de animales menores, 5% para colmenas para la producción de miel de abeja, un 10% para la producción de chancaca como sustituto de la azúcar refinada, 3% por la producción de licores artesanales, 51% por los tejidos a mano y por último un 13% por huertos familiares de hortalizas y verduras.

TABLA N°5

5. ¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debería brindar asesoría técnica en materia de generación de emprendimiento en su comunidad (constitución de empresa, diseño de estrategias financieras, etc.)?

DESCRIPCIÓN	FI	%
SI	93	77%
NO	28	23%
TOTAL	121	100%

Figura 20. ITEM N° 5



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 5

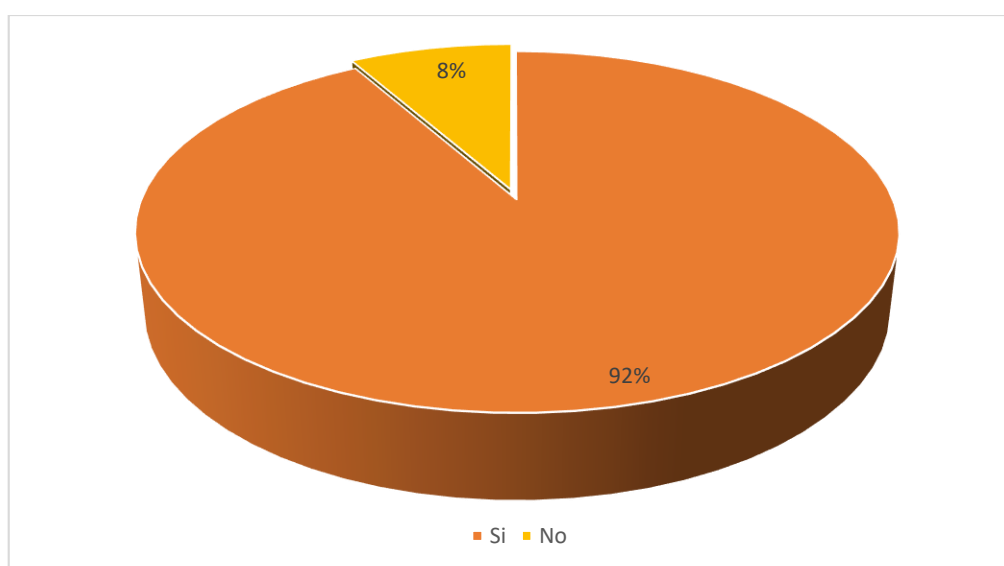
Respecto del ÍTEM sobre si ¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debería brindar asesoría técnica en materia de generación de emprendimiento en su comunidad (constitución de empresa, diseño de estrategias financieras, etc.) ? : un 77% indica que SI y un 23% que NO

TABLA N° 6

6. ¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debe brindar asesoría legal en materia de generación de emprendimiento en su comunidad?

ÍTEMS	FI	%
SI	111	92%
NO	10	8%
TOTAL	121	100%

Figura 21. ITEM N° 6



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA 6:

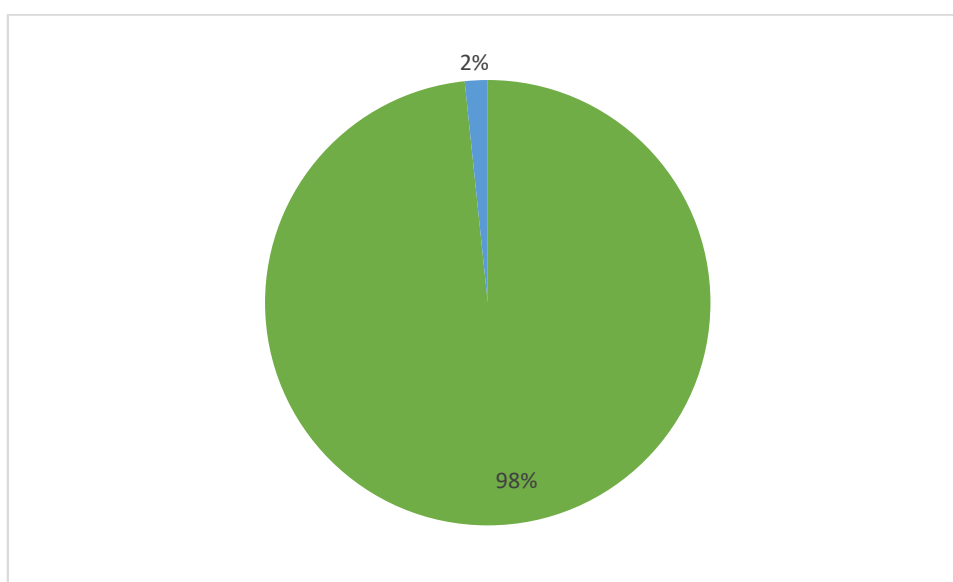
Según los resultados obtenidos, un 92% de las madres del Caserío La Tomasita, considera que una asociación sin fines de lucro debe brindar asesoría legal en materia de generación de emprendimiento en el lugar donde viven, mientras que, un 8% considera que una asociación sin fines de lucro no brinda asesoría legal.

TABLA N°07

7. ¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debe brindar asesoría económica – financiera en materia de generación de emprendimiento en su comunidad?

