

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA FEMENINA EN EL PUEBLO JOVEN LOS  
CLAVELES DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ,  
CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**JULETZY JAMILETH FERNANDEZ MACHUCA**

**ASESOR**

**JORGE ALFREDO HUARACHI CHAVEZ**

<https://orcid.org/0000-0002-3243-962X>

**Chiclayo, 2021**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA LA INTENCIÓN  
EMPREDEDORA FEMENINA EN EL PUEBLO JOVEN LOS  
CLAVELES DEL DISTRITO DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ,  
CHICLAYO**

PRESENTADA POR:

**JULETZY JAMILETH FERNANDEZ MACHUCA**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APROBADA POR:

Cesar Luis Jesus Olivos Villasis

PRESIDENTE

Leoncio Oliva Pasapera  
SECRETARIO

Jorge Alfredo Huarachi Chavez  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado siempre conmigo dándome la fortaleza para seguir adelante; a mis padres, quienes en todo momento confiaron en mí y siempre estuvieron conmigo apoyándome en cada desafío que se presentaba.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, a mis padres por brindarme su confianza y estar siempre conmigo apoyándome y alentándome para seguir adelante.

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Profesional de Administración de Empresas.

Especial agradecimiento a mi Asesor, el Mgtr. Jorge Huarachi Chávez por su visión crítica, conocimientos, experiencia y su motivación para lograr concluir con éxito el proyecto.

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>7</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>8</b>
<b>I. Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>II. Marco teórico.....</b>	<b>12</b>
<b>III. Metodología .....</b>	<b>18</b>
<b>IV. Resultados y Discusión.....</b>	<b>27</b>
<b>V. Propuesta .....</b>	<b>33</b>
<b>VI. Discusión .....</b>	<b>39</b>
<b>VII. Conclusiones .....</b>	<b>40</b>
<b>VIII. Recomendaciones .....</b>	<b>41</b>
<b>IX. Referencias.....</b>	<b>42</b>
<b>X. Anexos .....</b>	<b>45</b>

## Lista de tablas

Tabla 1: Datos de la muestra .....	21
Tabla 2: Operacionalización de variables .....	22
Tabla 3: Matriz de consistencia.....	25
Tabla 4: Promedio de cada dimensión .....	27
Tabla 5: Actitud hacia la conducta emprendedora .....	29
Tabla 6: Norma Subjetiva .....	30
Tabla 7: El control conductual percibido .....	31
Tabla 8: Escala de valoración de Alfa de Cronbach .....	50
Tabla 9: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 1 .....	50
Tabla 10: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 2 .....	50
Tabla 11: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 3 .....	51
Tabla 12: Estadísticos de Fiabilidad General .....	51
Tabla 13: Edades .....	51
Tabla 14: Situación Laboral: .....	51

## Lista de figuras

Figura 1: Mapa de la Población.....	19
Figura 2: Mapa de la muestra .....	20
Figura 3: Gráfico de barras de los promedios por dimensión .....	28

## Resumen

Se realizó un estudio para conocer los resultados en cuanto a la intención emprendedoras que poseen las mujeres del pueblo joven Los Claveles, del distrito de José Leonardo Ortiz, para posteriormente desarrollar el objetivo general, el cual consiste en proponer un programa de capacitación para el emprendimiento femenino en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo. La metodología de la siguiente investigación es de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño no experimental, transversal y prospectivo. Los resultados indicaron que existe intención por parte de las mujeres pertenecientes al pueblo joven sin embargo necesitan que se refuerce su autoconfianza para desarrollar su nuevo negocio. Por lo que el programa de capacitación tiene como objetivo reforzar, orientar y acompañar a las mujeres para que al finalizar el programa se sientan capaces de desarrollar su idea de emprendimiento.

**Palabras clave:** Emprendimiento femenino, Mujeres emprendedoras.

### **Abstract**

A study was conducted to know the results regarding the entrepreneurial intention of the young people of Los Claveles, from the José Leonardo Ortiz district, to later develop the general objective, which is to propose a training program for entrepreneurship. female in the young people Los Claveles of the District of José Leonardo Ortiz, Chiclayo. The methodology of the following investigation is of a quantitative, descriptive level, with a non-experimental, transversal and prospective design. The results indicated that there is an intention on the part of the women belonging to the young people, but they need to strengthen their self-confidence to develop their new business. Therefore, the training program aims to reinforce, guide and accompany women so that at the end of the program they feel capable of developing their idea of entrepreneurship.

**Keywords:** Female Entrepreneurship, Women Entrepreneurs.



## **I. Introducción**

En las últimas décadas, en el mercado laboral mundial, el papel de la mujer emprendedora ha alcanzado una mayor participación en distintos países, pero lamentablemente aún siguen existiendo barreras que frenan el emprendimiento femenino. Entre ellas figuran el acceso a las redes de información y de negocios, el acceso a la financiación y el estatus socio-cultural de la mujer, obstaculizando y dificultando el desempeño con éxito en la actividad empresarial (Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013).

Teniendo en cuenta los obstáculos que se le presentan a la mujer en el mercado laboral, es que la población fomenta la creación de puestos de trabajo por cuenta propia, siendo esto considerado como una salida favorable ante la escases económica en la que se encuentra el país (Fernández Laviada, Sánchez, & Rueda Sampero, 2013).

Entre los países que cuentan con una serie de programas gubernamentales para fomentar el emprendimiento femenino están Chile, Uruguay, Perú, Colombia, Estados Unidos, Reino Unido, Grecia, Italia, México (Guinea, 2016).

En el año 2018, en Perú, la presencia femenina en el sector empresarial está creciendo, tal es el caso que cerca del 36% de las mujeres en nuestro país son emprendedoras y gestionan su propio negocio. Indicando que, a pesar de la alentadora cifra, todavía no se le brinda facilidades a la mujer en cuanto al acceso a información y a capacitación. Ante esta situación distintas entidades están trabajando con el desarrollo de programas de emprendimiento femenino.(Andina, Agencia Peruana de Noticias, 2018).

Siendo uno de ellos, el Programa Femenino de Consolidación del Empleo (PROFECE) que fue impulsado por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, con la finalidad de motivar el incremento de los ingresos y las oportunidades de trabajo e inserción al mercado laboral de las mujeres con habilidades económicas y de bajos recursos. En este caso, ama participó brindando servicios de capacitación en temas de desarrollo humano y gestión empresarial a 120 mujeres residentes en los Distritos de La Esperanza, Laredo, Víctor Larco y Moche de la Provincia de Trujillo; beneficiarias pertenecientes a grupos de mujeres emprendedoras (AMA Microfinanzas, desarrollo y responsabilidad Social, 2018).

Por lo que el siguiente proyecto de investigación tiene como objetivo general proponer un programa de capacitación para el emprendimiento femenino en el pueblo joven Los Claveles

del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo. Y para desarrollarlo se plantearon los siguientes objetivos específicos: 1. Analizar la actitud hacia la conducta emprendedora femenina en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo; este objetivo servirá para conocer si las mujeres pertenecientes al pueblo joven poseen la voluntad para iniciar un negocio y si son capaces de seguir adelante a pesar de los obstáculos que se le presenten; este objetivo es importante porque da a conocer el nivel de intención que poseen las mujeres pertenecientes al pueblo joven para iniciar un emprendimiento y en base a estos tener conocimiento si el programa de capacitación tendrá los resultados esperados. 2. Determinar la norma subjetiva femenina en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, con este objetivo se conocerá el nivel de influencia que tiene la opinión de sus familiares y/o amistades para que las mujeres del pueblo joven tomen decisiones; en este caso, tomen la decisión de iniciar un negocio propio. 3. Describir el control conductual percibido femenino en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, aquí se conocerá el nivel de autoconfianza que poseen para iniciar un nuevo negocio, con estos resultados se planteará los procesos para iniciar un negocio, y dependiendo de la autoconfianza que posean, se conocerá si realmente podrán seguir adelante con su negocio en las diferentes etapas que este comprende. Con los tres objetivos específicos, se conocerá si la propuesta de capacitación tendrá los resultados esperados al ser finalizada.

Ya que el tema de emprendimiento está teniendo cada vez mayor importancia en los últimos años, hoy en día es considerado como un factor importante, el cual contribuye al crecimiento económico de una nación; ya que es a través de este que se pueden crear nuevas empresas generando que se disminuya la tasa de desempleo, que se desarrollen nuevos modelos de negocio, etc. Por lo cual, se desarrolló este proyecto con la finalidad de conocer la intención que poseen las mujeres pertenecientes al Pueblo Joven Los Claveles, y posteriormente plantear una propuesta de capacitación para reforzar sus debilidades y darles a conocer el valor, tanto personal como social, que tiene el tema de emprendimiento.

