



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y  
COMUNICACIONES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS**

EMPRENDIMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LAS MYPES  
FABRICANTES DE CALZADO DEL PARQUE INDUSTRIAL, VILLA EL SALVADOR  
- 2020

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA**

GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS  
ORCID: 0009-0007-9525-2794

**ASESOR**

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE  
ORCID: 0000-0003-0128-0123

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

DIRECCIÓN DE ORGANIZACIONES Y PERSONAS

**LIMA, PERÚ, OCTUBRE DE 2023**



**CC BY-ND**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*

## Referencia bibliográfica

Perez Ramos, G. W. (2022). *Emprendimiento y empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

## HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Geraldine Wendy Perez Ramos
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75612931
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0007-9525-2794">https://orcid.org/0009-0007-9525-2794</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-0128-0123">https://orcid.org/0000-0003-0128-0123</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Jorge Antonio Crisostomo Olivares
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09288593
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Erika del Rosario Buitron Hurtado de Medianero
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41260648
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40612463
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Emprendimiento y empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Dirección de organizaciones y personas
URL de disciplinas OCDE	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE**  
**EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de Tesis conformado por: DR. CRISOSTOMO OLIVARES, JORGE ANTONIO quien lo preside y los miembros del Jurado MAG. BUITRON HURTADO DE MEDIANERO, ERIKA DEL ROSARIO y DR. MARCELO QUISPE, LUIS ALBERTO, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**EMPRENDIMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PARQUE INDUSTRIAL, VILLA EL SALVADOR - 2020**


Presentado por la bachiller:

- 1) GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS

Para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

APROBAR POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 20 de octubre del 2023.



PRESIDENTE  
DR. CRISOSTOMO  
OLIVARES, JORGE ANTONIO



SECRETARIO  
MAG. BUITRON HURTADO DE  
MEDIANERO, ERIKA DEL  
ROSARIO



VOCAL  
DR. MARCELO QUISPE,  
LUIS ALBERTO

## **ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD**

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

“EMPRENDIMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PARQUE INDUSTRIAL, VILLA EL SALVADOR - 2020”

Del bachiller GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS, constato que la tesis tiene un índice de similitud de 14% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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 Autónoma del Perú.

Lima, 24 de octubre de 2023



---

LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

DNI: 40612463



## **DEDICATORIA**

Este estudio se la dedico Dios quien me ayudó por este camino, me dio fuerzas para no desmayar. Asimismo, a mi madre quién me brindo el soporte y las lecciones necesarias para afrontar momentos difíciles.

### **AGRADECIMIENTOS**

Al Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe, quien como asesor me apoyó durante todo el desarrollo de este trabajo. A todas las emprendedoras del Parque Industrial del sector calzado, quienes dedicaron su tiempo y la confianza para recopilar la información requerida para esta investigación, asimismo a la señora Mercedes Jascha, emprendedora del sector calzado, quien brindó información detallada y precisa sobre la situación que ocurre en su sector, además, de su amistad y empatía que tuvo para hacer posible ello.



## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	3
<b>RESUMEN</b> .....	9
<b>ABSTRACT</b> .....	10
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1 Realidad problemática .....	15
1.2 Justificación e importancia de la investigación .....	23
1.3 Objetivos de la investigación .....	25
1.4 Limitaciones de la investigación .....	25
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes de estudios .....	28
2.2 Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado .....	35
2.3 Definición conceptual de la terminología empleada .....	66
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	69
3.2 Población y muestra .....	70
3.3 Hipótesis .....	70
3.4 Variables – Operacionalización .....	71
3.5 Métodos y técnicas de investigación .....	73
3.6 Descripción de los instrumentos utilizados .....	74
3.7 Análisis estadístico e interpretación de los datos .....	76
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	
4.1 Validación del instrumento .....	79
4.1.1 Análisis de fiabilidad .....	80
4.2 Resultados descriptivos de las variables .....	82
4.3 Resultados descriptivos de las dimensiones .....	84
4.4 Resultados descriptivos de las variables relacionadas .....	90
4.5 Prueba de normalidad para la variable de estudio .....	91
4.6 Procedimientos correlacionales .....	91
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	

5.1	Discusiones .....	97
5.2	Conclusiones .....	100
5.3	Recomendaciones .....	101

## **REFERENCIAS**

## **ANEXO**

## LISTA DE TABLAS

- Tabla 1 Operacionalización de la variable emprendimiento
- Tabla 2 Operacionalización de la variable empoderamiento de las mujeres
- Tabla 3 Ficha técnica del cuestionario de emprendimiento
- Tabla 4 Ficha técnica del cuestionario de empoderamiento de las mujeres
- Tabla 5 Escala de confiabilidad alfa de Cronbach
- Tabla 6 Escala de correlación R de Pearson
- Tabla 7 Resultados de validación del cuestionario de emprendimiento
- Tabla 8 Resultados de validación del cuestionario de empoderamiento de las mujeres
- Tabla 9 Resultados de confiabilidad del instrumento de emprendimiento
- Tabla 10 Resultados de confiabilidad de las dimensiones del instrumento de emprendimiento
- Tabla 11 Resultados de confiabilidad del instrumento de empoderamiento de las mujeres
- Tabla 12 Resultados de confiabilidad de las dimensiones del instrumento de empoderamiento de las mujeres
- Tabla 13 Análisis descriptivo de la variable emprendimiento
- Tabla 14 Análisis descriptivo de la variable empoderamiento de las mujeres
- Tabla 15 Análisis descriptivo de la dimensión espíritu emprendedor
- Tabla 16 Análisis descriptivo de la dimensión proceso emprendedor
- Tabla 17 Análisis descriptivo de la dimensión entorno emprendedor
- Tabla 18 Análisis descriptivo de la dimensión poder interior
- Tabla 19 Análisis descriptivo de la dimensión poder relacional
- Tabla 20 Análisis descriptivo de la dimensión poder colectivo
- Tabla 21 Análisis descriptivo de la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres
- Tabla 22 Resultados de la prueba de normalidad del empoderamiento de las mujeres
- Tabla 23 Resultado de correlación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres
- Tabla 24 Resultados de correlación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres

Tabla 25 Resultados de correlación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres

Tabla 26 Resultados de correlación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres

## LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Techo de cristal
- Figura 2 Dimensiones del empoderamiento
- Figura 3 Análisis descriptivo de la variable emprendimiento
- Figura 4 Análisis descriptivo de la variable empoderamiento de las mujeres
- Figura 5 Análisis descriptivo de la dimensión espíritu emprendedor
- Figura 6 Análisis descriptivo de la dimensión proceso emprendedor
- Figura 7 Análisis descriptivo de la dimensión entorno emprendedor
- Figura 8 Análisis descriptivo de la dimensión poder interior
- Figura 9 Análisis descriptivo de la dimensión poder relacional
- Figura 10 Análisis descriptivo de la dimensión poder colectivo
- Figura 11 Análisis descriptivo de la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres
- Figura 12 Gráfico de dispersión de las variables emprendimiento y empoderamiento de las mujeres

**EMPRENDIMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LAS MYPES  
FABRICANTES DE CALZADO DEL PARQUE INDUSTRIAL, VILLA EL  
SALVADOR – 2020**

**GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**RESUMEN**

Este estudio tiene como objetivo determinar la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020. Este estudio es de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, corte transversal y se consideró una muestra de 30 mujeres emprendedoras del Parque Industrial dedicadas al rubro del calzado. Los instrumentos constan de 27 ítems para el cuestionario de emprendimiento y 27 ítems para el cuestionario de empoderamiento de las mujeres. Estos cuestionarios presentan un nivel alto de consistencia interna de 0,881 para la prueba de la primera variable y 0,895 para la prueba de la segunda. En cuanto a los resultados, se concluye que ambas variables tienen una correlación positiva, directa y altamente significativa demostrado mediante un coeficiente R de Pearson de 0,862 a un nivel de significación bilateral de 0,000. Finalmente, se recomendó un plan de capacitación con el fin de minimizar las falencias y deficiencias encontradas en las emprendedoras con respecto a su empoderamiento y emprendimiento.

**Palabras clave:** emprendimiento, empoderamiento, mujeres, MYPES

**ENTREPRENEURSHIP AND EMPOWERMENT OF THE WOMEN OF THE  
MYPES FOOTWEAR MANUFACTURERS OF THE INDUSTRIAL PARK, VILLA EL  
SALVADOR -2020**

**GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**ABSTRACT**

This study aims to determine the relationship between entrepreneurship and the empowerment of women in the shoe manufacturing MYPES of the Industrial Park, Villa El Salvador - 2020. This study is basic, correlational level, non-experimental design, quantitative approach, cross section and a sample of 30 entrepreneurial women from the Industrial Park dedicated to the footwear industry was considered. The instruments consist of 27 items for the entrepreneurship questionnaire and 27 items for the women's empowerment questionnaire. These questionnaires present a high level of internal consistency of 0.881 for the test of the first variable and 0.895 for the test of the second. Regarding the results, it is concluded that both variables have a positive, direct and highly significant correlation demonstrated by a Pearson R coefficient of 0.862 at a bilateral significance level of 0.000. Finally, a training plan was recommended in order to minimize the shortcomings and deficiencies found in the entrepreneurs with respect to their empowerment and entrepreneurship.

**Keywords:** entrepreneurship, empowerment, women, MYPES

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el emprendimiento y el empoderamiento son una pieza clave para la permanencia de los negocios en el mercado, la igualdad de oportunidades para el desarrollo económico y personal, así como el crecimiento y estabilidad económica del país, las cuales favorecen a las emprendedoras del Parque Industrial al desarrollar sus negocios de una manera adecuada y sostenible. En este sentido, la investigación tiene como punto de partida el análisis de la situación problemática como las dificultades en el desarrollo de su emprendimiento y un bajo nivel de empoderamiento, en efecto se presenta desconfianza en tomar riesgos para la expansión de los negocios, la desunión y baja participación del grupo para realizar ferias o eventos lo mismo que capacitarse o tomar un curso para el desarrollo de sus habilidades emprendedoras. Por lo expuesto, para solucionar estos problemas se tiene que conocer la situación de las emprendedoras con el fin de establecer estrategias para mejorar dicha situación.

El problema general de este estudio es ¿Qué relación existe entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?

El objetivo general de la investigación es determinar la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

La hipótesis alterna consta en probar la existencia de la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

De acuerdo con los resultados de la investigación se comprobó la hipótesis que existe relación positiva, directa y considerable entre las variables emprendimiento y



empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

Este trabajo de investigación está estructurado en cinco capítulos, los cuales presentan el siguiente contenido:

En el primer capítulo, se desarrolló el problema de investigación, que consiste en la fundamentación de la realidad problemática, así como los problemas y objetivos del estudio, por otro lado, se presenta la justificación e importancia del estudio, culminando con las limitaciones presentadas durante el desarrollo de la investigación.

En el segundo capítulo, se desarrolló el marco teórico que comprende el análisis de los estudios realizados con anterioridad sobre el tema de estudio, asimismo, se desarrollaron las fundamentaciones de las variables en las bases teóricas del estudio, para culminar con las principales definiciones contenidas en las teorías.

En el tercer capítulo, se desarrolló el marco metodológico donde se aborda el tipo y diseño de la investigación, la determinación de la población y muestra. Asimismo, se formularon las hipótesis de investigación, así como la operacionalización de las variables. Luego se incluyeron los métodos y técnicas de investigación, así como la descripción de los instrumentos para la recolección de información y el culminando con el análisis estadísticos e interpretación de datos.

En el cuarto capítulo, se desarrolló el análisis e interpretación de los datos donde se presenta la validación de los instrumentos, el análisis de fiabilidad, los resultados descriptivos de ambas variables y dimensiones, asimismo, se desarrolló la prueba de normalidad de las variables y finalmente, se realizaron los procedimientos de correlación.

En el quinto capítulo, se desarrolló la discusión de los resultados que consiste en la contrastación con los antecedentes de estudio, luego se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones en concordancia con los objetivos establecidos en la investigación.

Finalmente, se muestran las referencias utilizadas a lo largo del desarrollo de la investigación, además se anexan los documentos adicionales correspondientes al estudio de campo.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

El empoderamiento surge como un mecanismo de participación en las personas que toman confianza en sus propias capacidades y acciones que generan cambios beneficiosos en su entorno, aquella es la pieza clave para que los emprendedores, administradores e iniciadores de un negocio, puedan tomar el control de su oficio y desarrollen su potencial a fin de ser los mejores líderes.

Uno de los hechos más importantes generado en medio de la globalización es el emprendimiento femenino, puesto que ha desempeñado un papel significativo en el progreso económico mundial, el cual se ha ubicado en muchas industrias como la manufactura, estrechamente realizada en un principio por los varones, la cual ha sido desplazada por las mujeres dando como resultado un impacto trascendental tanto económica y social, sin embargo estas han descuidado su empoderamiento siendo un factor vital para su desarrollo personal. Para lograr un buen empoderamiento y emprendimiento debemos establecer un equilibrio entre ambos que permitirá el desarrollo, la permanencia y la adaptación de sus negocios en un entorno dinámico.

Durante la historia, el emprendimiento ha sido tomado como algo vital para la superación del hombre, buscando métodos y oportunidades para mejorar su calidad de vida. Esto logró generar mucho interés desde la década de los 80 debido a su relación con los negocios, dirección de empresas y la generación de riquezas. Las mujeres fueron totalmente excluidas de toda actividad encabezada por los varones promotores de dicho emprendimiento; aquellas barreras estructurales de género, sometidas por muchos años, dejaron en desventaja su participación de la mujer dentro de la sociedad. Sin embargo, gracias a los diversos movimientos feministas, a la integración social y el desarrollo del nuevo mundo, esta barrera ha sido poco a poco

acortada, ya que hoy en día el porcentaje de mujeres emprendedoras está aumentando cada vez más pues según el Informe especial Global Entrepreneurship Monitor (2020) menciona que en el mundo existen el 5.6% de mujeres que es propietaria de alguna empresa.

A nivel mundial, empoderar a las mujeres emprendedoras es fundamental para construir economías sólidas, que les permitan otorgarles igualdad de recursos económicos, mejorar su calidad de vida y obtener alguna propiedad entre otros bienes (Panta, 2019). Las mujeres empoderadas han logrado desarrollar mejor sus capacidades y habilidades emprendedoras, así como el desarrollo de capacidades sociales que impactan en sus actividades empresariales. Poseen confianza en sí mismas, se sienten capaces de lograr aquello que desean, tienen control sobre sus propias vidas, tienen objetivos claros y son autónomas financiera y emocionalmente, estos factores han sido importantes para su surgimiento en el mundo, es por ello que en la actualidad las organizaciones mundiales responsables del desarrollo económico buscan aquellas estrategias y herramientas relevantes para lograr que las mujeres emprendedoras y aún no emprendedoras puedan ser parte de la era del emprendimiento.