ÍTEMS	FI	%
SI	119	98%
NO	2	2%
TOTAL	121	100%

Figura 22. ITEM N° 7



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA N° 07:

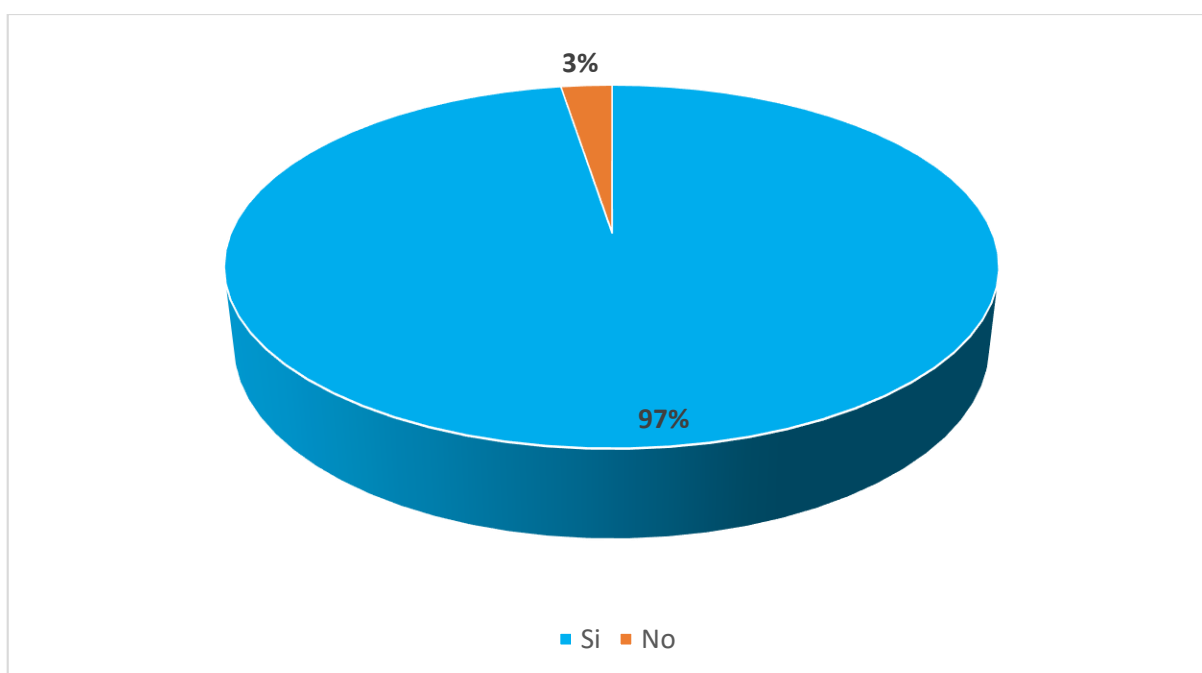
Según los datos los datos obtenidos del Cuestionario, resulta que un 98% de las madres del Caserío Tomasita consideran que una asociación sin fines de lucro SÍ debe brindar asesoría económica-financiera en materia de generación de emprendimiento en su comunidad, y un 2% cree que una asociación sin fines de lucro NO brinda asesoría económica- financiera en materia de generación de emprendimiento.

TABLA N°08

8. ¿Para usted sería viable que la municipalidad la apoye en su emprendimiento?

ÍTEMS	FI	%
SI	115	97%
NO	3	3%
TOTAL	118	100%

Figura 23. ITEM N° 8



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA N° 8

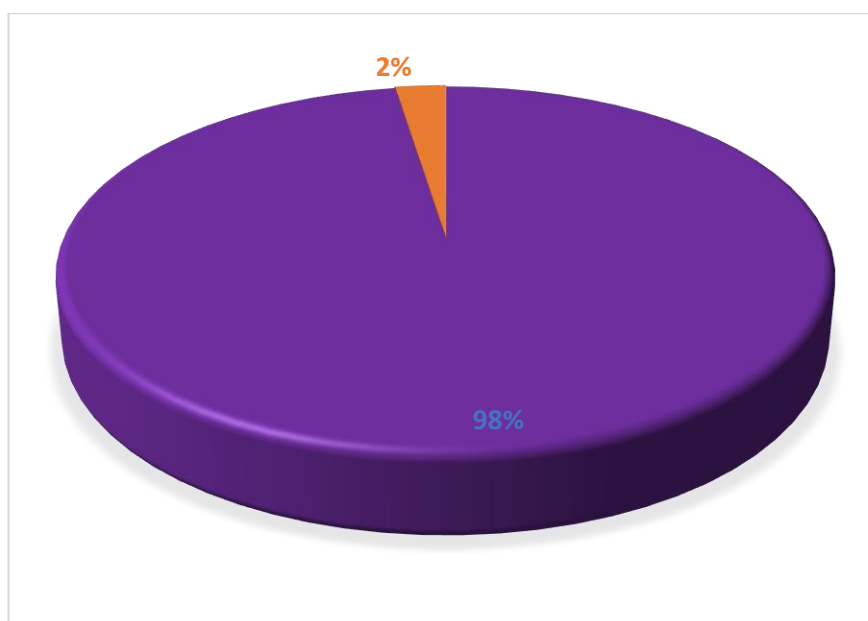
Según los datos obtenidos del Cuestionario, resulta que un 97% de las madres del Caserío Tomasita considera que, sí es viable que la municipalidad la apoye en su emprendimiento, y un 3% indica que no es viable que la municipalidad la apoye en su emprendimiento.