En el primer capítulo se indicó el marco teórico, el cual incluyó estudios realizados con resultados trascendentales y las definiciones del modelo utilizado para la recolección de datos.

En el segundo capítulo se explica la metodología en la cual se basa la siguiente tesis: el método cualitativo, la población y muestra, el procedimiento y la validación del instrumento de recolección de datos.

En el tercer capítulo se dan a conocer cuáles fueron los resultados de las encuestas aplicadas a las mujeres del pueblo joven.

En el cuarto capítulo se presenta la propuesta, en la cual se desarrolla una breve descripción de la situación, en el siguiente punto se dará a conocer cuál es el objetivo principal de la propuesta, se describirá el perfil de las mujeres que podrán participar del programa, luego se dará a conocer en que consiste el programa, se detallarán los temas que se desarrollarán en el programa y finalmente se brinda el calendario con los días en que se desarrollara el programa.

## II. Marco teórico

### *Antecedentes*

La Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo en el año 2021 desarrolló, de manera virtual, un programa de incubación para mujeres emprendedoras “AWE Chiclayo”. En total fueron 22 las mujeres lambayecanas, 14 de ellas egresadas de la casa de estudios, que fortalecieron sus emprendimientos a través de “la Embajada de Estados Unidos y la Incubadora de negocios Impulsat”, convirtiéndose en “Becarias del Gobierno de los Estados Unidos”, esto les permitirá ser parte de programas de capacitación, y les brindará oportunidades para obtener fondos para desarrollar proyectos en el país; y en algunos casos, internacionalmente. En el programa de incubación en su segunda edición, las emprendedoras tuvieron más de 100 horas de mentoría, se desarrollaron 71 horas cronológicas en sesiones, tuvieron 20 talleres en vivo por Zoom, más 1 bonus track, y cada emprendedora elaboró su plan de negocio obteniendo el diploma que acredita esta dedicación. Todo esto con la ayuda de 17 especialistas en los temas desarrollados, 21 mentores quienes pertenecen a diferentes programas de emprendimiento de instituciones. El programa de incubación “AWE” es a cargo de la organización de la Sección de Prensa, Cultura y Educación de la Embajada de los Estados Unidos en Lima (PAS), quien seleccionó entre sus Becarios al Mgtr. César Luis Olivos Villasís, quien desarrolla su labor como docente en el Departamento de Ciencias Empresariales USAT (Impulsat 2021).

Según Bravo, E.; Palma, P. (2017) en su tesis “El emprendimiento y su incidencia en la calidad de vida en un grupo de mujeres pertenecientes a zonas urbano marginales de la ciudad de Guayaquil inscritas al programa de mujeres confeccionistas emprendedoras” propone como objetivo caracterizar los aspectos psicosociales de un grupo de mujeres entre 18 a 55 años pertenecientes a sectores urbanos marginales, inscritas al Programa de Mujeres Confeccionistas Emprendedoras para contribuir a la reflexión teórica de emprendimiento y su incidencia en la calidad de vida. Concluyendo finalmente con que el emprendimiento va estrechamente interrelacionado con aquellas habilidades que esta tenga o desarrolle para llevar a cabo la visión que se generó o inició en una idea. En donde la constancia, la confianza en sí mismo, la estabilidad emocional, el liderazgo son factores claves a veces no desarrollados y en otros casos afectados de cierto modo por aquel entorno o ámbito social que influye en la persona como tal. Un emprendimiento inicia con una idea, luego se involucra la motivación, y es a partir de esto en que las características psicosociales empiezan a jugar un papel determinante para el

desarrollo e implementación del emprendimiento o en el peor de los casos la deserción o abandono del mismo, produciendo una incidencia de contribución o afectación en la calidad de vida de la mujer.

Araya, M. (2017) en su artículo científico “Intención emprendedora en mujeres participantes de un programa de emprendimiento” plantea como objetivo investigar el impacto sobre la intención emprendedora en un grupo de mujeres pertenecientes a un programa de emprendimiento llamado “Aprendiendo a Emprender”. Teniendo como resultados: Mejorar la actitud hacia la conducta emprendedora basada en la viabilidad y deseabilidad de dicha conducta, para aumentar la Intención Emprendedora. Las opiniones de las redes sociales usualmente tienen un mayor impacto que las opiniones de la familia y amigos. Del mismo modo, podría explicarse este resultado por la menor influencia que la Norma Subjetiva presenta en culturas más individualistas. El Control Conductual Percibido no influye significativa y positivamente sobre la Intención Emprendedora, ya que las mujeres confían menos en sus habilidades para emprender y se conciben a sí mismas con un menor grado de controlabilidad.

Iglesias, P.; Jambrino, C.; De las Heras, C.; Peñafiel, A. (2017) en su artículo científico “Eficacia de los programas de educación para el emprendimiento en la intención emprendedora” señala como objetivo investigar el impacto de los programas de educación para el emprendimiento en la predisposición de los universitarios a iniciar una actividad empresarial. Finalizando con resultados que indican que la conclusión principal es el efecto positivo entre los programas de educación al emprendimiento y la intención emprendedora. Este tipo de programas consiguen por un lado aumentar la motivación hacia el emprendimiento, así como incluir entre las opciones de desarrollo profesional el inicio de una actividad económica por cuenta propia. Por otro lado, la participación en estas actividades aporta al alumnado una mayor seguridad sobre los conocimientos, capacidades y confianza necesaria para sentirse más seguro ante ese escenario.

Fernando, F. & Londoño, J. (2015) en su artículo científico “Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición” propone como objetivo dar lucidez sobre la relación entre el efecto de exposición y los determinantes de la intención emprendedora. Arrojando como resultados que, para los alumnos, la intención está establecida por la sensación del beneficio de desarrollar una carrera empresarial, sin embargo, como otros estudios lo han planteado dicha percepción de provecho no viene dada por las normas subjetivas. Pero está

dada por la familiaridad que tienen los alumnos en su potencial de emprender nuevas acciones. La idea de control de comportamiento beneficia a los alumnos a establecer actividades, así como la constancia, la manera de pensar y las reacciones emocionales, cuando la persona confronta los obstáculos, siendo personas más proactivas e incrementando así la comprensión para el descubrimiento de nuevas oportunidades, lo cual es una precondition para iniciar un nuevo negocio.

Martínez, G. & Campos, J. (2014) en su artículo científico “La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto” indica como objetivo ofrecer una visión panorámica de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Finalmente, a través de las conclusiones da a conocer que para mejorar la intención emprendedora deben trabajarse las actitudes que los estudiantes universitarios mantienen hacia el emprendimiento, fortalecerse sus normas subjetivas y su control percibido sobre el emprendimiento propiciando entre el alumnado la puesta en práctica de dichos conocimientos y fomentar la asunción de riesgos (no solo de carácter económico-empresarial) de forma responsable.

Medina, P.; Bolívar, A.; Lemes, A. (2014) en su artículo científico “Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: Guesss” plantean como objetivo conocer y ahondar en el investigación de la intención emprendedora de los alumnos de la universidad. Concluyendo que la intención emprendedora del alumno universitario incrementa aproximadamente casi seis veces después de haber pasado 5 años del término de la carrera, comparando a la que se tiene en el momento de haber obtenido la titulación, siendo esto porque el estudiante acumula el deseo de obtener mayor experiencia laboral, perfeccionando de esta manera sus conocimientos con la práctica de las actividades relacionadas a su profesión, siendo esto desarrollado antes de lanzarse a la aventura empresarial por cuenta propia.

### ***Bases teóricas***

#### ***Concepto de emprendimiento y el emprendedor***

Emprendimiento es el proceso a través del cual se descubre, se evalúa y se explora las oportunidades que se han encontrado, para después iniciar un negocio brindando un producto o servicio a los futuros clientes. (Romero & Milone, 2016).

El emprendedor, por otro lado, es la persona que descubre, evalúa y explota la oportunidad (Shane & Venkataraman, 200). Para que surja el emprendimiento, se requerirá de dos factores clave: la existencia de una posibilidad emprendedora y la intención y posibilidad de

la persona de aprovecharla contraponiéndose a la desconfianza de permanecer en el mercado (Bjornskov & Foss, 2008). Bucardo et al (2015) citando a Pereira indican que la definición de emprendedor se conoce por primera vez en el siglo XVIII a través del economista francés Richard Cantillon, quien lo define como la persona que realiza la compra de un bien con un precio determinado con la intención de innovar y crear un nuevo bien para comercializarlo a un precio desconocido en el mercado.