La industria del calzado ha sido un sector de gran importancia en su capacidad de generar empleos, dinamizar la economía y por ser un implemento de uso necesario para el consumo humano, ha aumentado gradualmente este sector. Según la Revista de Calzado (2019) la producción mundial de calzado logró vender unos 24 200 millones de pares durante todo el año 2018, la cual hace una referencia del 2.7% con respecto al año pasado, generando ganancias en los países potenciales de este sector. Si bien es cierto las mujeres solo se dedicaban a los procesos de la confección, así como el empaquetado y la costura; no obstante, cada vez más va en aumento la

presencia de mujeres en el emprendimiento de este oficio. El avance de su empoderamiento en el entorno laboral ha ido reforzando sus capacidades y protagonismo para alcanzar una vida más autónoma, más valorada con mayor conocimiento de sus derechos y oportunidades.

Trujillo (2019) manifiesta:

El emprendimiento surge como un mecanismo para impulsar el desarrollo, que necesariamente involucra los Derechos Humanos, sin embargo, se considera insuficiente para generar transformaciones sociales. Es aquí donde el empoderamiento cobra relevancia, al engancharse con el emprendimiento para impulsar las transformaciones. (p. 9)

La ONU Mujeres, siendo una organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la equidad de género y el empoderamiento femenino, está realizando programas como “Red de Emprendedoras y Empresarias Indígenas de las Américas” y “Acelerando el progreso hacia el empoderamiento económico de las mujeres rurales”, que tienen como objetivo principal contribuir al empoderamiento económico y potenciar el desarrollo de sus habilidades. Realizar inversiones en el empoderamiento económico de las mujeres permite acortar las diferencias respecto a la identidad de género, disminuir con la pobreza y el crecimiento económico inclusivo. Estos programas implementados ayudan a desarrollar sus propios emprendimientos y mejorar su cadena de valor para generar mayores ingresos (ONU Mujeres, 2020).

Aquellos programas realizados por ONU Mujeres han obtenido resultados positivos en varios países como en el caso de Guatemala, logrando que 326 mujeres indígenas mejoraran sus habilidades en ventas asociativas y en su emprendimiento, participando en procesos de comercialización de sus productos de manera más

activa. El acceso de recursos y oportunidades económicas permitieron desarrollar un mayor empoderamiento dentro de sus organizaciones y comunidades (ONU Mujeres, 2019). Sin embargo, aún sigue existiendo bajo empoderamiento en ellas, puesto que la participación femenina en las decisiones tanto político, económico y social es poca, así como en las restricciones de créditos, participaciones comunitarias o incluso a un empleo decente.

A nivel Latinoamericano, se viene dando una serie de cambios respecto al emprendimiento y el empoderamiento femenino con la ayuda de la organización Mujeres del Pacífico, siendo experta en ambos aspectos que las conecta con recursos claves y las capacita, abriendo redes con su ecosistema, está trabajando fuertemente para promocionarlos en los países de la Alianza, la cual ha impactado de manera positiva en los negocios ejercidos por ellas. Argentina, uno de los países con mayor producción de cuero e implementos necesarios para la fabricación del calzado, se ha visto con el aumento de mujeres ejerciéndose en el oficio del rubro del calzado, como es el caso de Zapateras Argentinas, publicado por la Editorial Boleo (2020) donde se aliaron cuarenta y cinco emprendedoras las cuales lograron empoderarse y salir del mercado volátil y bastante difícil del rubro del calzado para finalmente unirse y crear así una red de contención, proponiendo ideas y proyectos de inspiración para otras mujeres.

Diversas mujeres emprendedoras no comentan del empoderamiento, puesto que no son conscientes de su importancia; además, se sienten incapaces de desarrollar su negocio por ellas mismas; en cambio, otras toman conciencia de ser mujeres pertenecientes a una sociedad inclusiva uniéndose a organizaciones empresariales y asociaciones de mujeres que les ayudan a empoderarse, de esta manera logran crear y cambiar el rumbo de sus vidas. En el primer caso, se evidencia

una resistencia a las oportunidades de capacitación y/o asesoramiento profesional de ellas mismas o de sus trabajadores. Sin ellos no les permitiría dar continuidad a sus negocios, consolidarlos y entrar en mejores mercados. Según el estudio realizado por Junta de Andalucía (2020) las barreras al emprendimiento femenino están relacionadas a las malas experiencias personales y profesionales que experimentaron en muchas ocasiones, las cuales dificultan la interacción con el entorno, el miedo para asumir riesgo y la baja autoestima, siendo entonces un factor clave para la estabilidad y desarrollo de sus negocios.

A nivel nacional, las MYPES en el Perú son fuentes principales en generar empleo y mayor dinamismo en la economía. Según el Diario Uno (2019) en el Perú existen 1.3 millones de micro y pequeñas empresas que son lideradas por mujeres en las distintas partes del país. La Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos (2018) perteneciente al Ministerio de la Producción señala que además existe unas 6401 mujeres liderando en empresas manufactureras de todos los tamaños, dando a demostrar la existencia del espíritu emprendedor de las peruanas, sin embargo, se evidencia un bajo interés en la participación de talleres o algún tipo de institución que les ayude a desarrollar su empoderamiento, siendo una herramienta útil para el progreso de sus negocios. Por tal efecto, el Ministerio de la Producción lanzó un programa llamado “Mujer Produce” como estrategia de intervención multisectorial con la finalidad de ser un aporte a la autonomía y empoderamiento económico de las mujeres que dirigen las MiPymes, este aspecto permite a las instituciones involucradas implementar políticas orientadas a los problemas que enfrente la mujer y que necesita romper las barreras estructurales y socioculturales en el ámbito productivo de las empresas.



CITEccal Lima (Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del cuero, calzado e industrias conexas) es una entidad técnica especializada del Ministerio de la Producción, brinda a las empresas de esta cadena productiva, servicios tecnológicos que ayuden a fomentar la creatividad y fortalecer su competitividad, logrando capacitar a más de quinientas personas vinculadas al sector cuero y calzado entre empresarios, trabajadores y emprendedores durante el año 2019, el cual registra un 42% de participación de mujeres (Citecall, 2019). Este centro ha fortalecido el trabajo de las mujeres desarrollando mejor sus capacidades y su creatividad en nuevos diseños, así como sentirse identificada con la industria del calzado.

El distrito de Villa El Salvador fue el principal distrito donde se acogieron y realizaron su propio cambio de vida muchos de los pobladores afectados por el terrorismo; entre los cuales hubo mujeres que quedaron desprotegidas con baja autoestima y sin ningún apoyo económico que buscaron oportunidades para surgir y sobrevivir, pues fueron conscientes de su poco protagonismo en una sociedad donde se cuestionaba las aspiraciones y la flexibilidad individual para alcanzar su independencia económica y contar con el tiempo para su familia. Por lo mencionado, fue necesario generar su propio negocio, ejercido mayormente de forma empírica, el cual ayudó a aportar algún ingreso para su hogar, poder solventar los gastos, ser autónomas y formar parte de una sociedad económica. Tal es el caso del Parque Industrial, siendo uno de los puntos con mayor concentración de MYPES, el cual se convirtió en un generador de puestos de trabajo y responsable del dinamismo económico en su distrito.

En el ámbito local, este estudio se enfoca en las emprendedoras fabricantes de calzado en el Parque Industrial de Villa El Salvador, donde se observan dificultades

en el desarrollo de su emprendimiento y un bajo nivel de empoderamiento, manifestando una deficiencia tanto en las actividades indispensables para la toma de riesgos y en la búsqueda de las oportunidades económicas y personales para el desarrollo, así como en la evolución de sus negocios, corriendo el riesgo que estos desaparezcan del mercado. Por ello, se contactó a un grupo de emprendedoras del rubro, las cuales respondieron a un cuestionario con un total de 20 ítems donde manifestaron lo siguiente:

Un bajo espíritu emprendedor, puesto que su creatividad de realizar diseños únicos fue dejada de lado, prefiriendo copiar de revistas o catálogos modelos de zapatos, incluso los de sus colegas lo cual ha generado molestias y distanciamiento en el grupo. Muchas de sus decisiones no fueron acertadas, de tal modo que, perdieron ese ánimo de buscar oportunidades y tomar los riesgos para el desarrollo de sus negocios.

Respecto al proceso emprendedor, mostraron incomodidad por la escasa ayuda de instituciones gubernamentales por incentivar el desarrollo de sus negocios, tal es el caso de la Municipalidad de Villa El Salvador que no les facilita realizar de manera oportuna y rápida los trámites administrativos, además da poca importancia a la zona comercial y muestra falta de consideración en los arbitrios anuales, los cuales llegan hasta cuatros mil soles. Ellas manifiestan que las capacitaciones son importantes para potenciar sus habilidades personales y su negocio, sin embargo, llevarlo les tomaría mucho tiempo y dinero.

La interacción con el entorno emprendedor quedó inmóvil debido a que la cuarentena perjudicó a las emprendedoras, siendo que estas no encontraran los materiales necesarios para la elaboración de zapatos y por ende el despido de uno o dos de sus trabajadores. La mercadería aún sigue estancada en los almacenes por

la baja presencia de clientes en la zona, asimismo los proveedores las presionan con el pago de los materiales consumidos. Esta situación ha generado preocupación en las emprendedoras por vender de manera rápida sus productos, la cual ha causado un ambiente de mucha rivalidad y desunión entre ellas.

En relación con el poder interior, las emprendedoras se han visto afectadas al mostrar una baja autoestima, puesto que en los últimos años la presencia de clientes ha ido disminuyendo considerablemente, haciendo que muchas de las tiendas y fábricas estén cerrando, por esta situación se sienten inseguras en continuar con sus negocios de calzado y optar en otro rubro.

En relación con el poder relacional, les cuesta poder transmitir a su equipo de trabajadores la ilusión y pasión por el trabajo que están realizando. Las emprendedoras mencionaron haber descuidado a sus familias y amigos porque no pudieron participar de reuniones o eventos, ya que el negocio les impide muchas veces hacerlo. Sienten el rechazo de sus parejas por contar con una mayor independencia económica.

Finalmente, respecto al poder colectivo, expresaron sentirse solas y poco apoyadas por sus colegas en algún tipo de evento o feria donde se pueda captar mayor público en esta zona, ya que ellas manifiestan poco interés en participar. En las reuniones convocadas hay poca afluencia, esto impide el intercambio de sugerencias entre emprendedoras donde haya una reciprocidad de opiniones e ideas la cual ayude a mejorar sus relaciones.

De no corregir estos problemas presentados entre el emprendimiento y el empoderamiento, las emprendedoras no podrán manejar adecuadamente sus negocios, tendrán un bajo nivel de autoconfianza, deficiencias en su espíritu

emprendedor, dificultades con los ingresos de sus negocios hasta quedar fuera del mercado.

El objetivo de este estudio consistió en determinar la relación existente entre el emprendimiento y el empoderamiento femenino, puesto que, en la actualidad las mujeres dueñas de su negocio, han descuidado estos dos importantes factores ya que sin ellos sus negocios tendrían poco desarrollo, inestabilidad en su gestión y complicaciones para mantenerse estables.

### ***Problema general***

¿Qué relación existe entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?

### ***Problemas específicos***

¿Qué relación existe entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?

¿Qué relación existe entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?

¿Qué relación existe entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?

## **1.2. Justificación e importancia de la investigación**

El estudio presentado es de suma importancia porque en las emprendedoras del Parque Industrial de Villa El Salvador específicamente en el sector calzado se han observado problemas relacionados al empoderamiento de las mujeres y el

emprendimiento; entre ellos tenemos la inestabilidad laboral, el bajo espíritu emprendedor, el bajo poder para influir en otras emprendedoras y la baja interacción con el entorno. Esta investigación intenta ofrecer herramientas y planes para mejorar esta problemática, asimismo sirve para que las mujeres que pretendan ser o ya sean emprendedoras sean exitosas con gran capacidad y habilidad que las permitan desarrollar su negocio y adaptarse al cambio.

Desde la connotación teórica, la investigación brinda información idónea y valiosa de diferentes autores quienes investigaron el emprendimiento y empoderamiento, analizados por diversos repositorios a nivel nacional e internacional. Asimismo, busca ofrecer información que ayuden al mejoramiento de la realidad en este sector y siendo útil para los próximos estudios. Por otro lado, el desarrollo del emprendimiento se considera los aportes teóricos de Schnarch (2016); y la variable empoderamiento de las mujeres se considera los aportes de Naranjo (2018).

Desde la connotación práctica, esta investigación propone métodos de solución a las dificultades evidenciadas en las emprendedoras del sector calzado en el Parque Industrial en términos de recomendaciones, puesto que el emprendimiento y el empoderamiento permiten el desarrollo, permanencia y la adaptación de sus negocios en el transcurso del tiempo, además contribuye con el desarrollo de sus habilidades, confianza en sí mismas y el control sobre sus propias vidas.

Desde la connotación metodológica, este estudio pone a disposición dos cuestionarios de recolección de información con el propósito de medir los niveles de desarrollo del emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres. Dichos instrumentos fueron elaborados por la investigadora y presentan validez y

confiabilidad que le permite obtener datos adecuados para el análisis de la realidad analizada en el estudio.

Desde la connotación social, este estudio es beneficioso para futuras investigaciones que buscan el desarrollo del emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres, asimismo se espera que más emprendedoras conozcan las barreras que les impiden desarrollar de manera adecuada sus negocios y que las políticas públicas aborden este tema y las ayude.

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### ***Objetivo general***

Determinar la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

#### ***Objetivos específicos***

Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

Determinar la relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

Determinar la relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

### **1.4. Limitaciones de la investigación**

La principal desventaja en este estudio está relacionada con la recolección de información por parte de las emprendedoras del parque industrial, pues a menudo se

presentaba poca disponibilidad por parte de ellas. Por otro lado, la búsqueda de artículos y tesis actuales que contuvieran las mismas variables de estudio fueron difíciles de encontrarlos.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**



## 2.1. Antecedentes de estudios

### *Antecedentes internacionales*

Andrades et al. (2019) en su artículo “Empoderamiento femenino e igualdad de género en las organizaciones” desarrollado con la finalidad de analizar los factores de desarrollo del empoderamiento femenino e igualdad de género en las organizaciones. Este estudio es de tipo cualitativa y fue desarrollado en una muestra de 10 empresas micro, pequeñas y mediana empresa de la ciudad. En sus conclusiones se afirma que existe poca participación femenina dentro de las organizaciones, principalmente en los sectores de producción y construcción, ya que en estos existe mayor desigualdad de género. Asimismo, desconfianza e inseguridad por parte de ellas, impidiéndoles estimular su espíritu emprendedor provocado por el miedo a fracasar su propio negocio. Esta investigación es de importancia porque menciona las barreras que enfrentan las mujeres para emprender un negocio: los obstáculos profesionales, puesto que hay un bajo porcentaje de ellas con cargos directivos en Colombia, y también la adquisición de un financiamiento por parte de las entidades tanto privadas como públicas, donde predomina el concepto social y cultural.