TABLA N°09

9. ¿Estaría de acuerdo con aportar económicamente de manera mensual a la asociación para que brinde asesoría con el objetivo de emprender un negocio?

ÍTEMS	FI	%
SI	118	98%
NO	3	2%
TOTAL	121	100%

Figura 24. ITEM N° 09



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA N° 9

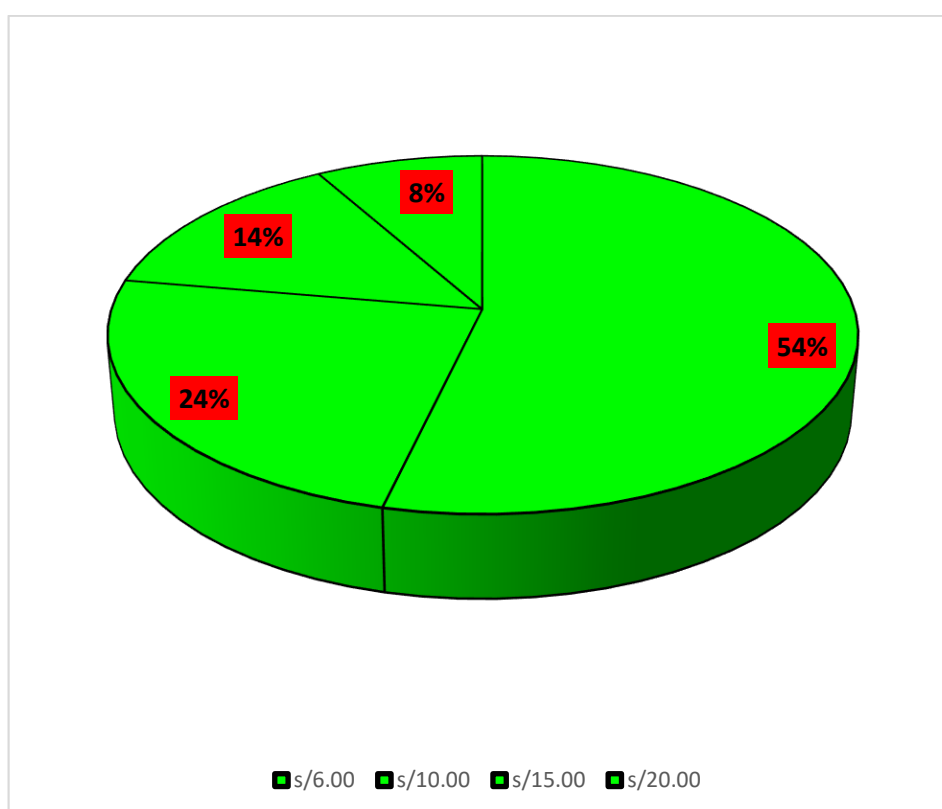
Según los datos obtenidos del Cuestionario, resulta que un 98% de las madres del Caserío La Tomasita están de acuerdo con aportar económicamente de manera mensual a la asociación para que brinde asesoría con el objetivo de emprender un negocio, y un 2% no está de acuerdo con aportar económicamente a la asociación sin fines de lucro.

TABLA N°10

10. ¿Cuánto aportarías a la asociación de manera mensual para que brinde asesoría con el objetivo de emprender un negocio?

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/6.00	65	54%
S/10.00	29	24%
S/15.00	17	14%
S/20.00	10	8%
TOTAL	121	100%

Figura 25. ITEM N° 10



Fuente: Elaboración propia (2020)

COMENTARIO DE LA FIGURA N° 10:

Tal y como se muestran en la tabla y gráfico, se observa que un 54% aportarían a la asociación sin fines de lucro la suma de s/6.00, un 24% aportarían s/10.00, un 14% aportarían s/15.00 y un 8% s/20.00.

V. DISCUSIÓN

5.1. Estudio de mercado

El análisis que se hizo a las características del mercado, para estudiar la viabilidad de un plan de negocio a través de una asociación sin fines de lucro que brinde asesoría de tipo técnica, administrativa, legal y económica-financiera, la población del Caserío “La Tomasita” según la investigación de Sandoval (2019) un 88% de personas cuentan con formación primaria, 6% con educación secundaria y 6% analfabeto; con respecto a la responsabilidad del jefe de hogar tenemos que 94.3% se encarga de las actividades en el sector agricultura, lo que se interpreta el alto porcentaje que trabaja para la manutención de su familia; muestra que en un 70% las madres del caserío “La Tomasita” se encuentran interesadas en que se les brinde orientación y conocimiento sobre emprender un negocio .

Así mismo, en la investigación de Córdova (2017) su propuesta “Plan de negocio para la creación de la comercializadora de hierbas aromáticas orgánicas”, se concluyó la viabilidad del proyecto por el índice de aceptación del mercado (73%); podemos verificar que en ambas investigaciones la aceptación por parte del mercado es fundamental para determinar la viabilidad de un proyecto.

5.2. Análisis de tipo administrativo legal

El informe de investigación y por ende el proyecto contenido en este, tiene como finalidad la creación de una asociación sin fines de lucro, la cual tiene como una de sus características más fundamentales de esta forma de organización (Villalba, 2016, p. 24-34), las actividades que se lleven a cabo deberán ser con legales y obedeciendo al orden público y buenas costumbres., la misma que está establecida como persona jurídica a partir art. 80 al art. 98 del Código Civil Peruano; desde uno de sus elementos de viabilidad, el aspecto legal prevé el modelo de organización a seguir que se expondrá en el siguiente apartado.