### ***Intención emprendedora.***

La intención es el factor más importante para el emprendimiento, ya que cuanto mayor sea la intención del individuo, mayor será su compromiso en el desarrollo de la nueva idea de negocio. Los conocimientos que el individuo tenga sobre sí mismo, considerando lo que desea lograr y las capacidades que posee para lograrlo, influenciarán para determinar su intención por emprender. (Romero & Milone, 2016).

La intención emprendedora hace referencia al “estado de la mente que dirige y guía las acciones del emprendedor hacia el desarrollo e implantación de un nuevo negocio” (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowki, 2008). Las intenciones son un aspecto central para entender el transcurso de iniciar un nuevo negocio y pueden ser percibidas como el inicio del camino para la creación y puesta en marcha del negocio. De esta manera, el propósito se convierte en un agente importante para entender todo el trascurso para emprender. (Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013).

### ***Actitud hacia la conducta emprendedora***

Las actitudes se adecuan con mayor facilidad que los rasgos de personalidad al análisis de un estudio interactivo como es la formación de un nuevo negocio. (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

La Teoría de Acción Planificada (TAP) representa la aproximación de la manera de pensar sobre la información de la formación de actividades, debido a que integra el modelo actitudinal de expectativa-valor de Fishbein y Ajzen. Conforme indica este modelo, las actitudes se desenvuelven a partir de creencias salientes relativas al objeto de actitud, pudiendo ser entre cinco y nueve. De esta manera, las creencias se consideran como los resultados de haber

realizado alguna establecida actividad. (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

Las consecuencias de ser emprendedor y crear una nueva empresa que se recogen en el Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE) son las siguientes: Que se enfrenten a nuevos retos, Generar puestos de trabajo, Ser innovador y creativo, Incrementar su economía, Incrementar su autoconfianza y Ser su propio jefe. Los estudios sobre la probabilidad subjetiva de que ser emprendedor lleve a estas consecuencias, se estiman sobre una escala tipo likert de 1 (nada probable) a 7 (totalmente probable). Sin embargo, las actitudes no solo se basan en las creencias, sino también en la valoración que se realiza al considerar dichas creencias. Por lo que, así dos individuos tengan la misma creencia sobre emprender un nuevo negocio, esto va a ocasionar que tengan que afrontar mayores retos, teniendo valoraciones muy positivas para algunas y para otro individuo la respuesta a ello puede ser desagradable.

### ***Norma subjetiva***

Se basa en la influencia de la sociedad para tomar la decisión de realizar o no la actividad. Por otro lado, la actitud es el factor con mayor importancia sobre los resultados psicológicos individuales y la norma subjetiva refleja los resultados sociales (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

La apreciación de la norma subjetiva se puede realizar a través de una escala de probabilidad en la que se exprese la apreciación que tiene el sujeto de estudio del tipo de conductas esperadas por los demás (o se desista de realizar); o también a través de dos elementos principales: las creencias normativas y la motivación para acomodarse. El primero, se refiere a las creencias de cómo las personas o instituciones (denominados como referentes) consideran que debería ser el comportamiento del sujeto. El segundo, se basa en la motivación que interfiere en el sujeto para decidirse a las pautas de los referentes. Para evaluar las creencias normativas en el CIE se consulta a la persona en el grado el que cree que sus familiares directos, amigos íntimos y compañeros o colegas más cercanos estarían de acuerdo si tomara la decisión de emprender y crear su propio negocio. Por lo tanto, la motivación para acomodarse se mide a través de cuán importante es para el individuo la opinión de las personas que tiene como referentes a este aspecto, en una escala de 1 (nada importante) a 7 (totalmente importante) (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).



### ***El control conductual percibido***

Se basa en el grado de facilidad o dificultad que el individuo puede percibir para desarrollar un comportamiento. Esta dimensión es similar a la autoeficacia, es decir, a las creencias de cada individuo en sus capacidades para establecer y realizar acciones solicitadas para anticiparse a probables escenarios futuros. Efectivamente, la TAP ubica la autoeficacia dentro de un cerco más universal sobre las relaciones entre creencias, actitudes, intenciones y conducta (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

El control conductual percibido está conformado por dos factores: la autoeficacia percibida (percibe si el individuo considera que la actividad lo desarrollará con facilidad o dificultad) y la controlabilidad (son las creencias del individuo sobre el control que tendrá al realizar la conducta).

### ***Intención conductual***

Se basa en la situación de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que contiene una correlación entre el individuo y la acción que se realizará. Por lo que, la intención se constituye como referente de la conducta, siendo de esta manera que cuanto mayor sea la intención de ejecutar una determinada conducta, más fuerte será la probabilidad de que su ejecución sea efectiva. Por lo que, este elemento de de la TAP se forma a partir de las actitudes (A), la norma subjetiva (NS) y el control conductual percibido (CP) (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

En la parte final del cuestionario se incluyen cuatro ítems con la finalidad de medir la intención para la creación de un nuevo negocio o empresa propia. En una escala de respuesta Likert de 1 (totalmente improbable) a 7 (totalmente probable) (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

### ***Factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en la intención de emprendimiento***

Las aspiraciones son los deseos, pensamientos e ideas que posibilitan que los individuos se sitúen hacia el triunfo de una meta propuesta, a través del cual, el individuo se orienta y ejecuta sus planes de manera tal que pueda obtener su nivel adecuado de satisfacción y de esta manera mejorar su calidad de vida. Se puede decir, que es gracias a las aspiraciones, que las personas

pueden poseer una orientación u hoja de recorrido que permiten lograr los objetivos y metas planteadas de modo que se llegue el progreso y satisfacción personal y tienen una estrecha correlación con las situaciones o los elementos que producen la conducta, y a esto se le denomina motivación (Escalante Lira & Zeballos Vega, 2017).

Acerca de la motivación, se ha indicado que es un estímulo que otorga potencia para que se desarrolle la actitud, es una evolución psicológica que permite que los individuos impulsen, guíen y conserven firme sus acciones de modo que con la perseverancia se llegue a cumplir las aspiraciones. Entre las clases de motivación tenemos: la motivación intrínseca y la motivación extrínseca, la motivación intrínseca dirige a los individuos a desarrollar acciones por un beneficio instintivo y verdadero al realizar la acción; lo contrario ocurre con la motivación extrínseca, la cual se basa en obtener una recompensa externa al individuo que realiza la acción, obteniendo de esta manera su satisfacción. Según lo explicado anteriormente, se concluye que es gracias a los dos tipos de motivación, un mismo individuo puede poseer aspiraciones tanto intrínsecas como extrínsecas. Las aspiraciones intrínsecas están guiadas en dirección al desarrollo propio, el lograr desarrollar mejores vínculos interpersonales y contar con el soporte de la sociedad; en comparación a la motivación extrínseca, la cual se basa en cumplir las metas para obtener fama, imagen y un logro económico. (Escalante Lira & Zeballos Vega, 2017).

### **III. Metodología**

#### ***Tipo y nivel de investigación:***

- Enfoque: La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, debido a que se realizaron encuestas para obtener la información en cuanto a la intención emprendedora femenina del pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo; basándose en la escala tipo likert de 1 (nada probable) a 7 (totalmente probable).
- Nivel: Es de nivel descriptivo, ya que, a través de las dimensiones del modelo, la actitud emprendedora, norma subjetiva y control conductual percibido; se identificó cuál de ellas interfieren para describir la intención emprendedora de las personas

encuestadas del pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.

***Diseño de investigación:***

- El estudio es no experimental, debido a que se limitará a describir los resultados obtenidos por la variable de estudio, la cual no estará sujeta a ninguna manipulación.
- Transversal, ya que se realizaron 384 encuestas en un sólo periodo de tiempo, entre los meses de Octubre y Noviembre del 2018.
- Prospectivo, debido a que se utilizó un cuestionario validado del modelo Intención Emprendedora para la obtención de la información necesaria para el desarrollo de la siguiente investigación.