Sansores (2019) en su tesis *Empoderamiento de la mujer emprendedora, desde la perspectiva económica, en ciudad de Chetumal, Quintana Roo*, cuyo objetivo fue determinar los factores que motiva el empoderamiento de la mujer emprendedora. Este estudio fue desarrollado con un diseño no experimental, tipo de investigación cualitativa y se consideró una muestra de 213 mujeres emprendedoras. La investigación permitió conocer que, con respecto a la dimensión de proceso emprendedor, aún existen limitaciones para el financiamiento de un crédito, por lo que los procesos de solicitud de financiamiento son complejos y excluyendo a las mujeres. Esto hace que ellas cuenten con sus propios ahorros, los cuales son una vía más

sencilla para abrir un negocio. En cuanto al espíritu emprendedor se muestran gustosas con la actividad empresarial, afrontando riesgos, aprovechando las oportunidades y confiando en sus capacidades para el desarrollo de negocio, siendo que el 48% de ellas cuentan con estudios superiores, estando así preparadas profesionalmente. Esta investigación es de importancia porque da énfasis al empoderamiento de la mujer como un medio fundamental para eliminar los estereotipos y desigualdad entre ambos géneros, siendo además una estrategia importante para su inserción en el mercado. En ese sentido, es importante impulsar procedimientos que permitan desarrollar la igualdad en las instituciones, apoyo educativo y cultural tecnológico con el fin de asegurar su participación en la sociedad.

Chávez (2018) en su tesis *El contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor y su incidencia en el empoderamiento de la mujer en el distrito metropolitano de Quito*, cuyo objetivo fue determinar cuáles son los factores del contexto social que influyen en el desarrollo del espíritu emprendedor de la mujer de Quito. Esta investigación es de tipo documental, mixta, diseño no experimental que permita que la mujer logre empoderarse y contribuya al crecimiento económico del país. Asimismo, es un estudio con alcance exploratorio y se consideró una muestra de 66 emprendedoras quiteñas. En sus conclusiones se afirma que el factor influyente de las emprendedoras quiteñas es principalmente la familia, la cual aporta de manera positiva e incondicional a su emprendimiento. La interacción familiar que existe es como el soporte, el apoyo que es brindado de parte de los miembros de la familia crea la estimulación diaria para que las emprendedoras puedan progresar en sus negocios y a la vez con su familia. Respecto con la dimensión espíritu emprendedor tiene un efecto significativo con ellas, la preparación académica y la habilidad para negociar

las posiciona dentro de las exigencias de los mercados actuales, dándole un valor agregado y mayor solidez a sus actividades. El poder interior de las emprendedoras quiteñas se ha visto considerado notablemente ya que presentan una autoestima positiva, poseen la capacidad de potenciar sus habilidades y tienen en claro que los logros alcanzados no son suficientes para llegar a sus objetivos y metas, motivos necesarios que permite una mejora constante por parte de ellas. Esta tesis es de importancia porque toman algunas de las dimensiones de la variable emprendimiento que son consideradas para esta investigación. Asimismo, este estudio da a conocer a todo el territorio nacional el valor del empoderamiento de la mujer emprendedora en la sociedad, el cual tiene un rol significativo en la dirección de empresas del país mencionado. Esta información se convertirá en una herramienta estratégica para que los estados promuevan el establecimiento de políticas que las motiven.

Gonzales (2018) en su tesis titulada *Emprendimiento liderado por mujeres, empoderamiento económico y violencia desde un análisis cuantitativo*, cuyo objetivo fue determinar el impacto de la violencia en los emprendimientos liderados por mujeres, mediante un análisis cuantitativo aplicado a mujeres emprendedoras de la quinta región de Chile. Este estudio fue desarrollado con un diseño no experimental, tipo cuantitativo, nivel descriptivo y se consideró una muestra de 80 mujeres emprendedoras. El estudio concluye que uno de los factores que afecta su poder relacional y colectivo es la violencia tanto en su nivel físico, psicológico y financiero, que no permite la sostenibilidad y crecimiento de sus emprendimientos. Ha sido también una causa de violencia por parte de sus parejas, las cuales muestran el descontento por verlas dar el tiempo a su negocio, haber incumplido con las obligaciones de casa o conocer que ellas obtienen mayores ingresos que ellos, en consecuencia, preferirán estancar el crecimiento de su emprendiendo para así no

tener problemas. En cuanto a la obtención de recursos financieros, ellas afirman haber obtenido créditos de casas bancarias informales, de familiares y de prestamistas informales dado que la mayoría de las entidades bancarias de su región no apuestan por ellas al brindarles un préstamo para el desarrollo de algún emprendimiento. El aporte de esta investigación ayudara a crear un programa de apoyo a las mujeres que deseen iniciar un negocio y/o hayan sufrido algún tipo de maltrato tanto físico como psicológico, reconstruyendo su autoestima y considerándolas capaces de lograr algo por ellas mismas. Asimismo, se incentiva a crear un Banco de mujeres donde ellas tuvieran el acceso a financiamiento en los primeros años de ejercer sus negocios, sabiendo que la mayor parte del dinamismo económico del mundo lo desarrolla el emprendimiento femenino.

Vega et al. (2018) en su artículo “La participación de la mujer en las pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Machala”, tuvo como finalidad analizar el nivel de participación de las mujeres en este sector empresarial. Este estudio presenta un diseño no experimental, tipo cuantitativo y nivel descriptiva, además se consideró una muestra de 137 mujeres emprendedoras en Machala. En sus conclusiones se explica que las mujeres en las empresas pequeñas y medianas viene teniendo un crecimiento acelerado; no obstante, existen factores que no les permiten seguir desarrollándose personalmente, como por ejemplo el no estar interesadas en algún curso o capacitación por la falta de tiempo y de dinero. Esta investigación es importante porque evidencia el nivel de participación de las mujeres emprendedoras en las pequeñas y medianas empresas como generadora de riquezas en el país, demostrando la eficiencia de su gestión en su progreso y evolución en la ciudad mencionada.

### ***Antecedentes nacionales***

Ninatanta (2018) en su tesis *Emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*, cuyo objetivo estudiar el nivel de relación que presentan las variables de estudio en el sector calzado en la ciudad de Trujillo. Este estudio fue desarrollado con un diseño no experimental, tipo cuantitativo, nivel correlacional y en una muestra de 101 mujeres emprendedoras. En sus resultados se indica que ambas variables emprendimiento empresarial y empoderamiento, se correlacionan positivamente y de nivel fuerte ( $\rho=0.683$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). De acuerdo con la dimensión proceso emprendedor, se muestra que existe una relación positiva significativa y fuerte ( $\rho=0.570$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). En relación con la dimensión entorno emprendedor, se muestra que existe una relación positiva fuerte ( $\rho=0.596$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). Finalmente, respecto con la dimensión de espíritu emprendedor se evidencia que existe relación positiva fuerte ( $\rho=0.825$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). Este estudio es relevante ya que toman a las dimensiones de la variable emprendimiento especial consideración para este estudio como el espíritu emprendedor, proceso y entorno emprendedor.

Saucedo (2020) en su tesis titulada *Emprendimiento y empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo, 2020*, cuyo objetivo fue analizar la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo. Este estudio fue desarrollado con un diseño no experimental, tipo cuantitativo, nivel correlacional y en una muestra de 117 mujeres emprendedoras. La conclusión relevante de este estudio fue que se comprueba que el emprendimiento empresarial y el empoderamiento se relacionan a un nivel moderado ( $\rho=0.425$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). En sus conclusiones específicas se evidencia una relación positiva moderada entre el proceso emprendedor y el empoderamiento ( $\rho=0.478$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). Asimismo, se

evidencia una relación baja entre el entorno emprendedor y el empoderamiento ( $\rho=0.176$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). Finalmente, se evidencia una relación positiva moderada entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento ( $\rho=0.396$ ;  $\text{Sig.}=0.000$ ). Este estudio es de sumo interés porque toma a las dimensiones de la variable emprendimiento especial consideración para esta investigación. Además, demuestra que aquellas que logran emprenderse, cuentan con niveles superiores de autoestima, autoconfianza y reconocen los cambios de ellas mismas a la hora de emprender.

Sánchez (2020) en su tesis *Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: Caso San Pablo, Kutiqiru*, cuyo objetivo fue analizar el emprendimiento y empoderamiento de las mujeres en la comunidad San Pablo. Este estudio fue desarrollado con un diseño no experimental observacional de tipo cualitativo, un nivel de investigación exploratorio y en una muestra de 28 mujeres emprendedoras de la comunidad en mención. El estudio concluye que, en cuanto al poder interior, se evidenció la mejora de su estabilidad económica en su hogar y mayor seguridad en tomar decisiones, al obtener sus propios ingresos en la recolección de los champiñones andinos. A pesar de que en algún momento sufrieron maltrato por parte de sus parejas su emprendimiento les ha fomentado la seguridad en seguir con sus negocios. A nivel colectivo ellas indicaron que no solo participan de su emprendimiento sino también en actividades de la comunidad como estar involucradas en las juntas de vaso de leche, siendo elegidas por la misma comunidad para ser representadas en las distintas entidades del distrito. Si bien es cierto las mujeres de San Pablo recibieron programas y charlas con el fin de empoderarse; pero ellas mencionan que no es suficiente pues existen obstáculos por enfrentar y barreras que superar. Lo relevante en este estudio es que da conocer la situación de mujeres andinas de San Pablo en cuanto a su empoderamiento siendo dos dimensiones parte

de esta investigación. Cabe destacar que la consolidación de las capacidades ayuda al desarrollo de la autoestima, la autoconfianza y las actitudes para mejorar un negocio.

Cerdán y Sarmiento (2020) en su estudio titulado *Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019*, cuyo objetivo fue establecer el impacto que tiene el emprendimiento femenino en el nivel de competitividad de las empresas agroexportadoras durante los años 2018 y 2019. Este estudio presenta un diseño no experimental, tipo mixto, un nivel descriptivo y fue desarrollado en una muestra de 5 emprendedoras agroexportadoras. La conclusión destacable es que las mujeres emprendedoras presentan una gran lista de habilidades las cuales han logrado crear y mantener en el tiempo su emprendimiento, siendo competitivas en el rubro que ejercen. El nivel de empoderamiento es considerable, ya que tienen una gran visión a futuro, demostrando ser capaces de solucionar conflictos, entablar negociaciones con clientes extranjeros y perseverar en asumir los riesgos, así como tolerar el fracaso. El estudio motiva al gobierno fundar nuevos programas dirigidos a mujeres emprendedoras que generen el impulso por sus negocios, el acceso al financiamiento económico para tener facilidades de créditos y la eliminación de las burocracias impuestas.

Godiño (2018) en su tesis *Protagonismo de la mujer Wanka y el emprendimiento empresarial en Huancayo, 2011-2016*, desarrollado con el objetivo de conocer el protagonismo de la mujer Wanka en el emprendimiento y desarrollo empresarial en la ciudad de Huancayo. Esta investigación presenta un diseño no experimental, nivel descriptivo explicativo y una muestra de 105 emprendedoras de las MYPES de la ciudad de Huancayo. En cuanto a las conclusiones se muestra que

las mujeres emprendedoras poseen habilidades adecuadas para ejercer de manera eficiente el desarrollo de sus negocios, además tienen en conocimiento que ellas tienen una parte importante en el progreso del país y que el ser creativas ayuda a sobresalir y lograr la sostenibilidad de sus negocios. La contribución de este estudio ayudará a las mujeres emprendedoras a tomar en consideración la innovación como una ventaja competitiva la cual permitirá tener herramientas para hacer frente a las amenazas actuales de las MYPES.

## **2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado**

### **2.2.1. Bases teóricas de la variable emprendimiento**

El emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres se basan en la teoría científica sociológica porque estudia las relaciones humanas de manera sistematizada utilizando la observación y la verificación a partir de una teoría. El análisis sociológico es una disciplina que tiene como finalidad estudiar el análisis de los acontecimientos de la sociedad. En ese sentido, los sociólogos se centran primordialmente en los seres humanos tal cual son en la interacción con la sociedad, como actores que tienen en cuenta el comportamiento de unos a otros.

#### **2.2.1.1. Definiciones de la variable emprendimiento.**

Schnarch (2016) menciona que el emprendedor es aquel sujeto que aprovecha los medios para iniciar un negocio. Es muy común utilizar este concepto para nombrar a un ser que establece una empresa o que busca las oportunidades, o alguien que es capaz de iniciar un proyecto por sí mismo.

Gómez (2019) menciona lo siguiente:

Emprender es un proceso dinámico de creación de valor mediante el cual un individuo, el emprendedor, se encuentra en constante aprendizaje, generando ideas e identificando oportunidades, lo que brinda la posibilidad al sujeto



emprendedor de plantearse una visión y objetivos de lo que se desea antes de llevar a cabo la iniciativa. (pp. 15-16)

Urbano y Toledano (2008) mencionan que: “El emprendimiento, más allá de identificarse únicamente con la creación de una nueva empresa, supone la adopción de ciertas actitudes y comportamientos ante la vida profesional y personal” (p. 17). En el mismo sentido, Cano (2016) menciona que el emprendimiento: “Es el proceso por el cual los individuos inician y desarrollan nuevos negocios, siendo un complejo fenómeno que envuelve al emprendedor, a la empresa y el entorno con el cual sucede el proceso” (p. 3).

De acuerdo con las consideraciones citadas, se entiende que el emprendimiento es aquel proceso de formar un negocio desarrollado por el emprendedor que toma ciertas actitudes y aptitudes para aprovechar las oportunidades, con el fin de sacar algún beneficio tanto monetario o de logro personal. Ello ha sido la causa de muchos resultados exitosos, pues se fundamenta por los distintos conocimientos, competencias y potenciales que fueron usados por emprendedores.

#### **2.2.1.2. Importancia del emprendimiento.**

El emprendimiento ha sido un valor y un factor significativo para el ser humano, asimismo, ha sido el fruto de grandes logros y avances de aquellas personas emprendedoras, puesto que muchos autores lo afirman. En ese sentido, Schnarch (2016) explica que la creación de estas empresas ha sido una fuente de riquezas, de la generación de empleo y oportunidades para las personas, aquello claramente sería un factor para reducir la pobreza y elevar las riquezas.

Urbano y Toledano (2008) mencionan que con el transcurrir de los tiempos se ha dado énfasis al fenómeno emprendedor viendo su importancia en todas las áreas,

tal es el caso de su aporte a la producción de empleos tanto en nuevas y pequeñas empresas, a los grandes cambios y progresos económicos y sociales, razones suficientes para promover el interés por las instituciones, casa de estudios, empresas y a la comunidad en general. Asimismo, Gómez (2019) menciona que: “El emprendedor es entonces aquel individuo considerado agente o dinamizador de cambio para el progreso y el desarrollo económico o social” (p. 16).

Cano (2016) respecto a la importancia del emprendimiento menciona:

La enseñanza y discusión sobre el emprendimiento se ha intensificado en los últimos años principalmente debido al rápido avance tecnológico, que requiere de un número cada vez mayor de emprendedores. El avance tecnológico aliado con la sofisticación de la economía y de los medios de producción y servicios generó una necesidad de formación de conocimientos que antes eran obtenidos de forma empírica. Estos factores llevan a la era del emprendimiento, ya que son los emprendedores los que actualmente está creando nuevas relaciones de trabajo, nuevos empleos, rompiendo antiguos paradigmas y generando riquezas para la sociedad. (p. 7)

El emprendimiento es importante para la dinamización de la economía, para la generación de empleos, estabilidad económica y, por ende, el desarrollo de un país. Aquel ha sido tomado como el fenómeno más importante para el desarrollo económico en la antigüedad y en la actualidad.