Desde el aspecto organizacional el Código Civil establece a una asamblea general de asociados (AGA) y Consejo Directivo; AGA está conformada por

todos los asociados que se encuentren habilitados y se considera el órgano supremo de la asociación sin fines de lucro.

Con respecto al aspecto legal que se brinde en materia de generación de emprendimientos por parte de la Asociación sin fines de lucro “SUPÉRATE HOY, EMPRENDEDORAS LA TOMASITA”, tenemos que 92% de las madres desea asesoría legal en materia de emprendimiento.

5.3. Análisis de aspectos técnicos

Se determina los procesos o pasos que se van a seguir para la realización de las charlas a las madres del caserío La Tomasita, como primer proceso es la promoción y aceptación de interesados donde el dueño del proceso es la junta directiva, aquí se empieza con la lluvia de ideas de reclutamiento y termina con poner en marcha las estrategias propuestas; inscripción y registro de interesados aquí el dueño del proceso es la junta directiva su objetivo es explicarles a los interesados el proyecto y lograr que se registren, empieza elaborando las fichas de registro y termina cuando el interesado logra registrarse y se despide.

Proceso de inducción para empoderamiento donde la junta directiva tiene como objetivo dar la información completa sobre el proyecto que se va a llevar a cabo, se empieza repartiendo la charla de inducción antes que los interesados lleguen, incluye también información del plan de negocio que vamos a formar y convencer al representante donde firma el acta de seguimiento y por ultimo acompañamiento en la elaboración y desarrollo del emprendimiento donde la junta directiva tiene como objetivo hacer el seguimiento de la elaboración del proyecto por parte de los interesados, se empieza realizando las charlas de emprendimiento y se concluye la exposición por parte de los interesados. De la misma manera en cómo lo define Narazas (2019) en su investigación.

5.4. Análisis de aspectos económicos – financieros

En cuanto a los aspectos económicos-financieros involucra la inversión que se tomará en cuenta para poder desarrollar las asesorías que se han mencionado en el apartado 5.1, y para ello debemos de contar con la aportación de parte de las madres del caserío La Tomasita, según los resultados obtenidos del Cuestionario, tenemos que un 98% de madres desean que se le brinde asesoría económica financiera para emprender su propio negocio; y en cuanto a la aportación de parte de las madres que se había mencionado, observamos que un 54% está de acuerdo con aportar s/.6.00, luego le sigue un 24% interesadas en aportar la suma de s/.10.00. De acuerdo con la tesis de Narazas (2019) realizó una investigación circunscrita en Camaná, Arequipa; y tuvo como objetivo general desarrollar el plan de negocio para conocer la viabilidad técnica, económica y financiera de la idea de negocio, indica que desarrollar, concretizar y observar el estado económico y financiero es crucial y determinante para la viabilidad del proyecto. De acuerdo con los objetivos, se planteó la creación de la asociación sin fines de lucro “SUPERATE HOY, EMPREDEDORAS LA TOMASITA”, se determinó que sí es viable el plan de negocio porque se tendrá una inversión de S/. 4,059.00, en consecuencia, el flujo de caja nos entrega un van de S/. 858.94, posteriormente la TIR de 19%, prosiguiendo con el costo/beneficio saldrá como resultado 1.04, lo que quiere decir que el proyecto es positivo.

VI. CONCLUSIONES

En base a los resultados logrados luego de la investigación se ha conseguido las siguientes conclusiones:

-Se ha determinado que el Plan de Negocio para la creación de una asociación sin fines de lucro para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca, resulta ser viable porque se cuenta con el potencial humano y los recursos tecnológicos que contribuyen para que este proyecto se haga realidad, y lo más importante es que se evidencia un gran interés por parte de las madres en lograr el tan ansiado empoderamiento a través de creación de negocio propio.

-Al momento de diagnosticar la demanda se tomó en cuenta dos preguntas las mismas que se han consignado en el cuestionario: ¿le gustaría adquirir conocimiento sobre programas para la generación de emprendimiento de negocio? y ¿le gustaría participar en una asociación sin fines de lucro que les brinde asesorías con el objetivo de emprender negocios?, dando como resultado que tendremos 85 interesadas en recibir nuestras charlas de emprendimiento.

-Con respecto a los aspectos administrativos legales, la forma de organización será la de una asociación sin fines de lucro, la misma que está regulada en el art. 80 hasta el 98 del Código Civil Peruano, esta persigue un fin no lucrativo, en cuanto a su organización cuenta con una Asamblea General de Asociados y el Consejo Directivo; también posee un estatuto que contendrá la finalidad y todos los aspectos administrativos técnicos, económicos y legales.

-En los aspectos técnicos, se han considerado los procesos, el funcionamiento y la promoción para la captación de interesadas en recibir las orientaciones para emprender un negocio, para ello se ha detallado el proceso a seguir: en primer lugar, captar interesadas, inscribir y registrarlas, luego a las madres que se han registrado se les brindará una inducción relacionada con el empoderamiento y por último acompañarlas en la elaboración y desarrollo del su emprendimiento.