***Población, muestra y muestreo:***

***Población:***

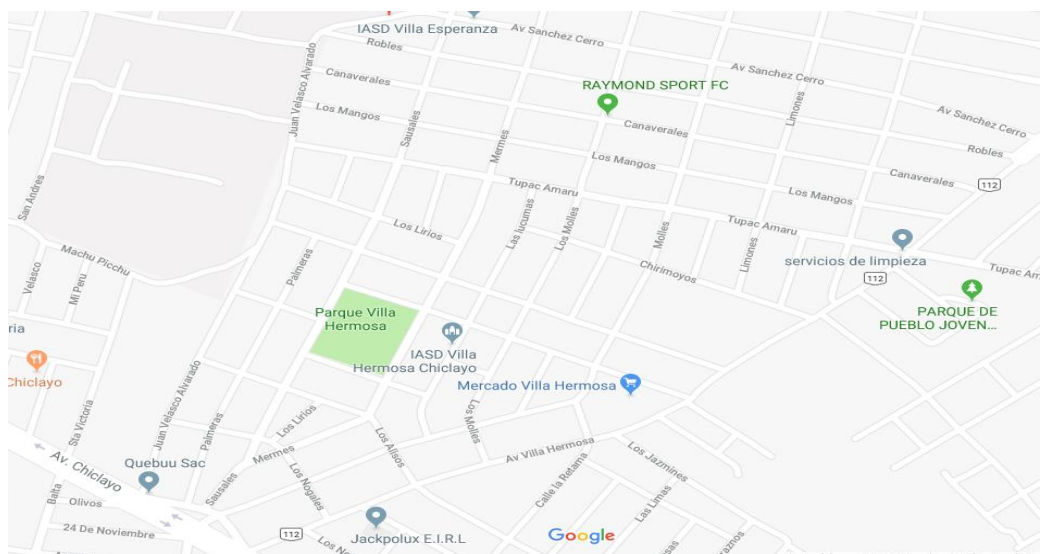
*Figura 1: Mapa de la Población*



*Fuente: Google Maps*

No existe un registro donde se encuentren en su totalidad la población femenina del pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.

*Figura 2: Mapa de la muestra*



*Fuente: Google Maps*

Conformado el pueblo Joven Los Claveles por:

- Av. Chiclayo
- Av. Villa hermosa
- Calle Los Zapotes
- Calle los olivos
- Calle Los Sausales
- Av. Sánchez Cerro
- Av. Juan Velasco Alvarado

***Muestra:***

Fórmula de cálculo

$$N = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Z = nivel de confianza

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

$q$  = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

$e$  = Error de estimación máximo aceptado

$n$  = Tamaño de la muestra

*Tabla 1: Datos de la muestra*

Ingreso de datos

Z	=	1,96
p	=	50%
q	=	50%
e	=	5%

Tamaño de la muestra

n	=	384
---	---	-----

El tamaño de la muestra es de 384 mujeres pertenecientes al pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo; cuya edad esté entre 27 - 59 años.

***Muestreo:***

Probabilístico - Aleatorio simple, ya que la muestra es representativa para toda la población.

***Criterios de selección:***

La muestra será conformada por 384 mujeres que habitan en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, cuya edad esté entre los 27 - 59 años, siendo esta edad comprendida por las personas en la etapa de adultez según MINSALUD (Ministerio de Salud y Protección Social, 2018), y se consideró esta etapa porque en un estudio realizado en Perú, se determinó que el "74% de los adultos peruanos cree poseer las habilidades y los conocimientos requeridos para iniciar un negocio" (León Mendoza & Huari Leasaski, 2014).

**Operacionalización de variables:**

Tabla 2: Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnica
Intención Emprendedora (Moriano León, J. A., Gómez Jiménez, Á., Laguna, M., & Roznowski, B., 2008)	La intención emprendedora puede considerarse un estado de la mente que dirige y guía las acciones del emprendedor hacia el desarrollo e implantación de un nuevo negocio.	Actitud hacia la conducta emprendedora.	Creencias.	Encuesta
			Evaluación de las consecuencias del emprendedor.	
		Norma subjetiva.	Creencias normativas.	
			Motivación para acomodarse.	
		El control conductual percibido.	Controlabilidad.	
			Autoeficacia Emprendedora.	

### ***Técnicas e instrumentos de recolección de datos:***

La técnica que se utilizará será la encuesta través del cuestionario validado por el modelo Intención Emprendedora, en la cual estarán desarrolladas las 28 preguntas que serán medidas por una escala tipo Likert del 1 al 7 y están estructuradas en grupos determinadas por las variables del modelo ya antes mencionado. (Moriano León, Gómez Jiménez, Laguna, & Roznowski, 2008).

En el siguiente cuadro (anexo 2), se muestra la escala de valoración del Alfa de Cronbach, en donde detallan los valores y cada apreciación que le corresponde.

En los siguientes cuadros (anexo 3, 4, 5, 6), se muestran los resultados obtenidos de los estadísticos de fiabilidad del Alfa de Cronbach, tanto de las tres dimensiones por separadas, y también, del cuestionario completo. El resultado que tiene el Alfa de Cronbach en las tres dimensiones es superior de ,700; siendo específicamente ,796 en la primera dimensión ,707 en la segunda dimensión y ,758 en la tercera dimensión del modelo de investigación, por lo cual se puede indicar que este instrumento tiene un grado de confiabilidad es MUY RESPETABLE, validando de esta manera su aplicación para la recolección de datos.

Por otro lado (anexo 7), el valor que se obtuvo del Alfa de Cronbach General, siendo conformado por las 28 preguntas de las tres dimensiones del modelo de Intención Emprendedora, fue de ,801, siendo este puntaje considerado como BUENA.

### ***Procedimientos:***

Ante un previo acuerdo con el presidente del Pueblo Joven “Los Claveles” del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, se realizaron las encuestas a 384 mujeres, entre 27 - 59 años, habitantes del pueblo joven, entre los meses de octubre a noviembre. El horario en que se realizaron las encuestas fue desde las 10:00 de la mañana hasta las 3:00 de la tarde por motivos de seguridad para la investigadora.

Al momento de emitir la encuesta, la investigadora se identificó con su carnet universitario y con la carta de autorización de la municipalidad del distrito e informó el motivo de la encuesta a las mujeres que fueron encuestadas. Luego se procedió a explicarle la forma como se tendrá que

desarrollar las preguntas correspondientes del instrumento, definiéndoles, en caso fue necesario, algunos términos que no eran entendidos por las personas encuestadas. La aplicación del instrumento se realizó de manera individual.

***Plan de procesamiento y análisis de datos:***

Con los resultados obtenidos se continuó con el procesamiento de la información obtenida a través de la tabulación del instrumento en la base de datos elaborada en el Programa Excel y luego, el análisis estadístico de los datos se desarrolló con el Programa SPSS v. 21, para finalmente efectuar los resultados finales de la investigación, siendo presentados en tablas y gráficos.



**Matriz de consistencia:**

Tabla 3: Matriz de consistencia

<b>Problema Principal</b>	<b>Objetivo Principal</b>	<b>Variable</b>	<b>Indicadores / Operacionalización</b>
¿Cómo sería el diseño de un programa de capacitación basado en la intención emprendedora femenina del pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo?	Proponer un programa de capacitación para el emprendimiento femenino en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.	Intención emprendedora	<p data-bbox="1585 707 2022 798"><b><u>Actitud hacia la conducta emprendedora.</u></b></p> <p data-bbox="1585 818 2022 962">Creencias. Evaluación de las consecuencias del emprendedor.</p> <hr/> <p data-bbox="1585 1182 2022 1326"><b><u>Norma subjetiva.</u></b></p> <p data-bbox="1585 1238 2022 1318">Creencias normativas. Motivación para acomodarse.</p>

	<b>Objetivos Específicos</b>		
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar la actitud hacia la conducta emprendedora femenina en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo,</li> <li>2. Determinar la norma subjetiva femenina en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.</li> <li>3. Describir el control conductual percibido femenino en el pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo.</li> </ol>		<p><b><u>El control conductual percibido.</u></b></p> <p>Controlabilidad. Autoeficacia Emprendedora.</p>
<p><b>Diseño de Investigación:</b></p> <p>No experimental. Transversal. Prospectivo.</p>	<p><b>Muestra:</b></p> <p>384 habitantes femeninas del Pueblo Joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo, entre las edades de 27 - 59 años.</p>	<p><b>Técnicas Estadísticas</b></p> <p>Programa SPSS</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Nivel:</b> Descriptivo</p>

**Consideraciones éticas:**

La información recolectada a través de la encuesta solamente será para fines académicos, la elaboración del proyecto de tesis, descartando cualquier otro interés, por lo mismo se omitirá la identidad de las personas encuestadas debido a que no se considera como un dato relevante para el desarrollo del proyecto.

**IV. Resultados y Discusión**

La siguiente investigación comprende de tres dimensiones: En la primera dimensión, Actitud hacia la Conducta Emprendedora, se da a conocer si las mujeres pertenecientes al pueblo joven poseen autoconfianza, o no, para iniciar un nuevo negocio. La segunda dimensión, Norma Subjetiva, nos muestra la influencia que tiene la opinión de sus familiares y/o amigos para que la mujer pueda tomar la decisión de iniciar, o no, un nuevo negocio. Y finalmente, la tercera dimensión, El control conductual percibido, trata del autocontrol que cada mujer posee para enfrentar los obstáculos que se presenten en el transcurso del emprendimiento.