### **2.2.1.3. Clases del emprendimiento.**

Schnarch (2016) menciona que el emprendimiento está dividido en tres clases:

- De subsistencia. Son aquellas empresas formales, informales o unidades productivas a generar ingresos de forma diaria más conocida como autoempleo, con ninguna planificación previa, ni visión de crecimiento, poseen

bajos niveles de ingresos, no tiene un valor agregado y ni perspectivas de crecimientos en las ventas.

- Por necesidad. Aquellas son ejecutadas sin el análisis del potencial que tiene el mercado, es considerado una aventura empresarial desarrolladas principalmente por personas con alguna carencia económica y que su finalidad es salir de desempleo en que se encuentra.
- Por oportunidad. Es aquella idea materializada en una empresa que tiene un potencial de crecimiento, pues nació tras estudios de mercado y la propuesta de satisfacer necesidad aun no satisfechas.
- Dinámicos. Son aquellos proyectos innovadores que tienen la capacidad de poner ser sostenibles, rentables y rápidos, pues posee un elevado potencial en calidad de su equipo emprendedor, buenas ideas existente y están pendientes de nichos de oportunidades aun no cubiertos. Tienen un alto valor agregado, poseen un modelo de negocio, poseen un producto o un servicio que les permite contar con una ventaja competitiva para ser una mediana empresa.

Muchos de estos emprendimientos son producto de la necesidad de contar con algún tipo de ingreso o para salir del desempleo, otras son producto de la investigación del mercado enfocándose en las necesidades aun no cubiertas lo que sería una gran oportunidad y otras que son sólidas con el tiempo y tienden a desarrollarse con los años, estos emprendimientos dinámicos son aquellos que generan el desarrollo económico del país.

#### **2.2.1.4. Teorías relacionadas a la variable emprendimiento.**

##### **A. Teoría del emprendimiento según Alejandro Schnach.**

Schnarch (2016) menciona: "El progreso económico y social de nuestros países requiere de personas emprendedoras tanto al interior de todo tipo de

organizaciones, públicas o privadas, capaces de cambiar y mejorar productos procesos, métodos o sistemas para hacer crecer las empresas” (p. 10).

Schnarch (2016) señala que un emprendedor es aquella persona que ha aprovechado organizar los recursos necesarios para establecer un negocio.

Por otro lado, Schnarch (2016) menciona que existe cuatro tipos de emprendedores, las cuales son:

- Emprendimiento empresarial. Es aquel que tiene como motivación principal generar riquezas.
- Emprendimiento social. Es aquel que tiene iniciativas orientadas a suplir una necesidad social.
- Emprendimiento artístico-cultural. Es aquella actividad plasmada de valores simbólicos o tangibles de una sociedad con el fin de crear bienes y servicios culturales.
- Emprendimiento tecnológico. Es aquel desarrollado por personas con conocimiento especializadas que se hacen cargo de aprovechar las oportunidades que se presentan haciendo un uso adecuado de las herramientas tecnológicas con que se cuenta actualmente.

Respecto a la diferencia entre un emprendedor y empresario, Schnarch (2016) menciona que un emprendedor puede ser empresario, puesto que es capaz de poder identificar las oportunidades, reunir los recursos necesarios, hacerlos realidad y llevarlos a la práctica, una vez que la empresa comienza a desarrollarse, alcanzando los primeros objetivos, el emprendedor se transforma en empresario, puesto que es ahí donde el emprendedor toma la iniciativa de asumir con eficacia las funciones de directivo.

Es importante analizar el emprendimiento en América Latina y en ese sentido, Schnarch (2016) indica:

La realidad de los emprendedores en América Latina no se parece en nada a la de otras regiones empezando por el tamaño, la mayoría de las empresas son micro o pequeñas empresas, y terminando por la motivación, los emprendedores son lo que son más por “necesidad” que por “oportunidad”. Además de estos rasgos, los emprendedores tienen escaso apetito por el riesgo y la innovación, lo cual, sumado a la disponibilidad limitada de capital humano, produce empresas menos complejas e innovadoras que sus contrapartes europeas y asiáticas. (p. 37)

### **B. Teoría del emprendimiento según Urbano y Toledano.**

Urbano y Toledano (2008) señalaron lo siguiente:

Durante los años, hemos sido testigos de la importancia que desde todos los ámbitos se ha atribuido al fenómeno emprendedor. La contribución de las nuevas y pequeñas empresas a la generación de empleos, la puesta en marcha de innovaciones y al desarrollo económico y social, algunos de los motivos que justifican el creciente interés de instituciones y académicos, empresarios hacia las iniciativas emprendedoras. (p. 17)

Respecto a los rasgos psicosociales y de personalidad del emprendedor, Urbano y Toledano (2008) menciona que el emprendedor está caracterizado por dichos rasgos psicosociales y de personalidad los cuales son los siguientes:

- Referente al compromiso, determinación y el sentido de oportunidad. Un emprendedor puede lograr superar muchos problemas, por lo que ellos viven en una enorme y continua presión casi todo el tiempo. Varios emprendedores

manifiestan ni la inteligencia, sabiduría, genialidad son capaces de sustituir al ímpetu de salir adelante con tu emprendimiento.

- La tolerancia al riesgo. La incertidumbre y la ambigüedad son aspectos importantes que permiten identificar a un emprendedor. En un entorno cambiante, donde nada es seguro y la probabilidad de ganar o perder siempre existe, los emprendedores tienen presente que las grandes cosas se obtienen con grandes riesgos que deben asumir.
- La creatividad. Los emprendedores son personas originales en su forma de pensar y su energía al momento de tomar decisiones son claves para tener éxito en su emprendimiento.
- El control de los propios impulso y reacciones. Se entiende que es la capacidad que tiene las personas de regular los impulsos de forma voluntaria.
- La autonomía es una clara inclinación de los emprendedores por lo que buscan ser su propio jefe: muchos de ellos no consideran que deben trabajar para las ordenes de otras personas.

### **C. Teoría del emprendimiento según Gómez.**

Gómez (2019) menciona que:

Las investigaciones sobre emprendimiento han mostrado, la mayoría de las veces, que las empresas típicas, generalmente, son de origen humilde e improvisado. Los emprendedores generalmente son personas comunes y corrientes, a veces con escasos recursos, sin mucha experiencia en el campo en el que desarrollan sus emprendimientos y tratando de desarrollar oportunidades inciertas. (p. 61)

Respecto a la oportunidad emprendedora, Gómez (2019) explica que la oportunidad emprendedora ha ido evolucionando a través del tiempo, muchos

académicos mencionan que aquellas están por todos lados, solo hay que identificarlas y explorarlas antes de poder desarrollarla. Otro grupo considera que las oportunidades pueden ser creadas o reformadas si el emprendedor logra ver los problemas y las necesidades como representaciones de oportunidades latentes.

La oportunidad emprendedora es identificada como una solución a un problema puesto que genera satisfacción a una necesidad, la cual el cliente estará dispuesto a pagar por ella.

Respecto a la capacidad de adaptación a las oportunidades, Gómez (2019) explica que la capacidad de adaptación para las oportunidades está en la identificación de estas, puesto que son vislumbradas en las primeras etapas del desarrollo del emprendimiento y que se van transformando en otras oportunidades más grandes, comenzando a visualizarse.

Respecto a las barreras para emprender, Gómez (2019) menciona que las barreras para emprender son:

Generalmente, estas son obstáculos que les impiden al sujeto ingresar a una actividad específica de emprendimiento y pueden estar relacionadas con los recursos financieros, disponibilidad de tiempo, acceso a equipos o tecnologías, regulaciones gubernamentales con las que se debe cumplir y, algunas veces, falta de ventaja competitiva. (p. 85)

#### **2.2.1.5. Dimensiones de emprendimiento.**

##### **A. Espíritu emprendedor.**

Schnarch (2010) menciona: “El espíritu emprendedor sería sinónimo de creatividad, innovación, cambio, fundación de una organización empresarial, o toma de riesgos; en síntesis, es lo que impulsa a crear, desarrollar y llevar a la práctica sus proyectos” (p. 75).

Por otro lado, Gómez (2019) explica que el espíritu emprendedor siempre está en constante búsqueda de oportunidades de negocio, además de querer actuar de tal forma sacándoles provecho a las mismas.

Urbano y Toledano (2008) argumentan que el espíritu emprendedor es una manera de reflexionar, analizar y proceder de forma vinculada en el afán de encontrar una oportunidad de negocio. Su efecto es originar, mejorar, realizar y renovar el valor; en otras palabras, un valor económico y también social.

El espíritu emprendedor se ve reflejada en aquella persona que posee la capacidad de identificar las oportunidades que están en su alrededor y lucha por ella, asimismo, por medio de su creatividad originan ideas fuera de lo convencional, lo cual le da una ventaja en el mundo del emprendimiento.

Respecto a la importancia del espíritu emprendedor, Schnarch (2010) menciona que:

El desarrollo económico y social requiere de personas emprendedoras, tanto al interior de todo tipo de organizaciones, públicas o privadas, capaces de cambiar y mejora productos, proceso, métodos o sistemas para hacer crecer las empresas, personas con espíritu empresarial que creen sus propias empresas, para plasmar sus visiones y generar empleo y progreso. (p. 76)

Urbano y Toledano (2008) mencionan que:

La contribución que el espíritu hace a la competitividad de un país se deriva del impulso a la productividad que genera la existencia de un número elevado de empresas (...), si hay muchas iniciativas empresariales hay mayor competencia entre las empresas, lo que las obliga a reaccionar mejorando su eficacia e innovación, el aumento de la eficacia e innovación, a su vez mejora la posición competitiva de la economía en su conjunto. (p. 33)



Según Gómez (2019) menciona que la familia y los amigos juegan un rol significativo en el desarrollo del espíritu emprendedor, puesto que muchas veces los emprendedores recurren a ellos para obtener ayuda. No obstante, son escasos los estudios que abordan la influencia de la familia y de los amigos en la prosecución de establecer un negocio.

Por otro lado, Schnarch (2016) menciona que el emprendedor se caracteriza por lo siguiente:

- Determinación y coraje. Es lo que poseen los emprendedores el de aceptar las dificultades y realizar elecciones oportunas y buenas decisiones para resolverlas eficazmente. Además de tener la aptitud para identificarlas cuando algo anda mal y de darle solución.
- Trabajo en equipo. El emprendedor busca siempre trabajar en unidad para lograr unir ideas y solucionar de manera rápida los posibles problemas, logrando que el grupo siempre funcione armoniosamente.
- Capacidad de aprendizaje. Los emprendedores deben estar en constante aprendizaje, de no hacerlo estarían negándose a las oportunidades de aprendizaje y de negocio.

Los indicadores que sirvieron para medir el espíritu emprendedor son las que se mencionan a continuación:

- Creatividad. Es aquel proceso mediante el cual se le brinda un valor adicional o agregado a las ideas generadas o desarrolladas.
- Habilidades de negociación. Son aquellas cualidades que permite el intercambio de dos o más partes llegar a un acuerdo.
- Búsqueda de oportunidades. Identificación de las exigencias, conflictos e inclinaciones de las personas que moran alrededor para satisfacerlas.

## **B. El proceso emprendedor.**

Urbano y Toledano (2008) mencionan: “El proceso emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades” (p. 45). Por otro lado, Gómez (2019) explica que el proceso emprendedor hace referencia a las condiciones de infraestructura empresarial que son influenciadas por la condición y el desarrollo de la unidad de apoyo al emprendimiento que cuenta un país, los cuales son las finanzas para el avance del emprendimiento, políticas gubernamentales que generen desarrollo empresarial, así como programas de gobierno para el desarrollo empresarial.

El proceso emprendedor hace referencia al desenvolvimiento de aquel emprendedor logra poder contar con los elementos necesarios para que su negocio pueda iniciar o desarrollarse, asimismo este proceso está basado en los instrumentos necesarios para el progreso de la actividad, un ecosistema que brinde apoyo al emprendimiento mediante la identificación de información vital para ver las oportunidades.

Respecto a los recursos para el proceso. Urbano y Toledano (2008) mencionan que los instrumentos claves son necesarios para poner en marcha la iniciativa empresarial, ya que siempre se habla de recursos financieros, sin embargo, el de carácter no económico suele ser el más importante: siendo estos los recursos humanos. Por ello se debe identificar y utilizar adecuada y oportunamente los conocimientos importantes que permitan el funcionamiento del negocio.

Respecto a los recursos financieros para el proceso. Urbano y Toledano (2008) menciona que los aportes financieros son importantes para la financiación de los proyectos, por ejemplo, en el desarrollo de una empresa demanda de procesos que

muchas veces son burocráticos y que encima demanda de pagos como proveedores, alquiler entre otros, que permite desarrollar las actividades. Asimismo, existen dos fuentes de financiamiento:

- Interna. Aquellas fuentes son generadas por el mismo negocio con el ejercicio de la actividad y se utiliza para financiar alguna inversión o gasto.
- Externa. Son aquellas adquiridas en el exterior como la banca comercial, subvenciones y préstamos.

Gómez (2019) menciona: “La falta de dinero es una excusa muy utilizada a la hora de tomar decisión de emprender. Sin embargo, los emprendedores logran identificar y conseguir los recursos financieros necesarios” (p. 86).

Respecto a las instituciones de apoyo. Urbina y Toledano (2008) mencionan que, para impulsar el emprendimiento, las instituciones públicas, han diseñado varios mecanismos con el fin de que este funcione, destacando su ayuda económica y las diferentes subvenciones, así como las llamadas incubadoras de empresas.

Las subvenciones son aquellos fondos que las administraciones entregan a los emprendedores con la finalidad de impulsar el cumplimiento y desarrollo de los objetivos de los emprendimientos. Asimismo, estas subvenciones pueden ser utilizadas para aumentar el uso de nuevas tecnologías, el desarrollo de algún sector en particular, el inicio de un emprendimiento, entre otros.

Respecto a la búsqueda del conocimiento. Gómez (2019) menciona que los emprendedores reconocen que para poder alcanzar el éxito es indispensable saber aprender. Por tal motivo, el conocimiento ayuda al emprendedor a no tomar decisiones basadas en creencias que lo perjudiquen; por el contrario, a mayor conocimiento, mayor será la probabilidad de ver las oportunidades, poder encontrar

las soluciones a los problemas que quieren resolver y disminuir la incertidumbre y los posibles riesgos en su emprendimiento.

Al respecto, Gómez (2019) explica: “Los mentores ofrecen ayuda mediante la experiencia y conocimiento, necesarios como apoyo en los pasos que el emprendedor debe dar para iniciar su emprendimiento. El mentor es un referente para el emprendedor, alguien a quien este admira” (p. 173).

Por otro lado, Gómez (2019) menciona que el proceso emprendedor es importante y significativo para el emprendedor; tal es el caso, si la influencia de los amigos es positiva, aquellos pueden aportar conocimientos, ideas nuevas, conexiones con otras redes, estímulo y apoyo, sin embargo, también puede que su influencia sea negativa, lo cual lo perjudicaría.

Urbano y Toledano (2008) menciona que el proceso emprendedor es importante:

- El conocimiento es uno de ellos, puesto que es vital e importante a la hora de desarrollar un emprendimiento siendo de gran utilidad.
- Los contactos suelen proporcionar a la emprendedora información valiosa de posibles clientes y proveedores que suelen dinamizar su emprendimiento.
- La responsabilidad de los asesores y amigos debe estar en la capacidad de alertar sobre lo importante de priorizar los recursos y el tiempo para no perderse en el intento.