- Luego del análisis se determinó que sí es viable el plan de negocio porque tendremos una inversión de S/. 4,059.00, lo cual en el flujo de caja nos entrega un valor actual neto de S/. 858.94, posteriormente la tasa interna de retorno de 19%, prosiguiendo con el costo/beneficio saldrá como resultado 1.04, esto quiere decir que si el proyecto es mayor que 1 resulta positivo.

VII. RECOMENDACIONES

Con respecto a lo concluido se recomienda lo siguiente:

-Para el desarrollo de un buen de negocio y determinar la viabilidad se debe tener la idea clara, también la población meta a la cual va a ser dirigido para poder comprobar si esa idea que tenemos la va a consumir la gente o quizás no.

-Al momento de seleccionar la demanda en dónde se desarrollará un proyecto en especial cuando es invertido por entidades pública, debe de prevalecer su ejecución en zonas alejadas en dónde el índice de mujeres dependientes del varón es más alto.

-Las asociaciones sin fines de lucro que su objetivo sea una finalidad altruista y en bien de la sociedad deberían de recibir un apoyo económico por parte de las instituciones públicas.

-Llevar a cabo con responsabilidad cada uno de los procesos que se han planteado en los aspectos técnicos, ayudará a que, ya que se cumplan con normalidad las metas propuestas, además se debe buscar asesoramiento jurídico para desempeñar correctamente con los requisitos legales.

-La elaboración del plan financiero es de vital importancia en la elaboración de los planes de negocio, porque ahí se plasma cuales serán tus ingresos y egresos que vas a tener en tu emprendimiento, también si resulta viable y en cuanto tiempo se va a recuperar tu inversión.

REFERENCIAS

- Aparicio, S. (2020). *Cómo pueden las empresas sobrevivir a la crisis del Covid-19*. Bogotá: RED FORBES. Obtenido de <https://forbes.co/2020/03/20/red-forbes/como-pueden-las-empresas-sobrevivir-a-la-crisis-del-covid-19/>
- Arriola, L. (9 de Diciembre de 2012). *Población, muestra, muestreo y criterios de selección*. (Youtube) Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=zGtk_li9VBs
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. C.D. Mexico: Patria.
- Campana, I. (2020). *Propuesta de un plan de negocios para la comercialización de arándanos en calidad de pasas para la región Arequipa*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/9959/44.0675.1.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro Lozano, K. L. (2020). *Portal web de la Universidad Señor de Sipán*. Obtenido de Repositorio de la USS: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/6741>
- Chavez Antonietti, R. A. (enero de 2018). *Repositorio de la USIL*. Obtenido de portal institucional de la Universidad San Ignacio del Oyola: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8951/1/2018_Chavez-Antonietti.pdf
- Córdova, H. (2017). *Plan de negocio para la creación de la comercializadora de hierbas aromáticas orgánicas*. Bogotá: Universidad Santo Tomás. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9784/2017c%C3%B3rdobahumberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Daza, M., y Forero, H. (2019). *Plan de negocios EDUVESTIENTAL en vivero para cultivos orgánicos de plantas aromáticas*. Bogotá: Universidad de La Salle. Obtenido de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=e4f9841d-d7c2-462c-8783-35172c18d59a%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=e dsbas.AB45CDFF&db=edsbas>
- Díaz, C. (2018). *Plan de negocio de una empresa proveedora de alimentos para las empresas privadas de transporte en la ciudad de Chiclayo año 2018*. Chiclayo: Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1469/1/TL_DiazQuevedoCk histhian.pdf
- Dzul Escamilla (2010). "Aplicación básica de los métodos científicos, diseño no experimental". Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de:

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

- Fajardo, M. (2018). *Plan de negocios para la creación de una empresa de utensilios biodegradables con Materias Primas Naturales*. Tesis pregrado. Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2548/1/T-UIDE-1291.pdf>
- García, M. (Mayo de 2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- Gestión. (2020). Minagri: Sector agropecuario creció 2% entre enero y mayo. (MINAGRI, Ed.) Obtenido de <https://gestion.pe/economia/minagri-sector-agropecuario-crecio-2-entre-enero-y-mayo-nndc-noticia/>
- Hernandez, R. (2014). *Metodología de la investigación*. C.D Mexico: Mc graw hill.
- Lopez, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Creative commons.
- Narazas, P. 2. (2019). *Plan de negocios para la instalación de una planta de procesamiento de frejol en la provincia de Camaná*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/9775/44.0667.1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OIT. (2015). Género y emprendimiento. En *Género y emprendimiento*. Ginebra, Suiza: Primera Edición.
- Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2020). *La agricultura de América Latina ante desaceleración económica*. México: FAO. Obtenido de <http://www.fao.org/in-action/agronoticias/detail/es/c/510886/>
- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocio*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074383157.pdf>
- Robayo, N., Suárez, N., & Pinilla, C. (2018). *Estudio de prefactibilidad para la organización comunitaria de una central de café cereza*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. doi:10.22490/25392786.2701
- sandoval P., Wilian (2019). "Mejoramiento del sistema de agua potable e instalación de letrinas en el caserío La Tomasita, Distrito de Jayanca, Provincia de Lambayeque, Departamento de Lambayeque". Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/3528>
- Santana, C. 2. (2020). *Plan de negocios para la comercialización de productos agrícolas en la Asociación "San Pedro de Licto" parroquia Licto, cantón*