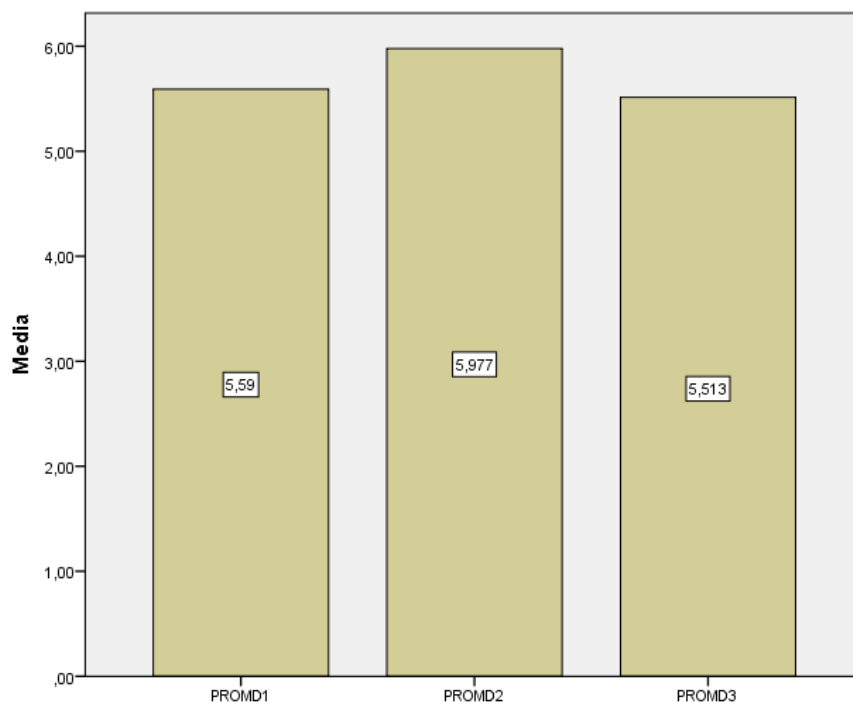
A continuación, se muestran los resultados obtenidos y las interpretaciones de las encuestas realizadas a las mujeres pertenecientes al pueblo joven Los Claveles.

*Tabla 4: Promedio de cada dimensión*

<b>Estadísticos descriptivos</b>			
	N	Media	Desv. típ.
PROMD1	384	5,5905	,41175
PROMD2	384	5,9772	,44835
PROMD3	384	5,5126	,34244
N válido (según lista)	384		

*Fuente: Elaboración SPSS V21*

Figura 3: Gráfico de barras de los promedios por dimensión



Fuente: Elaboración SPSS V21

Según el resultado de los promedios de las tres dimensiones del modelo de Intención emprendedora, la dimensión 2, la cual tiene nombre de Norma Subjetiva es la que alcanzó un mayor valor, siendo este de 5,977 puntos, indicando de esta manera que posee una buena consistencia interna para esta escala, es decir, en cada mujer del pueblo joven hay una fuerza mayor en cuanto a la opinión de los familiares y amistades que influye en la toma de decisiones, en este caso de iniciar un nuevo negocio. Sin embargo, la Dimensión 1 (Actitud hacia la conducta emprendedora) y la Dimensión 3 (El control conductual percibido) obtuvieron un valor ligeramente menor a la Dimensión 1, siendo de 5,59 y 5,513 respectivamente. Significando que las mujeres pertenecientes al pueblo joven confían en sus conocimientos y poseen autoconfianza suficiente para emprender un nuevo negocio.

Con este resultado favorable, en cuanto al nivel de intención emprendedora en cada mujer perteneciente al pueblo joven, se puede plantear la propuesta para capacitarlas sobre el emprendiendo de un nuevo negocio y de esta manera puedan iniciar un cambio significativo en su nivel de vida.

Según las encuestas realizadas hay un 10.94% de mujeres pertenecientes al pueblo joven que cuentan con estudios primarios y el 89.06% cuentan con estudios secundarios (Anexo N° 07);

por lo tanto, como primer punto importante se ha considerado la explicación de los términos relacionados al emprendimiento, para que haya un mayor nivel de entendimiento entre el expositor y las mujeres pertenecientes al pueblo joven, y también para que, no solo sea un programa de emprendimiento, sino también para que conozcan las definiciones correctas que emplearán antes, durante y después de iniciar su nuevo negocio. Se explican las creencias erradas y verdaderas que se tiene al momento de iniciar un nuevo emprendimiento, los tipos de emprendedores que existen, ya sea por necesidad, oportunidad, etc.; también se les da a conocer que existen beneficios y también riesgos al iniciar un nuevo negocio, y por último se les da a conocer cuáles son las características que debe poseer un emprendedor. Todo esto, para que al final conozcan que el hecho de que están siendo capacitadas no asegura nada el éxito de su emprendimiento, sino que eso depende totalmente de como ellas sepan aprovechar las oportunidades que el mercado les presenta y que deben tener las características adecuadas para saber sobrellevar en el tiempo su emprendimiento; y si en el caso de que surgiera por necesidad, esto en el transcurso del tiempo se mantenga y pueda resultar un emprendimiento exitoso.

- **Resultados de la Primera Dimensión: Actitud hacia la conducta emprendedora.**

*Tabla 5: Actitud hacia la conducta emprendedora*

Estadísticos descriptivos		
	N	Desv. típ.
A1	384	,855
A2	384	,681
A3	384	,726
A4	384	,723
A5	384	,707
A6	384	,746
B1	384	,715
B2	384	,634
B3	384	,620
B4	384	,707
B5	384	,747
B6	384	,969
N válido (según lista)	384	

*Fuente: Elaboración SPSS V21*

Según el resultado, de la primera dimensión “Actitud hacia la conducta emprendedora”, indicó que, para las mujeres pertenecientes al pueblo joven, tiene una mayor influencia que al crear un nuevo negocio ellas serán sus propios jefes (B6), es decir que es muy importante que ellas tengan el control de su negocio y que no dependan de un tercero para tomar decisiones que intervengan en su economía. Frente a ello también está que aceptan nuevos retos (A1) ya que al iniciar un nuevo negocio no tendrán la seguridad de que sea un negocio que al transcurrir el tiempo éste perdure en el mercado laboral, por lo cual tienen conocimiento que existe el riesgo de que, así como podrían obtener una mejor situación económica, también podrían perder su inversión. Finalmente, han considerado que la creatividad y la innovación (B3) tienen una influencia menor frente a las otras opciones indicadas.

Por ello, se ha desarrollado el Tema 02: Mentalidad Innovadora. Aquí conocerán la importancia de generar riquezas y crecer, hablando principalmente del ámbito económico, y de cómo podría el emprendedor conocer los obstáculos que se le presentarán y así pueda estar preparado para afrontarlos y no dejarse vencer. También tendrá conocimiento acerca de alineación al desarrollo (saber que posibles decisiones tomar frente a diferentes situaciones que se le presenten); es decir, se le brindará algunas enseñanzas sobre cómo afrontar los momentos complicados por los que todo emprendedor pasa como parte del proceso de emprendimiento. Y por último, se las capacitará sobre el encaje de tres puntos básicos: las personas, los recursos, y el mercado; aquí se buscará que las futuras mujeres emprendedoras sepan integrar y equilibrar estas tres diferentes fuerzas al iniciar un nuevo negocio.

*Tabla 6: Norma Subjetiva*

<b>Estadísticos descriptivos</b>		
	N	Desv. típ.
C1	384	, 701
C2	384	, 562
D1	384	, 621
D2	384	, 563
N válido (según lista)	384	

*Fuente: Elaboración SPSS V21*

Según el resultado, de la segunda dimensión “Norma subjetiva”, indica que las mujeres pertenecientes al pueblo joven, consideran que su familia directa (C1), en comparación con la de sus amistades (C2), mostraría un alto grado de satisfacción si ellas tomaran la decisión de

crear un nuevo negocio, y para las mujeres también tienen un alto grado de importancia la opinión de sus familiares (D1).

En esta dimensión se da a conocer la influencia que cada persona, ya sea familiares o amistades, tienen en la decisión que la mujer emprendedora finalmente vaya a tomar. Los resultados indicaron un alto nivel en puntuación, 7,01 y 6,21 respectivamente, en cuanto a la influencia de las opiniones familiares. Es decir que para las mujeres es importante que sus familiares se sientan orgullosos, felices; de que ellas puedan iniciar un emprendimiento.