Respecto a la red de apoyo. Gómez (2019) menciona que:

Parte del proceso emprendedor implica que el sujeto tenga una comunidad o red de apoyo (...) el emprendedor inicia su proceso identificación una oportunidad, con una fuerte orientación al logro, recursos limitados y mucho entusiasmo, sin embargo, en muchas ocasiones, carece de experiencia, ya sea

por el factor edad o sencillamente porque no conoce muy bien el mercado al que desea entrar con el desarrollo de su emprendimiento. (p. 159)

La medición del proceso emprendedor está conformada por los siguientes indicadores:

- Obtención de recursos. Es la búsqueda de capital o recursos que es vital para cualquier actividad al iniciarse.
- Ayuda de instituciones. La ayuda de cualquier institución si ha convertido en un medio de financiamiento más atractivo para los emprendedores que desean iniciar un negocio.
- Búsqueda de conocimiento. El conocimiento para emprender es clave para su competencia, estando a la vanguardia de las últimas tendencias, oportunidad del mercado y de las próximas necesidades del cliente.

### **C. El entorno emprendedor.**

Urbano y Toledano (2008) explicaron que los emprendedores desarrollan su actividad en contacto con muchas personas, la red social está definida por una serie de relaciones directas e indirectas que mantiene el emprendedor con su entorno socioeconómico y familiar. En la red social el emprendedor tiene la facilidad de acceder a los recursos y apoyo necesarios para poner en marcha su emprendimiento, proporcionándole además de ideas del producto o servicio en el cual trabajará.

Gómez (2019) menciona que el entorno emprendedor se puede tomar como un conjunto de relaciones directas entre el emprendedor y las distintas personas en su entorno socioeconómico y familiar. Aquello facilita el intercambio de los recursos que el emprendedor necesita para la formación de su emprendimiento, siendo sus activos más preciados.

El entorno emprendedor hace referencia a las relaciones directa e indirecta del emprendedor, como el cliente y el proveedor siendo de la forma directa y la competencia de manera indirecta, las cuales del primero se le permita acceder a los materiales suficientes para la elaboración del producto o del servicio que permitirá contribuir a la necesidad propio del cliente, y del segundo se logrará que las empresas sean más competitivas obligando al emprendedor una mejora constante de la misma.

Los componentes del entorno emprendedor son los que se detallan a continuación:

- Competencia. Schnarch (2016) señala que es importante conocer a los competidores que se encuentran en la industria y su naturaleza, para ello es necesario entablar relaciones para conocer cuántos hay, qué tamaño tiene y qué tan fuertes son.
- Proveedores. Schnarch (2010) menciona que todas las industrias tienen proveedores que les proporcionan suministros suficientes que le permitan la fabricación de los productos o servicios. Sin embargo, existen organizaciones que eligen por integrarse verticalmente, es decir ser sus propios proveedores, es por lo que identificar el comportamiento y la capacidad de negociación de los proveedores resulta una fuente importante para analizar las oportunidades de negocio.
- Clientes. Schnarch (2016) indica que los clientes son la razón de ser del emprendimiento y de todo negocio pues es el factor principal que determina el éxito o el fracaso del negocio.

La medición del entorno emprendedor está conformada por los siguientes indicadores:

- Clientes. El comportamiento del cliente debe ser analizado y entendido por las distintas empresas a partir de lo estudiado, de tal forma que dicho conocimiento sea una fuente de aprendizaje que ayude a la elaboración de estrategias dirigidas para él.
- Proveedores. Es la entidad o persona vital para cualquier empresa, gracias a ello se obtiene la materia prima suficiente para la elaboración de los servicios o productos a comercializarse.
- Competencia. Sin la competencia las empresas no tomarían medidas para mejorar sus estrategias o poder destacar en el mercado.

## **2.2.2. Bases teóricas de la variable empoderamiento de las mujeres**

### **2.2.2.1. Definiciones del empoderamiento de las mujeres.**

Naranjo (2018) menciona que el empoderamiento de las mujeres es: “Una evolución en la concienciación sobre sí mismas, su posición en la sociedad y su valor en las relaciones sociales” (p. 238). En ese sentido, Biewener y Bacqué (2016) argumentan que el empoderamiento femenino: “Remite a la capacidad de decisión y de acción de las mujeres, de manera tal que las mujeres son las que están en condiciones de hacer elecciones eficaces” (p. 83).

Por otro lado, Canaval (2017) menciona que el empoderamiento de la mujer se manifiesta en su capacidad para lograr realizar lo que ellas desean y tener la capacidad de poder hacerlo.

Rowlands (1997) menciona que el empoderamiento:

Se ocupa de los procesos mediante los cuales las personas toman conciencia de sus propios intereses y como estos se relacionan con los intereses de los demás, para que ambos participen desde una posición de mayor fuerza en la toma de decisiones y de hecho para influir en tales decisiones. (p. 27)

El empoderamiento femenino es aquella transformación que realizan las mujeres para lograr ser independientes, sentirse bien consigo mismas, ser capaces de concretar una meta y transmitir a otras personas el poder. Además de tener la aptitud de participar, defender sus derechos y el bienestar de su entorno.

#### **2.2.2.2. Importancia del empoderamiento de las mujeres.**

Andrades et al. (2019) mencionan que el empoderamiento femenino: “Es de vital importancia en la sociedad actual, al ser una herramienta que propicia el desarrollo de habilidades y cualidades en las mujeres, reflejado en la madurez, persistencia, empatía y competitividad de estas” (p. 146).

Rowlands (1997) explica que el empoderamiento ayuda a las personas pobres y marginadas poder cambiar su situación, siendo capaces de organizarse para aumentar su autoconfianza, hacer valer sus derechos y controlar los recursos para desafiar y eliminar su propia subordinación.

El empoderamiento es importante porque permite que las personas puedan salir de la incertidumbre tanto social, económica, laboral a ser capaces de conectarse con su propio yo y tomar decisiones que puedan cambiar sus vidas.

#### **2.2.2.3. Características del empoderamiento de las mujeres.**

Naranjo (2018) menciona algunas características de las mujeres empoderadas:

- Poseen confianza en sí mismas y se sienten capaces de lograr aquello que desean.
- Tienen una autoestima elevada.
- Reconocen sus propios logros y son valientes para tomar decisiones en su vida.
- Transmiten a otras mujeres el sentirse valoradas y seguras.



- Poseen la capacidad de realizar cambios para su bienestar en la sociedad.
- Poseen metas ya definidas, creen en sus capacidades y en sus sueños.

Cuando se menciona las características de las mujeres empoderadas se enfocan en mencionar el perfil de una mujer la cual ha logrado empoderarse, puesto que ha podido vencer sus miedos y los prejuicios, logrando tener autonomía de su propia vida y poder transmitir a otras mujeres el sentirse valoradas y capaces de lograr lo planificado o propuesto.

#### **2.2.2.4. Teorías relacionadas al empoderamiento de las mujeres.**

##### **A. Teoría del empoderamiento de las mujeres según Naranjo.**

Naranjo (2018) menciona: “El empoderamiento femenino permite reducir las brechas socioeconómicas y culturales existentes entre sexos y dar mayor presencia y protagonismo a las mujeres en la sociedad y en los espacios de toma de decisiones” (p. 173).

Naranjo (2018) indica:

Existe una serie de obstáculos que les impide avanzar a las mujeres en su carrera profesional puesto que son principalmente las obligaciones familiares, los cuales les quita horas de trabajo. Una de las características de los altos cargos es diseñados para una dedicación total, la mayoría de ellas emplean a jornada parcial puesto que para un alto cargo no busca. (p. 173)

Naranjo (2018) menciona que las mujeres interrumpen sus labores profesionales sobre todo en la etapa en la que pueden ser madres. En tal efecto, una persona que interrumpe su carrera profesional no se les asignan responsabilidades con otra que si tiene una disponibilidad total. Respecto al reconocimiento del techo de cristal. Naranjo (2018) menciona sobre el techo de cristal como una forma de limitar en la carrera laboral de las mujeres que no les permite seguir desarrollándose.

Aquel muro transparente, pero a la vez sólido, elaborado con actitudes y prejuicios, no le permite a la mujer asumir puestos con mayores responsabilidades y prestigio social. Son principales estructuras sociales y estereotipos que están en las organizaciones tradicionalmente arraigadas por el género opuesto, es decir, la desigualdad en la promoción profesional dándose en todos los ámbitos de poder tanto económico, administrativo, político y militar.

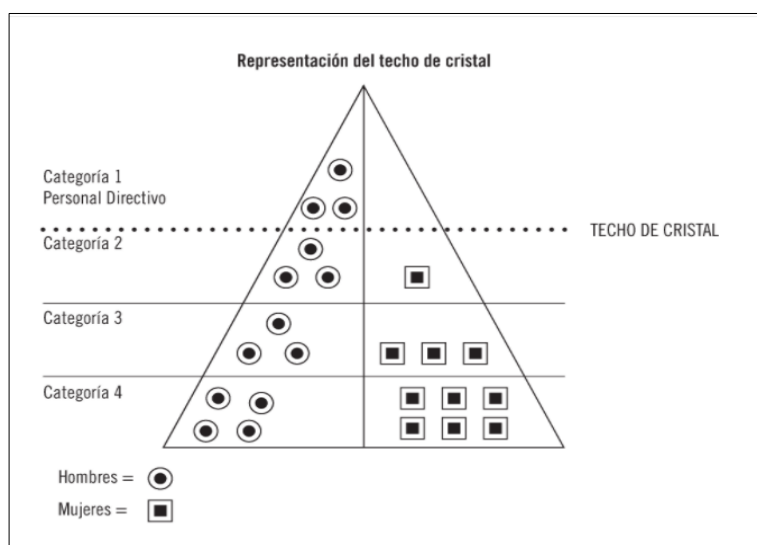
Naranjo (2018) indica:

Aquel techo se simboliza como una pirámide dentro de una organización, donde esta divide por categorías. En la base de la pirámide se encuentra la categoría de menor responsabilidad y en el otro extremo o sea en la cima de la pirámide el de mayor responsabilidad, indican la cantidad de varones y mujeres situados en las distintas partes de la pirámide. (p. 168)

El techo de cristal está situado en el punto en el que descende el número de mujeres de forma muy importante o el punto a partir del cual, directamente, no hay mujeres.

### Figura 1

#### *Techo de cristal*



*Nota:* Naranjo, 2018, p. 233.

En la figura 1, se muestra la limitación en el ascenso laboral que presentan las mujeres dentro de las empresas. Este techo es el que limita el acceso a las carreras profesionales, la dificultad de traspasar y el impedimento de seguir avanzando.

Naranjo (2018) explica que no hay una fórmula única de empoderar a las mujeres, pero existe caminos diversos relacionados con las necesidades e intereses, por ejemplo, algunas se empoderan obteniendo acceso a créditos para iniciar un negocio puesto que los recursos le son accesibles, otras en cambio lo hacen por contar con un empleo formal que les proporcionen independencia económica. Todas las personas tienen diversas formas de empoderarse, pero aun así existen puntos comunes para el empoderamiento femenino, sin embargo, se debe realizar estrategias orientadas principalmente en el fortalecimiento de sus capacidad y autonomía.

Respecto a la teoría de los poderes. Naranjo (2018) menciona que existe tres poderes que le permite a las mujeres mejorar su nivel personal y social las cuales son las siguientes:

- El poder interior. Es la fuerza interior que tiene una persona, dando comienzo al cuidado de su autoestima y la confianza consigo misma para tener el control de su propia vida. Esto implica reconocer sus propios logros y la valentía personal para tomar decisiones y pertenecer a un grupo. Aquel poder se fortalece cuando las mujeres conocen la sociedad acomplexada donde viven.
- El poder relacional. Es aquel poder de pasar del “yo” al “nosotras” permitiendo así la alineación de mujeres que formen parte de una identidad colectiva. Aquel poder les permite una mejor interacción social entre ellas desarrollando espacios donde se sientan valoradas y seguras.

- El poder colectivo. Involucra la participación colectiva de las mujeres en todos los ámbitos políticos y sociales la cual puedan direccionarlas al cambio de su situación actual. Antes de su interacción en conjunto, aquellas debieron reconocerse como titulares de sus derechos y sentirse capaces de cambiar su entorno.

### **B. Teoría del empoderamiento de las mujeres según Schroder.**

Schroder (2013) indica:

El empoderamiento debe entenderse como un proceso mediante el cual las mujeres van tomando el control de sus propias decisiones en todo el desarrollo de su vida, su cuerpo y su profesión. En este sentido, es una estrategia que busca reducir su vulnerabilidad e incrementar su poder, accediendo al uso y control de los recursos materiales y no materiales, ganando influencia y participen en el cambio social. (p. 23)

Schroder (2013) indica que existen tres enfoques que guardan relación con el empoderamiento de las mujeres:

- Criterio económico. Hace mención a la dependencia económica de la mujer; asimismo intenta solucionar su manejo monetario. Sugiere implementar programas o proyectos productivos y de ahorro.
- Criterio de concienciación. Implica ayudar a recuperar la autoestima y sus derechos de tomar decisiones en los ámbitos de su interés, también ayuda a modificar los estereotipos relacionados con las mujeres los cuales están fuera del ejercicio del poder. Sugiere implementar programas que refuercen la educación y la autorreflexión.
- Criterio de desarrollo integrado. Va relacionado con la falta de poder en las mujeres en el nivel social y económico, como la incipiente educación, la salud,

mucha pobreza y recursos limitados. Se visualiza su desenvolvimiento como pieza clave para la comodidad de sus familias y sus comunidades en efecto poder promover intervención para afrontar esta situación.

Schroder (2013) menciona que las formas o mecanismos para empoderar a las mujeres es necesario:

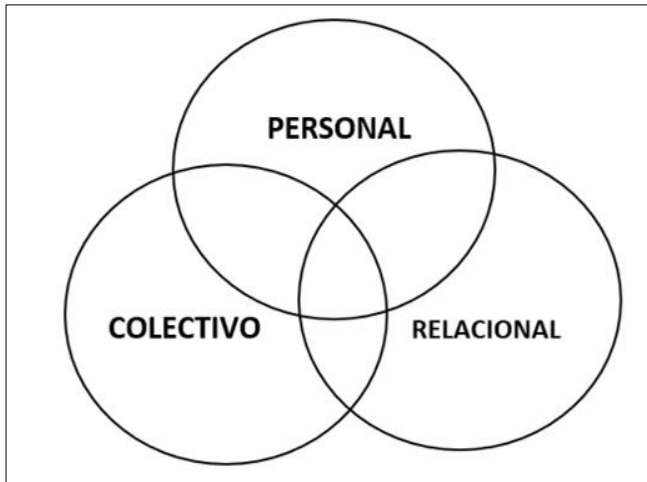
Las capacitaciones, discusiones y actividades realizadas dentro de las asociaciones facilitan a las mujeres el aprender cosas nuevas e interactuar con otras personas. Independientemente del contenido de las capacitaciones, las mujeres aprendan a generar e intercambiar ideas, expresar y defender su opinión frente a otras personas, hablar en público y mejorar su capacidad de expresarse, lo que contribuye a fortalecer la confianza en sí mismas. (p. 141)

### **C. Teoría del empoderamiento de la mujer según Joanna Rowlands.**

Rowlands (1997) menciona que se comete el error de pensar que el empoderamiento surge a raíz de la palabra “poder”, aquel ha sido objeto de muchos debates en las ciencias sociales. Los diversos significados se enfocan con el grado de aptitud de una o más personas para beneficiarse de ellas aun en contra de su decisión. Sin embargo, existen otras maneras de entender y conceptualizar “poder”, que se centra en los procesos, como que el “poder” que no implique dominación sino algo generativo como, por ejemplo, el “poder” quien tiene algunas personas de impulsar actividades en otros y elevar su moral. El empoderamiento se divide en tres dimensiones:

**Figura 2**

*Dimensiones del empoderamiento*



*Nota:* Rowlands, 1997, p. 14.