- Riobamba*. Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14000/1/22T0542.pdf>
- Valderrama Mendoza, S. R. (2013). Obtenido de Guía para elaborar la tesis universitaria. Recuperado de : https://www.academia.edu/37024919/GU%C3%8DA_PARA_ELABORAR_LA_TESIS_UNIVERSITARIA_ESCUELA_DE_POSGRADO
- Villalba Valdivia, S. R. (2016). Portal web de la Universidad Nacional San Agustín. Obtenido de Tratamiento contable y tributario de las asociaciones civiles sin fines de lucro y su implicancia en el mejoramiento de la situación financiera de las entidades dedicadas al cuidado del medio ambiente. Caso: Asociación civil enlace ecológico 2015. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3739/Covivasr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Schaus y Tafur (2017). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de un instituto de educación superior enfocado en el emprendimiento empresarial*. Lima: Universidad de Lima.
- Weinberger, K. (2009). *Planes de negocio*. Perú: USAID. Obtenido de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2014). Obtenido de Técnicas para investigar. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wpcontent/uploads/2016/01/T%c3%a9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

ANEXOS

- ANEXO N° 1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Cuestionario

El objetivo del presente estudio es para conocer la aceptación o no, de las pobladoras del caserío La Tomasita, para poder emprender y aprender a generar su propio trabajo e ingresos.

- 1. ¿Conoce usted alguna asociación sin fines de lucro que brinde asesoría con el objetivo de emprender negocios en el caserío La Tomasita?**
a) Si b) No
- 2. ¿Le gustaría adquirir conocimiento sobre programas para la generación de emprendimiento de negocios?**
a) Si b) No
- 3. ¿Le gustaría participar en una asociación sin fines de lucro que les brinde asesorías con el objetivo de emprender negocios?**
a) Si b) No
- 4. ¿En qué tipo de emprendimiento le gustaría participar?**
 - Pequeñas granjas de animales menores.
 - Colmenas para la producción de miel de abeja.
 - Producción de chancaca como sustituto de la azúcar refinada.
 - Licores artesanales.
 - Tejidos a mano (crochet).
 - Huertos familiares de hortalizas y verduras.

5. **¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debería brindar asesoría técnica en materia de generación de emprendimientos en su comunidad (constitución de empresa, diseño de estrategias financieras, etc.)?**
- a) Si b) No
6. **¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debe brindar asesoría legal en materia de generación de emprendimiento en su comunidad?**
- a) Si b) No
7. **¿Cree usted que una asociación sin fines de lucro debe brindar asesoría económica – financiera en materia de generación de emprendimiento en su comunidad?**
- a) Si b) No
8. **¿Para usted sería viable que la municipalidad la apoye en su emprendimiento?**
- a) Si b) No
9. **¿Estarías de acuerdo con aportar económicamente de manera mensual a la asociación para que brinde asesoría con el objetivo de emprender un negocio?**
- a) Si b) No
10. **¿Cuánto aportarías a la asociación de manera mensual para que brinde asesoría con el objetivo de emprender un negocio?**
- a) S/. 6.00
b) S/. 10.00
c) S/. 15.00
d) S/. 20.00

- **ANEXO N° 2**

Beneficiarias

El número de asociados en el proyecto son familias campesinas. Se adjunta el padrón comunal actualizado según un sondeo realizado por los representantes de la municipalidad de Jayanca, brindando la relación de las mujeres de familia siendo estas directamente beneficiarias.

A continuación, se presenta la Relación de los Beneficiarios:

N°	NOMBRES Y APELLIDOS DEL TITULAR	ESTADO CIVIL
1	Hilda Zeña Peralta	Conviviente
2	Juana Peralta de Zeña	Casada
3	Ofelia Zeña Peralta	Casada
4	Rosa Mercedes Llontop de Zeña	Casada
5	Haydee del Socorro Rufino Inga	Casada
6	María Zeña Vda. De Pingo	Viuda
7	Maganli Herna Quesquén	Casada
8	Olga Bety Chapoñan Santamaría	Conviviente
9	Eugenia Bances de Damián	Casada
10	María Elena Pasache Siesquén	Casada
11	María Celeste Suyón Aguilar	Conviviente
12	Elvira Pasache Siesquén	Casada
13	Ana Cecilia Bance	Casada
14	Genara Siesquen de Damián	Casada
15	Nicolasa Santos Sandoval	Casada
16	Manuela Pingo Zeña	Casada
17	Tomasa Peralta Pasache	Casada
18	María Falla Chapoñan	Casada
19	Elizabeth Llontop Pingo	Madre soltera
20	Juana Llontop Pingo	Madre Soltera
21	Juana Siesquen de Pasache	Casada
22	Carmen Rosa Sandoval Santos	Madre Soltera
23	Esther Samamé de Damián	Casada
24	María Juana Farroñan Siesquén	Casada
25	María Magdalena Damián Ventura	Convivientes
26	Roxana Siesquén Vera	Convivientes