*Tabla 7: El control conductual percibido*

Estadísticos descriptivos		
	N	Desv. típ.
E1	384	,737
E2	384	,533
E3	384	,491
F1	384	,715
F2	384	,591
F3	384	,586
F4	384	,724
F5	384	,585
F6	384	,674
F7	384	,706
F8	384	,756
F9	384	,699
N válido (según lista)	384	

*Fuente: Elaboración SPSS V21*

Según el resultado, de la tercera dimensión “El control conductual percibido”, indica que las mujeres pertenecientes al pueblo joven, consideran que ellas están dispuestas a persistir frente a las adversidades que se presenten en su negocio (F8), tienen gran confianza en su capacidad de poder crear un nuevo negocio y ser emprendedor (E1). También tienen conocimiento que estar al frente de un negocio este implicará que el trabajo se desarrollará bajo un continuo estrés, presión y conflicto (F4). Tienen claro que antes de iniciar un nuevo negocio primero tendrían que definir la idea de su negocio y la estrategia de su negocio (F1) para que al iniciar su negocio no lo hagan sin conocimiento alguno. Finalmente, consideran que las circunstancias no están a su favor para que puedan ser emprendedoras o crear su propio negocio (E3). Esto último debido a que sienten un abandono por parte de sus autoridades, que no han tenido oportunidades de

crecer como pueblo joven, y que muchas de ellas no cuentan con las condiciones económicas que requiere emprender.

Por lo tanto, teniendo en cuenta estos resultados, es que se ha considerado el Tema 3: Construir un negocio, donde se les da a conocer el proceso para su emprendimiento y conozcan las etapas que este implica, es decir, que conozcan que es lo que deben saber acerca de lo que tienen en mente para iniciar con su emprendimiento, que tan necesario es el mercado su nuevo emprendimiento, si hay competencia, y de qué manera se puede diferenciar de ella. También conocer que para ir consolidándose en el mercado y su emprendimiento tenga éxito, esto llevará de tiempo, que afrontará obstáculos, pero que deberá seguir esforzándose con mucha dedicación; y que debe tener claro, que la mejor manera de mantenerse en el mercado laboral, es convirtiéndose en una empresa formal.



## V. Propuesta

### **Propuesta de un programa de capacitación para reforzar la intención emprendedora femenina en el pueblo joven Los Claveles del distrito de José Leonardo Ortiz, Chiclayo**

Para algunas personas, la mejor opción es ser sus propios jefes en un negocio que se vaya a emprender o en algún proyecto empresarial.

Muchas veces se ha desistido de la intención de emprender por diferentes motivos, que impedían la creación de un negocio, los cuales son el estatus socio-cultural de la mujer, el acceso a las redes de información y de negocios y el acceso a la financiación. Sin embargo, en muchos de estos casos, esto ha sido tomado por personas con carencia de intención de emprender o han sido pretextos que utilizaban para no desarrollar su idea de emprendimiento, ya que existen otras personas emprendedoras a quienes también se les han presentado los mismos obstáculos, pero con la diferencia de que estas últimas si poseían la intención de iniciar un nuevo negocio y pese a los obstáculos buscaron las maneras adecuadas para lograr dicho objetivo.

Nadie dijo que emprender un negocio sería trabajo fácil, ni mucho menos que desde un inicio contarían con los recursos necesarios, pero depende mucho de la intención que la persona posea para que tome la decisión de poner en marcha el proyecto.

Entonces, se puede afirmar que la principal característica que debe poseer una persona emprendedora es la intención, ya que la intención es considerada la base para decidir si se toma o no una decisión, y de cuan motivada estará para lograr obtener buenos resultados.

Se trata de que cada persona tenga la intención de afrontar nuevos retos y aceptar que siempre aparecerán nuevos obstáculos que irán dificultando la llegada al objetivo, pero que eso no significará que sea imposible la llegada, si no que requerirá de un esfuerzo mayor para alcanzar la meta.

El programa tiene como finalidad reforzar la intención emprendedora en las mujeres pertenecientes al pueblo joven Los Claveles del Distrito de José Leonardo Ortiz, y que al

finalizar se sientan capaces de poner en marcha la idea de algún negocio que tienen en mente, o que en el transcurso del programa han desarrollado.

El diseño constará de brindar temas que les permitan reforzar sus conocimientos y habilidades, las cuales tengan reprimidas y que no logran desarrollarlas y no les permite emprender un nuevo negocio. Los temas serán expuestos por profesionales expertos que han desarrollado la experiencia de emprender un negocio y conforme han pasado los años sus negocios han tenido éxito en el mercado. Siendo esta la mejor manera de enseñar a otros sobre emprendimiento, en este caso, ya que el expositor posee la experiencia y en las charlas comentará hechos reales que ya ha pasado, y no se basará en supuestos problemas.

### **¿Cuál es nuestro objetivo?**

El programa tiene como objetivo reforzar, orientar y acompañar a las mujeres con intención emprendedora para que al finalizar el programa se sientan capaces de desarrollar la idea de emprendimiento que tengan en mente y estas sean perdurables en el mercado laboral.

### **¿Quiénes pueden participar?**

El programa está dirigido a las mujeres pertenecientes al pueblo Joven Los Claveles del distrito de José Leonardo Ortiz de clase social "C", cuyas edades estén entre los 27 y 59 años de edad, las cuales en su mayoría son amas de casa, en su gran mayoría con niveles de estudios secundarios y no poseen un trabajo estable, pero si poseen la intención de adquirir nuevos conocimientos acerca de emprender un nuevo negocio o de cómo mantener su negocio en el mercado.

### **¿En qué consiste el programa?**

El programa consiste en que se reforzará la intención que las mujeres del pueblo joven poseen para que sean capaces de hacer realidad su proyecto o idea de un negocio propio. El programa se desarrollará 2 días a la semana por el lapso de 3 meses, programadas en el transcurso de las tardes, de 15:00 hasta las 18:00 horas.

Además, el programa contará con la presencia de 2 empresarios pertenecientes a diferentes sectores del mercado laboral, quienes podrán comentar sus fracasos y éxitos antes de llegar al puesto que tienen actualmente.

## ¿Cuál es el contenido del programa?

### Tema 1: Emprendimiento:

Se explicará acerca de los conceptos básicos acerca de emprendedor, sobre algunas creencias que se tienen, los tipos de emprendedores que existen, que beneficios y riesgos trae ser emprendedor y cuáles son las características que debe poseer un emprendedor.

- ¿Qué es ser emprendedor?
- ¿El emprendedor nace o el emprendedor se hace?
- Creencias sobre un emprendedor.
- Tipos de emprendedor.
- Los beneficios y riesgos de ser emprendedor.
- Características de un emprendedor.

### Tema 2: Mentalidad innovadora:

Se dará a sobre importancia de generar riqueza, de desarrollarse como persona y de encajar tres puntos importantes para la creación de un nuevo negocio.

- **La importancia de generar riqueza y crecer:** La principal causa de iniciar un nuevo negocio, es la obtención de ganancias económicas. Pero como todo negocio tiene un riesgo de pérdida, la manera de disminuir este riesgo es que el emprendedor actúe con conocimiento sobre los posibles riesgos que posee el mercado.
- **La alineación al desarrollo:** La herramienta más importante para todo ser humano es el conocimiento. Ya que, en este caso, con conocimiento el emprendedor podrá afrontar cualquier obstáculo que se le presenten.
- **El encaje de tres puntos básicos: las personas, los recursos y el mercado:** Se explica la capacidad empresarial como un método de gestión basándose más en las oportunidades del mercado laboral que en los recursos que cada persona posee, por lo cual, busca integrar y equilibrar las diferentes fuerzas existentes en el proceso de iniciar un negocio.

### **Tema 3: Construir un negocio:**

Se dará a conocer los pasos que dirigirían al éxito su nuevo negocio.

- Gestación: La emprendedora inicia con la lluvia de ideas sobre los posibles negocios que considera podría desarrollar las competencias que posee. Es la primera y más importante etapa de la creación de un negocio, ya que tendrá que conocerse bien a sí misma para que la decisión que tome al final sea la correcta.
- Puesta en marcha: Es la etapa más complicada, ya que se debe tener claro cuál es el tipo de negocio que desea emprender, pues en esta etapa se desarrollará un prototipo de la idea, se realiza un estudio de mercado para obtener mayor información y crear el nuevo negocio.
- Escalamiento y consolidación: Después de haber creado el nuevo negocio, lo que se espera es que la emprendedora poco a poco vaya aumentando su éxito con el negocio, especialmente que vaya recuperando parte del capital invertido, si bien es cierto, no será fácil, esto se logrará con mucha dedicación y esfuerzo. Cuando el negocio ya esté creciendo y consolidado, la emprendedora tendrá los conocimientos claros sobre las funciones operacionales y es ahí cuando ya deberá iniciar los procesos para pasar a ser una empresa formal.
- Crecimiento: En esta etapa la emprendedora posee capital financiero para la expansión de nuevos puntos de venta.