En la figura 2, se hace referencia a las dimensiones del empoderamiento como el personal donde las mujeres toman autoconfianza, si siente capaces de asumir cualquier reto y presentan una autoestima alta, el relacional se basa en influir en otras lo importante de estar empoderadas además de ayudar a vencer el temor y el colectivo es realizar cambios en grupo donde luchan por los derechos de las mujeres.

Rowlands (1997) menciona que la teoría de los poderes comprende el proceso de empoderamiento, las cuales puede adoptarse de muchas maneras diferentes:

- Poder sobre. Aquello hace referencia al poder del control, como el cumplimiento, resistencia o manipulación.
- Poder para. Hace mención en dejar un legado en donde se brindan nuevas oportunidades y acciones las cuales no se sometan.
- Poder con. Brinda énfasis a lo relevante que es trabajar de manera conjunta; sobre todo para resolver en equipo algún conflicto en común.
- Poder desde adentro. Hace referencia al autorrespeto y aceptación de los demás como iguales. Es una fuerza emocional y particular que se encuentra en todo ser humano.

### **2.2.2.5. Dimensiones del empoderamiento de las mujeres.**

#### **A. Poder interno.**

Naranjo (2018) menciona:

Es la fortaleza interior, que comienza con el cuidado de la autoestima y la autoconfianza para alcanzar un control sobre la propia vida. Implica desarrollar la capacidad de reconocer los propios méritos y la valía personal para tomar decisiones y situarse en puestos de responsabilidad. El poder interno se fortalece cuando las mujeres comprenden los complejos factores que las subordinan en la sociedad y este es el primer paso para enfrentarlos. Esta visión crítica se desarrolla recibiendo formación en género, en interacción con agentes externos que les asesoren sobre derechos y oportunidades y con la formación de grupos de mujeres que comparten información o experiencias. (p. 174)

Rowlands (1997) explica: “Desarrollar un sentido de sí mismo y la confianza individual y capacidad y deshacer los efectos de la opresión internalizada” (p. 15). En este sentido, Schroder (2013) menciona que involucra realizar métodos y transformaciones tanto en las relaciones interpersonales como intrapersonales, elevando así su autoconfianza, su estima propia, su aptitud para suplir sus carencias.

El poder interno es aquel proceso de cambio donde una persona toma confianza en sí misma, tiene autoestima alta, es capaz de asumir retos y afrontar un mundo de desigualdades tanto sociales como políticos.

Respecto a las barreras del poder interior. Naranjo (2018) explica que existe una desigualdad en el acceso y control en los siguientes recursos:

- Recursos naturales. Aquellos son los recursos de la naturaleza, tiene gran relevancia en la salud, la economía y la sostenibilidad. A pesar de que afecta

tanto a varones y mujeres, las políticas medioambientales son tomadas por asuntos de hombres, pues pertenecen al ámbito público y político.

- Recursos económicos. Las mujeres tienen dificultades para apropiarse de ciertos bienes como un patrimonio, el capital, el empleo, vivienda entre otros. Existe un bajo nivel en mujeres por el déficit en el acceso a los beneficios y recursos económicos.
- Beneficios políticos. Las mujeres mayormente están invisibilizadas políticamente puesto que sus necesidades no son atendidas como las de los varones.
- Tiempo. Varones y mujeres dedican sus horas de forma diferente al tener separados los espacios y las actividades, con respecto a las mujeres pasan su tiempo realizando actividades reproductivas.
- Movilidad. Hace referencia al movimiento físico influenciado por las normas y costumbres.
- Educación. Existe una distinción con el intercambio de opiniones e información.
- Recursos culturales: Las mujeres siguen teniendo un perfil bajo en el entorno comunitario. sus tradiciones y expresiones artísticas, sin acceder en la igualdad de condiciones.
- Beneficios internos. La sociedad aún sigue ejerciendo violencias estructurales contra la mujer con el fin de mantenerlas en roles ya establecidos por la sociedad.

Respecto al aspecto laboral. Naranjo (2018) explica que en mayor medida las mujeres ocupan trabajos no cualificados y peor retribuidos, lo que conlleva a un deficiente acceso a créditos y propiedades en comparación con los varones. Los cargos directivos por las mujeres siguen siendo muy escasos.



Respecto al aspecto familiar. Naranjo (2018) explica:

Las mujeres se han visto obligadas a pasar gran parte de su tiempo en el mantenimiento de la familia, el cuidado de los demás y las tareas domésticas. Como estas son actividades que no tienen reconocimiento ni horarios, las mujeres no han podido disfrutar de tiempo de ocio, que es el tiempo libre que queda cuando se han cubierto las obligaciones y que se dedica al desarrollo personal y al disfrute. (p. 23)

Las labores de la casa han sido representadas en mayor proporción por las mujeres, aquellas han sido las responsables por el bienestar de la familia y su desarrollo.

La medición de la dimensión poder interior está conformada por los siguientes indicadores:

- Autoestima. Aquella asume un rol destacado en el momento de emprender, esto permite afrontar los miedos y tomar retos que aparecen en el camino. Muchos de los emprendedores tuvieron en algún momento caídas en el camino, pero gracias a la autoestima pudieron salir adelante y tolerar sus fracasos.
- Autoconfianza. Creer en sus propias ideas, tener en cuenta sus opiniones y llevarlos a la acción siendo personas seguras y capaces de atraer más oportunidades, incrementando así sus posibilidades de éxito profesional y personal.
- Reconocimiento de méritos. Es importante reconocer los esfuerzos que se hace al momento de emprender. Iniciar un negocio no es fácil y sentirse orgullosos de nosotros mismos ayuda a generar una estabilidad emocional considerablemente.

## **B. Poder relacional.**

Naranjo (2018) menciona que es aquella fuerza en pasar del “yo” al “nosotras” la cual formen grupos de mujeres capaces de tomar protagonismo en sus reivindicaciones, creando una identidad colectiva. Por otro lado, Rowlands (1997) hace referencia que el poder relacionar puede: “Desarrollar la capacidad de negociar e influir en la naturaleza de una relación y decisiones tomadas dentro de ella” (p. 15).

En ese sentido, Schroder (2013) menciona:

Es la capacidad de transformar las relaciones para poder influenciar, negociar y tomar decisiones dentro de estas relaciones. Los cambios que se dan a nivel de relaciones cercanas son el incremento del control sobre las circunstancias personales, tales como ingresos, fecundidad, libertad de movimiento y libertad en el uso del tiempo. (p. 103)

Es aquel proceso donde una persona empoderada transmite a otra el sentirse valorada y respetada, asimismo, logra influenciar y tomar decisiones propias en las relaciones cercanas.

Respecto a la importancia del poder relacional. Naranjo (2018) menciona que permite compartir el poder y favorece el apoyo mutuo, es un poder creativo que abre posibilidades y acciones sin ser autoritario, lo cual proviene de un amplio rango de posibilidades y potencialidades humanas.

Schroder (2013) menciona que los factores que impulsan el poder relacional son los siguientes:

- Capacitaciones sobre género y los derechos. Aquellas capacitaciones buscan concientizar la lucha contra la desigualdad tanto social y cultural, lo que permite tener las oportunidades de cambiar la situación.

- Compartir problemas con otras mujeres. Intercambiar los problemas entre ellas permite empoderarse en las relaciones cercanas. Asimismo, las conversaciones son útiles, para abrirse y sentirse apoyadas, impulsándolas a salir adelante.
- Educación. Aquello les permite formarse y capacitarse. La educación ayuda a intercambiar ideas con otras personas, les ayuda a mejorar su autoconfianza.
- Apoyo del compañero. Existe menos complicaciones en las relaciones en el hogar si se presencia apoyo del esposo en las decisiones.
- Aportar al ingreso familiar. Poder aportar con ingresos propios les anima a tomar sus decisiones y les facilita mayor independencia de otras personas.

Por otro lado, respecto a los factores que impiden el poder relacional. Schroder (2013) menciona los siguientes:

- El machismo. Aquello es un factor donde las mujeres temen a sus esposos, creyendo que no tienen derecho o la potestad de participar en la toma de decisiones de sus familias.
- Expectativas culturales de la mujer. Son aquellas obligaciones, aceptaciones, limitaciones e intereses con el fin de explicar las conductas establecidas por la sociedad tanto para varones y mujeres.
- Dependencia. Poder depender económicamente de sus esposos obstaculiza a las mujeres en su empoderamiento.

La medición de la dimensión poder relacional está conformado por los siguientes indicadores:

- Interacción con las amistades. Si un emprendedor cuenta con personas en su círculo social que tengan experiencia hay que aprovecharlo.

- Interacción con la familia. El apoyo incondicional de los miembros del hogar es el principal motor que impulsa a las mujeres emprendedoras a seguir adelante y lograr los objetivos que en cierto modo beneficiaran a todos.
- Interacción laboral. Ello permite realizar alianzas estratégicas que posibilitan su participación en el mercado. Entablar redes de contacto permitiría ampliar los horizontes, entablar relaciones con otras empresas e impulsar proyectos que interesan a los clientes.

### **C. Poder colectivo.**

Naranjo (2018) menciona que el poder colectivo:

Es la capacidad para producir un efecto, para influir en el desarrollo de la realidad. Es la dimensión política del empoderamiento y significa una implicación activa de las mujeres en los ámbitos en los que se toman decisiones sobre ellas. Para que las mujeres participen en estos ámbitos primero han de reconocerse como titulares de derechos y como capaces de cambiar su entorno. (p. 174)

Rowlands (1997) indica que en el poder colectivo:

Las personas trabajan juntas para lograr un mayor gran impacto que cada uno podría haber tenido por sí solo. Esto incluye la participación en las estructuras políticas, pero también podría cubrir la acción colectiva basada en la cooperación más que en la competencia. (p. 15)

Se basa en poder influenciar en grupo la capacidad de participar y defender los derechos oprimidos, la dignidad del grupo y la participación colectiva de realizar cambios en beneficios de estos.

Respecto a la importancia del poder colectivo. Canaval (2017) menciona que la participación colectiva de las mujeres permite abogar y demandar mejores servicios

en el área de salud; asimismo tienen poder para presionar a los responsables de las instituciones para que sean escuchadas sus necesidades y sus requerimientos.

Respecto a los beneficios. Naranjo (2018) menciona que por medio del poder colectivo ha sido posible los movimientos sociales feministas capaces de poder expresar y reclamar el trato igualitario para ellas, como la reiniciación al voto, el derecho a propiedad privada, el derecho de acceso a la educación y a la salud.

Por otro lado, Schroder (2013) indica que los factores que impulsa el poder colectivo son los siguientes:

- Identificación de sus propias necesidades. Este factor promueve el intercambio de experiencias dentro del grupo de mujeres, lo cual posibilita reflexionar sobre problemáticas en común y las posibles soluciones.
- Recibir estímulo dentro de los grupos. El reconocimiento de los logros motivan a las mujeres a seguir adelante, les proporciona una alta autoestima y el sentido de poder hacer las cosas bien.
- Desarrollo del liderazgo. Contar con mujeres capaces de asumir algún cargo directivo garantiza la sobrevivencia del grupo a largo plazo, asimismo se debe promover el liderazgo o realizar programas de formación que contribuyan a un mejor manejo de la asociación.
- La autonomía. La dependencia de un grupo les favorece tener mayor desenvolvimiento y liderazgo sin requerir el apoyo de otras instituciones.
- Organización de actividades que generan ingresos. Aquellas actividades realizadas en grupo que promueven la autonomía económica, así como la ejecución de un proyecto que les genera ingresos, los motiva a seguir adelante.

Schroder (2013) muestra que los factores que impiden el poder colectivo son los siguientes:

- Machismo. Frecuentemente son sus conyugues quienes se oponen al desenvolviendo de sus esposas en el ámbito laboral obstruyendo así su desarrollo.
  - Cultura de asistencialismo. En ciertas ocasiones, las personas permiten que se les ayude siempre, pero no se proponen por conseguir sus propios recursos.
  - Falta de apoyo técnico. Muchas de las mujeres no cuentan con cierta formación técnica la cual impide que estas se desarrollen, asimismo las asociaciones de mujeres necesitan y dependen de instituciones que le faciliten el acceso a una asesoría externa.
  - Analfabetismo. Aquello es un limitante para el desarrollo personal y en forma grupal, impidiéndoles a participar activamente del grupo.
  - Poca participación de forma grupal. Se refleja en un porcentaje de mujeres, las cuales sienten que su aporte es no es tan importante en la toma de decisiones.
- Los indicadores de medición del poder colectivo están conformados por los

siguientes:

- Participación colectiva. Se refleja en el desempeño que tienen las mujeres al participar colectivamente con el propósito de proteger sus derechos, brindándoles afinidad grupal y así poder realizar cambios.
- Interacción grupal. Las opiniones de todo el grupo al momento de tomar decisiones son muy importante para la unidad. La interacción de todos demuestra la capacidad de trabajar en equipo en la búsqueda de un mismo objetivo.
- Dirección del grupo. Dirigir a un grupo a la meta es contar con una habilidad superior al resto, la cual lleva a que los individuos sean influidos en la forma de ser y de actuar.

### **2.3. Definición conceptual de la terminología empleada**

#### ***Emprendimiento***

Es la determinación de un individuo de poder ejercer una actividad que le ayude a generar ingresos o que pueda ejercitar una oportunidad en el mercado. Mayormente es para referirse a una persona que puso en desarrollo un negocio.

#### ***Empoderamiento de las mujeres***

Es aquel proceso por el cual las mujeres logran ser independientes, sentirse bien consigo misma, capaz de lograr sus metas y participar de un grupo para promover cambios que beneficien el ambiente donde viven.

#### ***Entorno emprendedor***

El entorno emprendedor hace referencia a las relaciones directa e indirecta del emprendedor, los cuales le permitan acceder a los medios posibles para el progreso de su negocio, así como la ayuda de redes para ponerlo en marcha.

#### ***Espíritu emprendedor***

Es aquella persona que tiene la capacidad de identificar oportunidades que están en su entorno, tiene habilidades de negociación, asimismo, utiliza su creatividad para darle valor a su negocio.

#### ***Poder colectivo***

Se basa en poder influenciar colectivamente con el propósito de proteger sus derechos oprimidos, la dignidad del grupo y la participación colectiva de realizar cambios en beneficios de estos.