27	Doris Siesquén Vera	Madre Soltera
28	Rosa Vera Callacna	Casada
29	Angelita Pasache Villarreal	Casada
30	María Mercedes Espinoza de Pingo	Casada
31	María Isabel Falla Valladolid	Casada
32	Yuliana Zeña Niquen	Conviviente
34	Ana María Damián Alcántara	Casada
35	Felicita Alcántara Inoñán	Casada
36	Mercedes Damián Zeña	Casada
37	Luzmila Pinzón Falla	Conviviente
38	Silvia Elizabeth Falla Castillo	Madre Soltera
39	Medalith Damián Bances	Conviviente
40	Liliana Pingo Pasache	Casada
41	Anita Damián Bances	Casada
42	María Antonia Castillo Acosta	Viuda
43	Zuly Yackeline Peralta Pingo	Conviviente
44	Carmen Rosa Falla Castillo	Conviviente
45	Yojany Jackelin Falla Peralta	Conviviente
46	Gladys Peralta Pasache	Viuda
47	Danny Mabel Coronado Pingo	Casada
48	Ana Isidora Odar Yamunque	Conviviente
49	Mercedes Juárez Chunga	Casada
50	María Magdalena Zeña de Vílchez	Madre Soltera
51	Emma Falla Zeña de Vílchez	Madre Soltera
52	María Haiidee Santamaría de la Cruz	Conviviente
53	Lizeth Pasache Rumiche	Conviviente
54	Rosa Edith Santamaría de Cruz	Conviviente
55	María Santos Blanco de Falla	Casada
56	Manuela Inoñán Santamaría	Madre Soltera
57	Geovana Falla Monja	Casada
58	Betty Falla Monja	Conviviente
59	Gladis Falla Monja	Conviviente
60	María Luz Zeña Aguilar	Madre soltera
61	Ruth Guadalupe Falla Zeña	Conviviente
62	Amancia Yamunaque de Falla	Casada
63	María Paula Falla Yamunaque	Conviviente

64	Elena Falla Yamunaqué	Casada
65	Lesly García Falla	Conviviente
66	Lizeth Milagros Díaz Valladolid	Casados
67	María Elena Espinoza Falla	Casados
68	Victoria Zeña Morí	Conviviente
69	Juana Rosa Valladolid Monja	Madre Soltera
70	María Esperanza Espinoza Falla	Madre Soltera
71	Doris Espinoza Falla	Madre Soltera
72	Anita Analí Blanco Espinoza	Conviviente
73	Adriana Mirella Blanco Espinoza	Conviviente
74	Rosa Elvira Coronado Coronado	Conviviente
75	Ericka Melisa Fernández Vidaurre	Conviviente
76	Jenny Jannet Zeña Inoñan	Conviviente
77	Denys Karina Monja Iman	Madre Soltera
78	María Martha Valladolid Monja	Casados
79	Edith Del Rocío Falla Valladolid	Conviviente
80	María Esther Blanco Zeña	Casados
81	Nelly Santamaría Siesquen De Chunga	Casados
82	Milagros Del Rosario Chunga Santamaría	Conviviente
83	Verónica Roxana Falla Valladolid	Madre Soltera
84	Felicita Morales Castillo	Casados
85	Herminia Campos De Jiménez	Casados
86	Carmen Liliana Jiménez Campos	Conviviente
87	Belú Nevado Jiménez	Conviviente
88	Janet Roxana Nevado Santamaría	Conviviente
89	María Delia Santamaría Vda. De Nevado	Viuda
90	Iris Irmí Vendivis Serna	Casados
91	Asunciona Pacherras Tantarico	Casados
92	Keyla Fiorella Monja Farro	Conviviente
93	Silvia Isabel Elorreaga Oliva	Conviviente
94	Alida Herna Puicón	Conviviente
95	Elsa Baldera Purisaca	Casados
96	Rosa Zeña De Blanco	Casados
97	Margarita Tejada Bances Vda. De Damián	Viuda
98	Dennise Miluska Cabrejos Santamaría	Casados
99	Nely Damián Tejada	Casados
100	Yolanda Pinzón Damián	Conviviente
101	Katherine Elizabeth Guerrero Inoñan	Casados
102	Santos Damián Vda. De Pinzon	Viuda

103	Luisa Alejandra Peña Cubas	Casados
103	Blanca Angélica LLontop Pingo	Conviviente
104	María Teresa Valladolid Peralta	Casados
105	María Elena Del Rocío Huamán Valladolid	Conviviente
106	Carmen Rosa Blanco Zeña	Conviviente
107	Lucila Daniele Cubas Falla	Conviviente
108	María Milagritos Blanco Zeña	Conviviente
109	Venus Nopo Yovera	Madre Soltera
110	Mercedes Yovera Cobeñas	Conviviente
111	Sandi Araceli Miñope Cubas	Conviviente
112	Beatriz Cubas Cortez	Viuda
113	María Cristina Arriaga Guevara	Casados
114	Flor Katherine Bruno Julcamoro	Convivientes
115	María Elisabel Cubas Cortes	Casados
116	Deyci Maribel Peña Cubas	Casados
117	Julia Mendoza Ojeda	Casados
118	Isabel Baca Vallejos	Casados
119	María Elvira Siesquen Inoñan	Casados
120	Alizabeth LLontop Pingo	Madre Soltera
121	Elizabeth LLontop Pingo	Madre soltera

Fuente: Fuente documental

- **ANEXO N° 03**

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita):

Mg. Franz Gallardo Zumaeta

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la EAP de Ingeniería Empresarial de la UCV, en la sede Chiclayo, promoción 2014, requiero validar el instrumento por el cual recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el título profesional.

El título nombre de nuestro informe de investigación es: **“Plan de negocio para la creación de una asociación para el empoderamiento de madres del caserío la Tomasita, Jayanca – Lambayeque, 2020”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

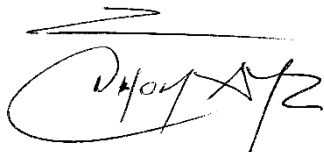
El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.

- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

Mundaca Ruiz Jhon Antony

D.N.I: 73878789



DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE Y DIMENSIONES

Variable: PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocio es un documento formal que apoya y dirige a la persona que quiere emprender indicando cual es el proceso que debe seguir para identificar la viabilidad comercial y económica - financiera de la idea desde el inicio hasta la realización de las operaciones en la etapa de ejecución. (Pedraza, 2014, P.31).

Dimensiones de la variable: PLAN DE NEGOCIO

Dimensión 1 ESTUDIO DE MERCADO

Identificara cuales son las oportunidades y amenazas que presenta el mercado donde se pretende ejecutar la idea, así como evaluar cómo se comporta sus principales competidores para poder plantear acciones que permita superar y crear mayor rendimiento. (Pedraza, 2014)

Dimensión 2 ESTUDIO TECNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y por lo tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005, P.12)

Dimensión 3 ESTUDIO LEGAL ORGANIZACIONAL

Estudio de normas y regulaciones existentes relacionadas naturaleza y actividad económica del proyecto. Analiza los aspectos legales que condicionan la operatividad y el manejo económico del proyecto. (Osorio, 2010)

Dimensión 4 VIABILIDAD ECONOMICA - FINANCIERA

Se realizará el análisis de sensibilidad donde después de la elaboración de los flujos de venta y egresos de la idea, se tendrá que evaluar indicadores financieros como el VAN, TIR, COK, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la invertir donde en la obtención de los resultados se podrá definir si es viable o no la idea de negocio. (Pedraza, 2014)



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Plan de negocio	Pedraza (2014) establece que se trata de un documento formal que sustenta y direcciona a la persona que tiene la intención de emprender un negocio señalando el procedimiento que se debe tomar en cuenta para para lograr identificar si dicho documento sería viable tanto comercial como económicamente, partiendo desde la idea de negocio hasta la actuación de las operaciones al momento que se va a ejecutar. (p.31).	Estudio de mercado	Etapas que constituyen las variables o dimensiones haciendo uso de instrumento de recolección de datos como encuesta y análisis documental	- Descripción de la idea de negocio	Ordinal
		Estudio técnico		- Definición de productos y servicios	
		Estudio legal organizacional		- Mercadeo	
		Viabilidad económica - financiera		- Población objetivo	
				- Segmento de mercado	
				- Competencia	
				- Aspectos técnicos y requerimientos	
				- Procesos y procedimiento de operación	
				- Forma societaria legal	
				- Organización y personal estratégico	
				- Valor presente neto	
				- TIR	
				- Beneficio / Costo	

Fuente: Elaboración propia

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE:
PLAN DE NEGOCIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Estudio de mercado	Si	No	Si	No	Si	No	
1		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Estudio técnico	Si	No	Si	No	Si	No	
2		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Estudio legal organizacional	Si	No	Si	No	Si	No	
3		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 Viabilidad económica financiera	Si	No	Si	No	Si	No	
4		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario listo para ser aplicado a la población meta

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Franz Gallardo Zumaeta **DNI:42467873**

Especialidad del validador: Ingeniero estadístico

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

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

19 de noviembre del 2020

Firma del Experto: 
Firma del Experto: 
DNI: 42467873

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE:
PLAN DE NEGOCIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Estudio de mercado	Si	No	Si	No	Si	No	
1		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Estudio técnico	Si	No	Si	No	Si	No	
2		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Estudio legal organizacional	Si	No	Si	No	Si	No	
3		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 Viabilidad económica financiera	Si	No	Si	No	Si	No	
4		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento de investigación está listo para ser aplicado

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Franklin Guerrero Campos **DNI:33594072**

Especialidad del validador: Especialista en proceso


¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems

20 de noviembre del 2020

Firma del Experto: 
DNI: 33594072

Franklin Guerrero Campos
ING. DE SISTEMAS
C.I.P. 96612

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE INDEPENDIENTE:
PLAN DE NEGOCIO**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1 Estudio de mercado	Si	No	Si	No	Si	No	
1		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2 Estudio técnico	Si	No	Si	No	Si	No	
2		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3 Estudio legal organizacional	Si	No	Si	No	Si	No	
3		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4 Viabilidad económica financiera	Si	No	Si	No	Si	No	
4		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario listo para ser aplicado a la población

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Francisco Richard Herrera Piscoya **DNI:42681239**

Especialidad del validador: Especialista en proyectos PMBOK

22 de noviembre del 2020

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

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

Firma del Experto: _____


DNI: INGENIERO DE SISTEMAS
42681239

- ANEXO N° 4

**Imágenes de la aplicación del instrumento de recolección de datos
(ENCUESTA)**

Foto N° 01



Foto N° 02



Foto N° 03



Foto N° 04



Foto N° 05



Foto N° 06



Foto N° 07





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN PARA EL EMPODERAMIENTO DE MADRES DEL CASERÍO LA TOMASITA, JAYANCA – LAMBAYEQUE, 2020", cuyos autores son HUAMAN VALLADOLID MARIA ELENA DEL ROSARIO, MUNDACA RUIZ JHON ANTONY, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

CHICLAYO, 19 de Diciembre del 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO DNI: 06535058 ORCID 0000-0001-6130-257X	Firmado digitalmente por: LRRODRIGUEZA el 19- 12-2020 15:15:36

Código documento Trilce: TRI - 0088022