### **Cronograma de Actividades**

La apertura de la Capacitación se realizará el día 09 de enero del 2020 en el transcurso de 15:00 hasta las 18:00 horas, aquí se explicará a las mujeres del pueblo joven de que trata el programa, se harán preguntas de ámbito laboral, con la finalidad de que surja la posibilidad de que entre ellas puedan asociarse y así la inversión sea menor para cada una de ellas.

El programa se desarrollará 2 días a la semana por el lapso de 3 meses, en los días 14, 16, 21 y 23 de enero se desarrollará el Tema 01: Emprendimiento, aquí se explicarán los conceptos básicos que deben conocer acerca del emprendimiento.

El día 28 de enero se contará con la presencia de un empresario, quien podrá comentar sus fracasos y éxitos antes de llegar al puesto que tiene actualmente.

Los días 30 de enero, 4, 6 y 11 de febrero se desarrollarán el Tema 02: Mentalidad Innovadora, explicando la importancia de generar riquezas y crecer, de los conocimientos acerca de alineación al desarrollo (saber que posibles decisiones tomar frente a diferentes situaciones que se le presenten); y por último, se las capacitará sobre el encaje de tres puntos básicos: las personas, los recursos, y el mercado; aquí se buscará que las futuras mujeres emprendedoras sepan integrar y equilibrar estas tres diferentes fuerzas al iniciar un nuevo negocio.

El día 18 de febrero se contará con la presencia de un segundo empresario, quien podrá comentar sus fracasos y éxitos antes de llegar al puesto que tiene actualmente.

Los días 13, 20, 25 y 27 de febrero se desarrollará el tercer y último tema, Tema 03: Construir un negocio, aquí se les dará a conocer el proceso para su emprendimiento y que conozcan las etapas que este implica, es decir, que conozcan que es lo que deben saber acerca de lo que tienen en mente para iniciar con su emprendimiento, que tan necesario es el mercado su nuevo emprendimiento, si hay competencia, y de qué manera se puede diferenciar de ella.

ENERO 2020

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

FEBRERO 2020

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	

MARZO 2020

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

- Presentación del programa
- Apertura del programa
- Desarrollo del programa
- Desarrollo del programa con empresarios
- Clausura de programa

## **VI. Discusión**

La capacitación es muy importante no solo para aquellos trabajadores pertenecientes a una empresa, sino para todas aquellas personas que deseen realizar alguna actividad nueva, como en este caso, el de iniciar un nuevo negocio, ya que a través de las capacitaciones podrán obtener los conocimientos adecuados para situaciones que enfrentaran al momento que ya desarrollen la idea de negocio.

Para ello es que en esta tesis se plantea la propuesta de un programa de capacitación para aquellas mujeres pertenecientes al pueblo joven Los Claveles del distrito de José Leonado Ortiz, ya que se detectó que cierta población se encuentra en una situación económicamente desfavorable y la opción de iniciar un nuevo negocio sería muy beneficiosa para que puedan obtener ingresos económicos y de esa manera mejorar su nivel de vida.

Sin embargo, se debe conocer que un programa de capacitación no garantizará el éxito de los negocios que deseen emprender, pero si será de gran ayuda para aquellas personas que tienen pocos conocimientos acerca de cómo iniciar un nuevo negocio, y de esta manera también ayudará a que el grado de fracaso de los negocios se reduzca.

Para realizar la propuesta, se ha realizado un estudio, el cual ha consistido en la aplicación de la encuesta para conocer el nivel de la intención de la Intención emprendedora que cada mujer perteneciente al pueblo joven, ya antes mencionado, posee y a través de las capacitaciones se logren desarrollar las habilidades y capacidades de la mujer y de esta manera se desarrolle el emprendimiento, involucrando a la mujer en la sociedad para que se demuestre su alta fortaleza en el mundo laboral.

Después de haber realizado las encuestas, se encontró que las mujeres pertenecientes al pueblo joven tienen un alto grado de interés por iniciar un nuevo negocio, por lo cual el programa de capacitación reforzará la intención que poseen para que se fortalezcan los puntos débiles que tienen y que no les permiten iniciar su emprendimiento. Lo que se busca con el programa es que, al finalizar, las mujeres conozcan los conceptos sobre emprendimiento y las características que deben poseer, la importancia de generar riqueza y crecer, el encaje de los tres puntos importantes y finalmente los pasos para iniciar un nuevo negocio con menor nivel de riesgo.

## VII. Conclusiones

La capacitación es muy importante no solo para aquellos trabajadores pertenecientes a una empresa, sino para todas aquellas personas que deseen realizar alguna actividad nueva, como en este caso, el de iniciar un nuevo negocio, ya que a través de las capacitaciones podrán obtener los conocimientos adecuados para situaciones que enfrentaran al momento que ya desarrollen la idea de negocio.

Para ello es que en esta tesis se plantea la propuesta de un programa de capacitación para aquellas mujeres pertenecientes al pueblo joven Los Claveles del distrito de José Leonado Ortiz, ya que se detectó que cierta población se encuentra en una situación económicamente desfavorable y la opción de iniciar un nuevo negocio sería muy beneficiosa para que puedan obtener ingresos económicos y de esa manera mejorar su nivel de vida.

Sin embargo, se debe conocer que un programa de capacitación no garantizará el éxito de los negocios que deseen emprender, pero si será de gran ayuda para aquellas personas que tienen pocos conocimientos acerca de cómo iniciar un nuevo negocio, pero si ayudará a que el grado de fracaso de los negocios se reduzca.

Después de haber realizado las encuestas, se encontró que las mujeres pertenecientes al pueblo joven tienen un alto grado de interés por iniciar un nuevo negocio, por lo cual el programa de capacitación reforzará la intención que poseen para que se fortalezcan los puntos débiles que tienen y que no les permiten iniciar su emprendimiento. Lo que se busca con el programa es que al finalizar, las mujeres conozcan los conceptos sobre emprendimiento y las características que deben poseer, la importancia de generar riqueza y crecer, el encaje de los tres puntos importantes y finalmente los pasos para iniciar un nuevo negocio con menor nivel de riesgo.



## **VIII. Recomendaciones**

Es muy importante que se conozcan cuáles son los puntos débiles que posee cada población para que, basándose en esa información, se establezcan estrategias o, como en este caso, un programa de capacitación que al finalizar cumpla con su propósito, el de reforzar la intención de emprendimiento en las mujeres pertenecientes al pueblo joven.

Por ello, los temas que se abordaran en el programa, serán definiciones desde las más básicas para que las futuras emprendedoras resuelvan sus dudas ante cualquier palabra desconocida para ellas, como por ejemplo concepto de emprendimiento, las características que deben poseer cada una de ellas y finalmente se les brindarán los pasos para crear un nuevo negocio y el riesgo de fracaso se reduzca.

## IX. Referencias

- AMA Microfinanzas, desarrollo y responsabilidad Social. *Asociación de mujeres en Acción*. 2018. <http://www.ama.org.pe/programas.php>.
- Andina, Agencia Peruana de Noticias. *Perú: cerca de 36 % de las mujeres son emprendedoras en el país*. 15 de Marzo de 2018. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-cerca-36-las-mujeres-son-emprendedoras-el-pais-703328.aspx>.
- Araya, Margarita. «Intención emprendedora en mujeres participantes de un programa de emprendimiento.» *Academia & Negocios (RAN)*, 2017: 17-32.
- Bjornskov, Christian, y Nicolai J. Foss. «Economic freedom and entrepreneurial activity: Some cross-country evidence.» *Public Choice*, 2008: 307-328.
- Bravo Romero, Eliana Elizabeth, y Paul Elvis Palma Jara. «EL EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE VIDA EN UN GRUPO DE MUJERES PERTENECIENTES A ZONAS URBANO MARGINALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL INSCRITAS AL PROGRAMA DE MUJERES CONFECCIONISTAS EMPRENDEDORAS.» Agosto de 2017. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/25883/1/PROYECTO%20DE%20TITULACI%C3%93N%20ANUAL%20ELIANA%20BRAVO%20-%20PAUL%20PALMA.pdf>.
- Bucardo Castro, Alberto, María Luisa Saavedra García, y María Elena Camarena Adame. «Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios.» *SUMA DE NEGOCIOS*, 2015: 98-107.
- Escalante Lira, Fabiola Stephanie, y Marycielo Nashely Zeballos Vega. «INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA. AREQUIPA, 2017.» *INFLUENCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA DE TRABAJADORES DEL MALL AVENTURA PLAZA. AREQUIPA, 2017.* 2017. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/7154/53.0890.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Fernández Laviada, Ana, Lidia Sánchez, y Inés Rueda Sampero. «¿Qué influye sobre los motivos y frenos asociados al emprendimiento?» *aeca 104*, 2013: 16-19.