#### ***Poder interior***

Es aquel proceso de cambio donde una persona toma confianza en sí misma, tiene autoestima alta, es capaz de asumir retos y afrontar un mundo de desigualdades tanto sociales como políticos.

***Poder relacional***

Es aquel proceso donde una persona empoderada trasmite a otra el sentirse valorada y respetada, asimismo, logra influenciar y tomar decisiones propias en las relaciones cercanas.

***Proceso emprendedor***

Es aquel proceso donde el emprendedor logra poder contar con los elementos necesarios para que su negocio pueda iniciar o desarrollarse.



**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

#### ***Tipo de investigación***

La investigación es de tipo básica puesto que su finalidad es buscar el avance científico en relación con el conocimiento de las variables. Ñaupas et al. (2018) define: “La investigación básica sirve de cimiento a la investigación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia” (p. 134).

El nivel de este estudio es alcance correlacional, ya que permite establecer el rango de agrupación entre el emprendimiento y el empoderamiento femenino, en tal sentido el saber cómo se desempeña una variable permite predecir el comportamiento de la otra variable. En relación con esto, Bilbao y Escobar (2020) menciona que el nivel correlacional: “Buscan medir el grado de relación y la forma como interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos” (p. 25).

La investigación presenta un enfoque cuantitativo, puesto que las hipótesis se miden de forma estadística y numérica lo que permite llegar a conclusiones generales. Referente a eso, Niño (2019) menciona: “La investigación cuantitativa tiene que ver con la cantidad y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general, busca medir variables con referencia a magnitudes” (p. 28).

#### ***Diseño de investigación***

El diseño de esta investigación es no experimental, dado que no implica la manipulación activa de las condiciones experimentales intencionalmente, es decir, no se manipulo ninguna variable referente al contexto de estudio. En ese sentido, Arias (2016) manifiesta que el diseño no experimental es:

Aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin

manipular o controlar variable alguna, es decir el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p. 31)

Asimismo, la investigación es de corte transversal porque analiza la información de las variables establecidas en un tiempo único y determinado. Al respecto, Arias (2016) menciona: “La información obtenida es válida solo para el periodo o momento en que fue recolectada, dado que, tanto las características y las opiniones, pueden variar en el tiempo” (p. 32).

### **3.2. Población y muestra**

#### ***Población***

La población está conformada por 30 emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial de Villa El Salvador. Al respecto, Niño (2019) menciona que la población esta: “Constituida por una totalidad de unidades, vale decir, por todos aquellos elementos (personas, animales, objetos, sucesos, fenómenos, etcétera) que pueden conformar el ámbito de una investigación” (p. 54).

#### ***Muestra***

López y Fachelli (2015) define que: “La cantidad de la muestra censal es igual a la población, de tal forma que esta clasificación se utiliza cuando la población es relativamente pequeña, es decir, la relación exhaustiva de cada unidad de la población” (p. 10). En ese sentido, el estudio no considera una muestra, es decir, se tomó en consideración a las emprendedoras que componen toda la población.

### **3.3. Hipótesis**

#### ***Hipótesis general***

Existe relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

### ***Hipótesis específicas***

Existe relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

Existe relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

Existe relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

### **3.4. Variables – Operacionalización**

Niño (2019) menciona que se entiende por variable: “Cada una de las características o propiedades del objeto estudiado en una investigación, las cuales pueden tomar diferentes valores” (p. 59).

#### ***Definición conceptual del emprendimiento***

Urbano y Toledano (2008) mencionan: “El emprendimiento, más allá de identificarse únicamente con la creación de una nueva empresa, supone la adopción de ciertas actitudes y comportamientos ante la vida profesional y personal” (p. 17).

#### ***Definición operacional del emprendimiento***

El emprendimiento es medido mediante tres dimensiones que son: el espíritu emprendedor, el proceso y el entorno emprendedor. Asimismo, está conformado por nueve indicadores, los cuales permiten la elaboración de un instrumento expresado en veintisiete ítems medidos en escala Likert.

**Tabla 1***Operacionalización de la variable emprendimiento*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Espíritu emprendedor	- Creatividad	1 al 9	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto: [39-43] Medio: [32-39> Bajo: [25-32>
	- Habilidades de negociación			
	- Búsqueda de oportunidades			
Proceso emprendedor	- Obtención de recursos	10 al 18	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto: [35-40] Medio: [28-35> Bajo: [22-28>
	- Ayuda de instituciones			
	- Búsqueda de conocimientos			
Entorno emprendedor	- Clientes	19 al 27	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto: [36-41] Medio: [30-36> Bajo: [26-30>
	- Proveedores			
	- Competencia			

***Definición conceptual del empoderamiento de las mujeres***

Naranjo (2018) menciona que el empoderamiento de las mujeres es: “Una evolución en la concienciación sobre sí mismas, su posición en la sociedad y su valor en las relaciones sociales” (p. 238).

***Definición operacional del empoderamiento de las mujeres***

El empoderamiento es medido en función de sus tres dimensiones que son el poder interior, el poder relacional y el poder colectivo. Asimismo, está conformado por nueve indicadores, los cuales permiten la elaboración de un instrumento expresados en veintisiete ítems medidos en escala Likert.

**Tabla 2***Operacionalización de la variable empoderamiento de las mujeres*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Poder interior	- Autoestima	1 al 9		Alto: [40-44]
	- Autoconfianza			Medio: [34-40>
	- Reconocimiento de méritos			Bajo: [27-34>
Poder relacional	- Interacción con amistades	10 al 18		Alto: [39-42]
	- Interacción familiar			Medio: [34-39>
	- Interacción laboral			Bajo: [29-34>
Poder colectivo	- Participación colectiva	19 al 27	1=Nunca	Alto: [37-41]
	- Interacción grupal		2=Casi nunca	
	- Dirección del grupo		3=A veces	
			4=Casi siempre	
			5= Siempre	Medio: [28-37>
				Bajo: [21-28>

### 3.5. Métodos y técnicas de investigación

#### ***Métodos de investigación***

El estudio se desarrolla con el método hipotético deductivo ya que toma el proceso de razonar científicamente, estableciendo una hipótesis de una idea tentativa de un fenómeno, lo cual se realizan experimentos que corroboren si la hipótesis planteada es verdadera o falsa problemática y si cumplen con la realidad. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) mencionan que el método hipotético deductivo se desarrolla: “A partir de determinados principios, teorías o leyes se derivan respuestas que explican el fenómeno y que vuelven a ser confirmadas en la práctica” (p. 95).

#### ***Técnica***

La encuesta es la técnica que ha sido tomada en este estudio donde permitió recolectar datos de la muestra siendo estas 30 emprendedoras. En ese sentido, Niño (2019) menciona que la encuesta es: “La técnica que permite la recolección de datos

que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias, entre otros aspectos” (p. 64).

### **3.6. Descripción de instrumentos utilizados**

Los instrumentos aplicados fueron dos cuestionarios que sirvieron para la recolección de información, uno para medir el emprendimiento y el otro para el empoderamiento femenino, aquellos instrumentos reúnen los requisitos de confiabilidad y validez, lo cual permiten la veracidad de la información otorgada por las 30 emprendedoras. Al respecto, Niño (2019) indica: “Los instrumentos tienen como función capturar los datos o la información requerida con el fin de verificar el logro de los objetivos de la investigación, medir las variables y validar la hipótesis, en caso de que se contemplen” (p. 89).

La confiabilidad del instrumento hace referencia al grado de precisión de la medida que se aplicara al mismo sujeto; siendo el coeficiente alfa de Cronbach el estadígrafo que determina la consistencia interna de dicho instrumento. Al respecto, Flores (2018) menciona: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (p. 50).

Por otro lado, la validez proporciona garantía que la medición de dicho instrumento es objetivo. En relación con ello, Niño (2019) indica: “La validez es una cualidad del instrumento según la cual este sirve para medir la variable que se busca medir y no otra, es decir, debe ser el instrumento preciso, el adecuado” (p. 89).

#### ***Instrumento I. Cuestionario de emprendimiento***

El cuestionario de emprendimiento tiene como finalidad identificar la percepción de las emprendedoras de cómo se desarrolla el emprendimiento, aquella

se mide en función de tres dimensiones las cuales son el espíritu emprendedor, proceso y entorno emprendedor. Asimismo, está conformada por nueve indicadores que fueron señalados en términos de veintisiete ítems.

**Tabla 3**

*Ficha técnica del cuestionario de emprendimiento*

Características	Descripción
Nombre	Cuestionario de emprendimiento
Autora	Geraldine Wendy Perez Ramos
Objetivo	Evaluación objetiva del emprendimiento de las mujeres fabricantes de calzado del Parque Industrial.
Ámbito de aplicación	Mujeres fabricantes de calzado.
Informadores	Mujeres fabricantes de calzado en el Parque Industrial.
Administración	Individual
Validación	Docentes de la Universidad Autónoma del Perú
Duración	15 minutos, aproximadamente
Significación	Evaluación objetiva del emprendimiento (Espíritu emprendedor, proceso y entorno emprendedor).
Finalidad	Identificar la percepción de la aplicación del emprendimiento desde el punto de vista de las emprendedoras fabricantes de calzado.
Puntos de corte	Puntuaciones estándar medidas en alto, medio y bajo considerando el $\pm 75\%$ de la desviación estándar de cada dimensión del emprendimiento.
Material	Hoja de aplicación y lapicero

### ***Instrumento II. Cuestionario de empoderamiento de las mujeres***

El cuestionario de empoderamiento tiene como finalidad identificar la percepción de las emprendedoras de cómo se desarrolla el empoderamiento, aquella se mide en función de tres dimensiones las cuales son el poder interior, el poder relacional y el poder colectivo. Asimismo, está conformada por nueve indicadores que fueron señalados en términos de veintisiete ítems.



**Tabla 4***Ficha técnica del cuestionario de empoderamiento de las mujeres*

Características	Descripción
Nombre	Cuestionario de empoderamiento de las mujeres
Autora	Geraldine Wendy Perez Ramos
Objetivo	Evaluación objetiva del empoderamiento de las mujeres fabricantes de calzado del Parque Industrial.
Ámbito de aplicación	Mujeres fabricantes de calzado.
Informadores	Mujeres fabricantes de calzado en el Parque Industrial.
Administración	Individual
Validación	Docentes de la Universidad Autónoma del Perú
Duración	15 minutos, aproximadamente
Significación	Evaluación objetiva del empoderamiento (Poder interior, poder relacional y poder colectivo).
Finalidad	Identificar la percepción de la aplicación del empoderamiento desde el punto de vista de las emprendedoras fabricantes de calzado.
Punto de corte	Puntuaciones estándar medidas en alto, medio y bajo considerando el $\pm 75\%$ de la desviación estándar de cada dimensión del empoderamiento.
Material	Hoja de aplicación y lapicero

**3.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos**

El análisis y la recolección de datos para este estudio se desarrollaron de la siguiente manera:

El primer paso consistió en la construcción de la base de datos en el programa SPSS Statistics, la cual ayudó para estimar la consistencia interna de los instrumentos empleados de ambas variables, empoderamiento y emprendimiento de las mujeres, gracias al estadístico alfa de Cronbach. Al respecto, Ruiz (2013) menciona que la confiabilidad: “Se refiere a la consistencia con que la prueba mide lo que pretende medir. El nivel de confiabilidad se expresa mediante un índice de correlación, el cual, a su vez, depende de la variación implícita entre las variables” (p. 235).

**Tabla 5***Escala de confiabilidad alfa de Cronbach*

Intervalos	Descripción
0,81 a 1	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

*Nota:* Ruiz, 2013, p. 100

El segundo paso consistió en el desarrollo de la estadística descriptiva para la obtención de gráficos en barras y tablas de frecuencia.

El tercer paso consistió en analizar la prueba de normalidad con muestra de estudio, se utilizó la prueba de Shapiro- Wilk con la finalidad de conocer si la prueba estadística a utilizar es paramétrica o no paramétrica. De acuerdo con Bernal (2014) menciona que: “La otra prueba que se utiliza para determinar la normalidad es la de Shapiro-Wilk que es una del más potente sobre todo en poblaciones pequeñas (...) si hay menos de 50 unidades de análisis” (pp. 19-20).

Por último, se desarrolló las pruebas inferenciales de las hipótesis con el coeficiente de correlación de R de Pearson.

**Tabla 6***Escala de correlación R de Pearson*

Intervalos	Descripción
1 a 0.8	Correlación positiva muy alta.
0.8 a 0.6	Correlación positiva alta
0.6 a 0.4	Correlación positiva media
0.4 a 0.2	Correlación positiva baja
0.2 a 0.0	Correlación positiva muy baja

*Nota:* Galindo, 2020, p. 91.

**CAPÍTULO IV**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS**

**RESULTADOS**

#### 4.1. Validación del instrumento

##### ***Validez del instrumento de emprendimiento***

El instrumento de emprendimiento fue sujeto a una validez de contenido, por medio de tres jueces, siendo expertos del tema y en lo metodológico. Aquellos brindaron la aprobación para su aplicabilidad en el recojo de datos. Los resultados de los expertos que validaron dicho instrumento son representados en la siguiente tabla:

**Tabla 7**

*Resultados de validación del cuestionario de emprendimiento*

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mg. Iván Javier Rivarola Ganoza	Aplicable
Mg. Rodolfo Zea Melodías	Aplicable

##### ***Validez del instrumento de empoderamiento de las mujeres***

El instrumento de empoderamiento de las mujeres fue sujeto a una validez de contenido, por medio de jueces expertos en la parte temática y metodológica. Estos jueces brindaron su aprobación para su aplicabilidad en el recojo de datos, los resultados de los expertos que validaron dicho instrumento son expresados en la siguiente tabla:

**Tabla 8**

*Resultados de validación del cuestionario de empoderamiento de las mujeres*

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe	Aplicable
Mg. Iván Javier Rivarola Ganoza	Aplicable
Mg. Rodolfo Zea Melodías	Aplicable

Aquellos resultados visualizados en la tabla 7 y 8, muestran que los instrumentos de emprendimiento y empoderamiento de las mujeres realmente miden las variables que tiene por finalidad medir.

#### 4.1.1. Análisis de fiabilidad

##### Fiabilidad del instrumento de emprendimiento.

El instrumento de emprendimiento presenta una consistencia interna muy alta lo cual se puede apreciar con el coeficiente de alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos mediante este análisis de confiabilidad son mostrados en la siguiente tabla:

**Tabla 9**

*Resultados de confiabilidad del instrumento de emprendimiento*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,881	27

Se puede visualizar en la tabla 9 que el resultado de consistencia interna para dicho instrumento es de 0.881. Este resultado muestra que su confiabilidad es muy alta. El resultado obtenido estima que el instrumento es aplicable para su ejecución.

El instrumento de esta variable es multidimensional, ya que es medida en función de sus dimensiones, por tal efecto es necesario examinar su consistencia interna de cada una de ellas.

**Tabla 10**

*Resultados de confiabilidad de las dimensiones del instrumento de emprendimiento*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
Espíritu emprendedor	,792	9
Proceso emprendedor	,774	9
Entorno emprendedor	,693	9

Se puede visualizar en la tabla 10, los resultados de consistencia interna de las dimensiones del cuestionario de emprendimiento. Respecto a la dimensión, espíritu emprendedor el coeficiente de alfa de Cronbach es de 0.792 la cual representa una confiabilidad alta, el proceso emprendedor arrojó un resultado el 0.774 mostrando una confiabilidad alta y, por último, el entorno emprendedor logró un 0.693 siendo una confiabilidad alta.