- Fernando Osorio, Fabián, y Juan Carlos Londoño Roldán. «Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición.» *Cuad. admon.ser.organ*, 2015: 103-131.
- Guinea, Jon. *Innovation & Entrepreneurship Business School*. 30 de Junio de 2016. <https://www.iebschool.com/blog/ayudas-paises-emprendedores-extranjeros-creacion-empresas/>.
- Iglesias Sánchez, Patricia P., Carmen Jambrino Maldonado, Carlos De las Heras Pedrosa, y Antonio Peñafiel Velasco. «EFICACIA DE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA.» *Simposio Internacional El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI*, Diciembre 2017: 78-133.
- Impulsat. *CENTROSEINSTITUTOS-NOTICIAS USAT*. 18 de Marzo de 2021. <http://www.usat.edu.pe/destacada/lambayecanas-fortalecen-sus-emprendimientos-a-traves-de-la-academia-para-mujeres-emprendedoras-awe-chiclayo/> (último acceso: Septiembre de 2021).
- León Mendoza, J., y D. Huari Leasaski. «Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú.» *Pensamiento Crítico*, 2014: 57-70.
- Martínez de Luco, Garazi Azanza, y José Antonio Campos Granados. «LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE DEUSTO.» *BOLETIN DE ESTUDIOS ECONOMICOS*, 2014: 151-172.
- Medina Brito, Pino, Alicia Bolívar Cruz, y Ana Isabel Lemes Hernández. «UN PASO MÁS EN LA INVESTIGACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO: GUESSS.» *Segunda época*, 2014: 63-80.
- Ministerio de Salud y Protección Social. *Ciclo de Vida*. 24 de Junio de 2018. <https://www.minsalud.gov.co/proteccion-social/Paginas/cicloVida.aspx>.
- Moriano León, Juan Antonio, Ángel Gómez Jiménez, Mariola Laguna, y Bohdan Roznowski. «Validación de un cuestionario para medir la intención emprendedora. una aplicación en España y Portugal.» En *Método, teoría e investigación en psicología social*, de J. Francisco Morales Domínguez, Carmen Huici Casal, Ángel Gómez Jiménez y Elena Gaviria, 101-122. Madrid: Pearson Educación, 2008.
- Moriano León, Juan Antonio, Ángel Gómez Jiménez, Mariola Laguna, y Bohdan Roznowski. «Validación de un cuestionario para medir la intención emprendedora: una aplicación en España y en Polonia.» En *Método, teoría e investigación en psicología social*, de J.

Francisco Morales Domínguez, Carmen Huici Casal, Angel Gómez Jiménez y Elena Gaviria, 101-122. Madrid: Pearson Educación, 2008.

Romero, Ana M., y Mónica Milone. «El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos.» *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 2016: 95-109.

Shane, S., y S. Venkataraman. «THE PROMISE OF ENTREPRENEURSHIP AS A FIELD OF RESEANC.» *Academy of management Review*, 200: 217-226.

Ventura Fernández, Rafael, y María José Quero Gervilla. «Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género.» *Cuadernos de Gestión* , 2013: 127-149 .



en una empresa privada.

- I3 Trabajar en la Administración Pública (ser funcionario).

### Actitud hacia la conducta emprendedora

- 1.1. Crear un nuevo negocio (ser emprendedor) para ti supondría:

No interesada		Moderadamente interesada		Totalmente interesada		
1	2	3	4	5	6	7

- A1 Enfrentarse a nuevos retos.
- A2 Crear empleo para otras personas.
- A3 Ser creativo o innovador.
- A4 Tener altos ingresos económicos.
- A5 Asumir riesgos calculados.
- A6 Ser mi propio jefe (independencia).

- 1.2. Ahora debes señalar hasta qué puntos son deseables para ti en tu vida general:

No interesada		Moderadamente interesada		Totalmente interesada		
1	2	3	4	5	6	7

- B1 Enfrentarte a nuevos retos.
- B2 Creación de empleo para otras personas.
- B3 La creatividad y la innovación.
- B4 Altos ingresos económicos.
- B5 Asumir riesgos calculados.
- B6 Ser independiente (tu propio jefe).

### Norma subjetiva

- 6.1. Por favor, piensa ahora en tus familiares y amigos más cercanos. ¿en qué grado se mostrarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propio negocio?

No interesada		Moderadamente interesada			Totalmente interesada	
1	2	3	4	5	6	7

- C1 Mi familia directa (padres y hermanos).
- C2 Mis amigos íntimos.

6.2. Y; ¿Cómo valoras la opinión de estas personas a este respecto? “La considero...”

No interesada		Moderadamente interesada			Totalmente interesada	
1	2	3	4	5	6	7

- D1 La de mi familia directa (padres y hermanos).
- D2 La de mis amigos íntimos.

### Controlabilidad:

7. Por favor, indica hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

No interesada		Moderadamente interesada			Totalmente interesada	
1	2	3	4	5	6	7

- E1 Si quisiera podría fácilmente ser emprendedor y crear mi propio negocio.
- E2 Si creara mi propio negocio, tendría un control total sobre la situación.
- E3 Las circunstancias están a mi favor para ser emprendedor o crear mi propio negocio.

### Autoeficacia:

8. Si crearas tu propio negocio, ¿en qué grado crees que serias capaz de desempeñar eficazmente cada una de las siguientes tareas?

	No interesada		Moderadamente interesada			Totalmente interesada	
	1	2	3	4	5	6	7
F1 Definir tu idea de negocio y la estrategia de tu empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F2 Conocer cuánto invertiría, dónde vendería, a quién, les vendería, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F3 Realizar los trámites administrativos y burocráticos necesarios para crear tu propio negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F4 Trabajar bajo un continuo estrés, presión y conflicto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F5 Reclutar, seleccionar y entrenar a tus empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F6 Relacionarte con personas clave para obtener capital para tu negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F7 Tolerar los cambios inesperados en las condiciones de tu negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F8 Persistir frente a la adversidad en tu negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F9 Formar asociaciones o alianzas con otras personas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Intención emprendedora:

9.1. ¿Has considerado alguna vez fundar tu propio negocio?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No, nunca			Sí, muchas veces			

9.2. ¿Piensas que en el futuro crearas tu propio negocio?

1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definitivamente no			Definitivamente sí			



9.3. Si se presentara la oportunidad, y puedas elegir libremente que negocio seguir, ¿qué preferirías?

1      2      3      4      5      6      7  
                       

Preferiría trabajar por cuenta ajena

Preferiría crear mi propio  
negocio

9.4. ¿Con que probabilidad consideras que crearas tu propio negocio de aquí a cinco años?

1      2      3      4      5      6      7  
                       

Totalmente improbable

Totalmente probable

Gracias por su tiempo.

## Anexo 2: Escala de valoración de Alfa de Cronbach

Tabla 8: Escala de valoración de Alfa de Cronbach

Escala de valoración de Alfa de Cronbach	Apreciación
{0,95 a + >	Muy elevada o Excelente
{0,90 a 0,95>	Elevada
{0,85 a 0,90>	Muy buena
{0,80 a 0,85>	Buena
{0,75 a 0,80>	Muy respetable
{0,70 a 0,75>	Respetable
{0,65 a 0,70>	Mínimamente aceptable
{0,40 a 0,65>	Moderada
{0,00 a 0,40>	Inaceptable

Fuente: De Vellis (1991)

## Anexo 3: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 1

Tabla 9: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 1

### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,796	12

Fuente: Elaboración SPSS V21

## Anexo 4: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 2

Tabla 10: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 2

### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,707	4

Fuente: Elaboración SPSS V21

### Anexo 5: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 3

Tabla 11: Estadísticos de Fiabilidad Dimensión 3

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,758	12

Fuente: Elaboración SPSS V21

### Anexo 6: Estadísticos de Fiabilidad General

Tabla 12: Estadísticos de Fiabilidad General

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,801	28

Fuente: Elaboración SPSS V21

### Anexo 7: Estadísticos de Fiabilidad General

Tabla 13: Edades

Nivel de Estudios	Conteo	Porcentaje
Primaria	42	10.94
Secundaria	342	89.06

Fuente: Elaboración Excel

### Anexo 7: Estadísticos de Fiabilidad General

Tabla 144: Situación Laboral:

	Conteo	Porcentaje
Trabajadora por cuenta ajena	0	-
Trabajador por cuenta propia	173	0.45
No trabaja	211	0.55

Fuente: Elaboración Excel