### Fiabilidad del instrumento de empoderamiento de las mujeres.

El instrumento de empoderamiento presenta una consistencia interna muy alta lo cual se puede apreciar con el coeficiente de alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos mediante este análisis de confiabilidad son mostrados en la siguiente tabla:

**Tabla 11**

*Resultados de confiabilidad del instrumento de empoderamiento de las mujeres*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,895	27

Se puede visualizar en la tabla 11 el resultado de consistencia interna para el instrumento de empoderamiento de las mujeres, siendo este un resultado de 0.895 siendo mayor a 0.81. Este resultado muestra una confiabilidad muy alta. Asimismo, el resultado obtenido estima que el instrumento es aplicable para la recolección de información.

**Tabla 12**

*Resultados de confiabilidad de las dimensiones del instrumento de empoderamiento de las mujeres*

Dimensiones	Alfa de Cronbach	N de elementos
Poder interior	,813	9
Poder relacional	,774	9
Poder colectivo	,852	9

Se puede visualizar en la tabla 12, los resultados de consistencia interna de las dimensiones del cuestionario de empoderamiento de las mujeres. Respecto a la dimensión poder interior presenta un coeficiente alfa de Cronbach de 0.813 la cual representa una confiabilidad muy alta, el poder relacional arrojó un resultado de 0.774 mostrando una confiabilidad alta y, por último, el poder colectivo logró un coeficiente alto de Cronbach de 0.852 siendo una confiabilidad muy alta.

## 4.2. Resultados descriptivos de las variables

### *Resultados descriptivos de la variable emprendimiento*

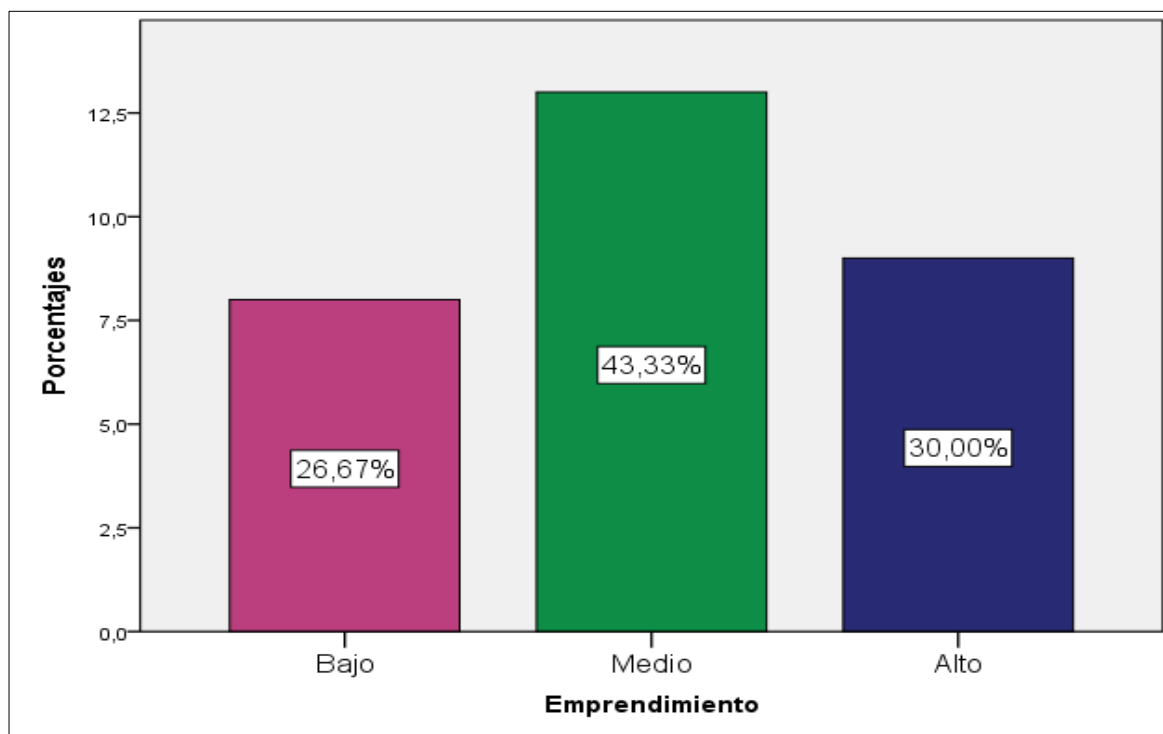
**Tabla 13**

*Análisis descriptivo de la variable emprendimiento*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	8	26,7
Medio	13	43,3
Alto	9	30,0
Total	30	100,0

**Figura 3**

*Análisis descriptivo de la variable emprendimiento*



Se visualiza en la tabla 13 y figura 3, que el 43,33% de los encuestados consideran que su emprendimiento está en un nivel medio, el 30% en un nivel alto y el 26,67% en un nivel bajo. Esto manifiesta que la mayoría de ellas tiene deficiencias en cuanto a sus habilidades creativas y de negociación, asimismo el bajo interés en capacitarse y estar en un entorno con mucha rivalidad y baja interacción, lo cual impide desarrollar el emprendimiento de forma oportuna.

## Resultados descriptivos de la variable empoderamiento de las mujeres

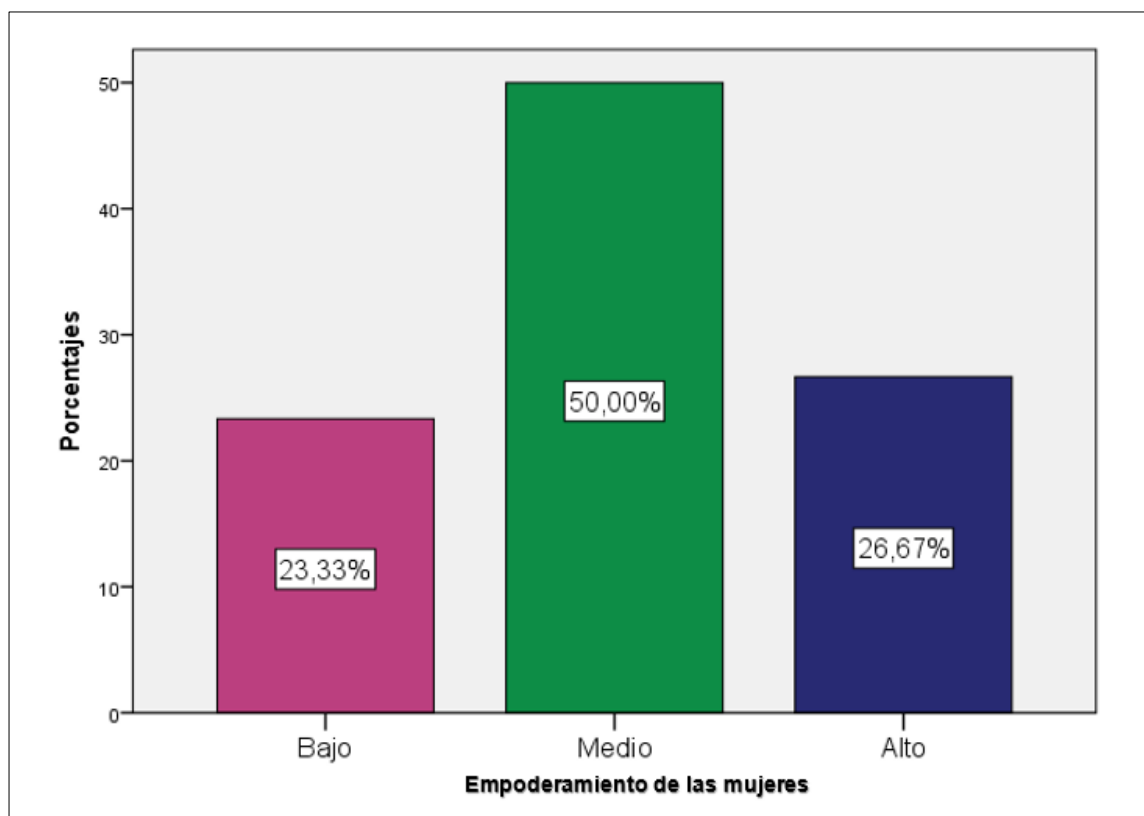
**Tabla 14**

*Análisis descriptivo de la variable empoderamiento de las mujeres*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	7	23,3
Medio	15	50,0
Alto	8	26,7
Total	30	100,0

**Figura 4**

*Análisis descriptivo de la variable empoderamiento de las mujeres*



Se visualiza en la tabla 14 y figura 4, que el 50% de los encuestados consideran que su empoderamiento está en un nivel medio, el 26,67% un nivel alto y el 23,33% en un nivel bajo. Esto hace notar que la mayoría presenta desconfianza en sí mismas, al no poder asumir una responsabilidad y ser partícipe de un grupo, así como la baja interacción con sus familiares y amigos, impidiéndoles poder expresar sus ideas y emociones.



### 4.3. Resultados descriptivos de las dimensiones

#### *Resultados descriptivos de las dimensiones del emprendimiento*

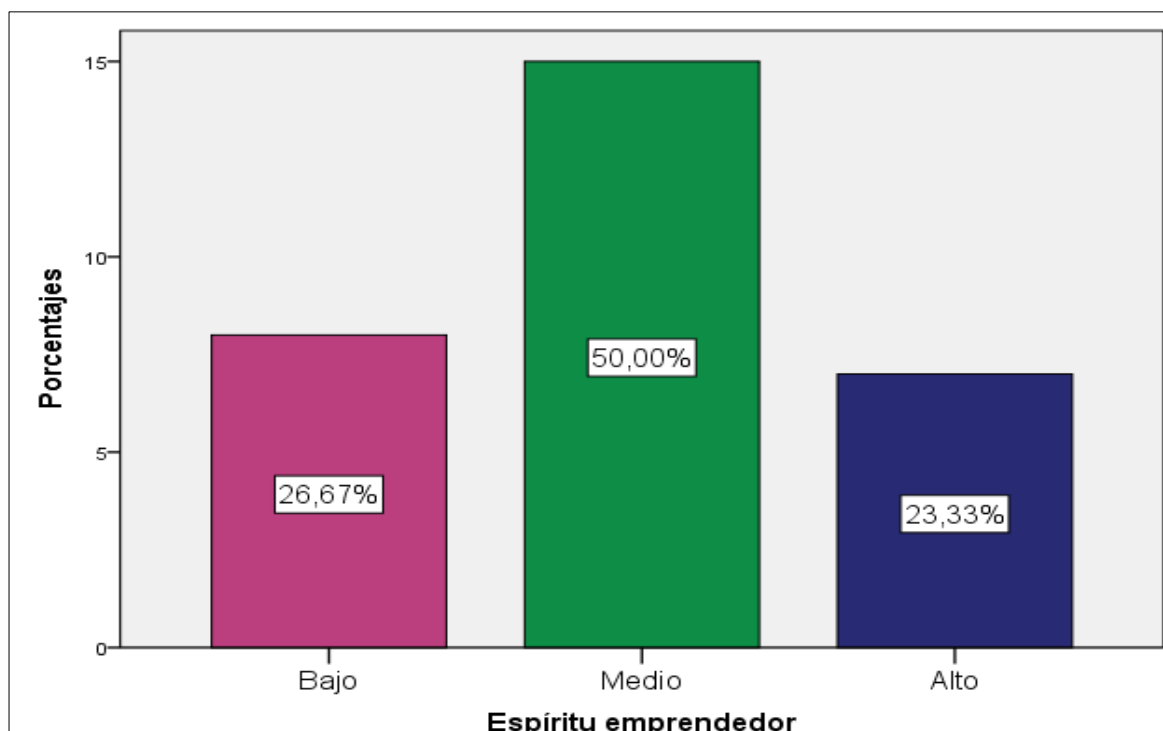
**Tabla 15**

*Análisis descriptivo de la dimensión espíritu emprendedor*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	8	26,7
Medio	15	50,0
Alto	7	23,3
Total	30	100,0

**Figura 5**

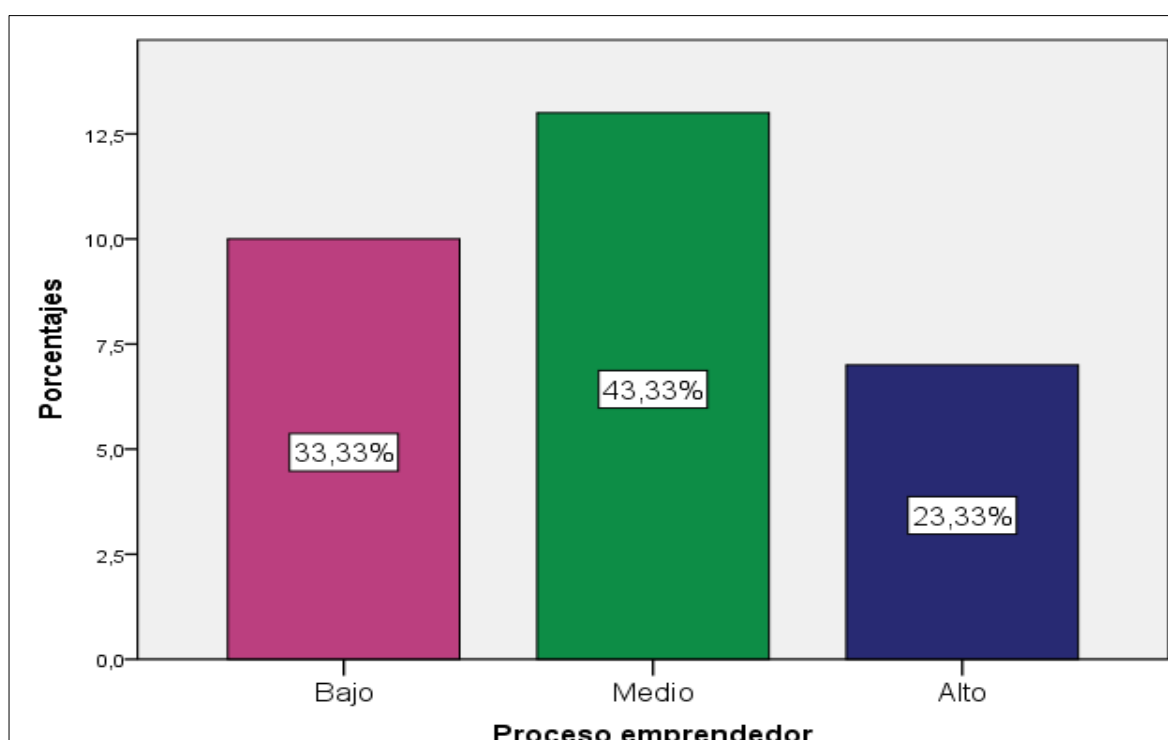
*Análisis descriptivo de la dimensión espíritu emprendedor*



Se observa en la tabla 15 y figura 5, que el 50% de los encuestados consideran que su espíritu emprendedor está en un nivel medio, el 26,67% en un nivel bajo y el 23,33% en un nivel alto. Podemos ver que la mayoría prefiere copiar de revistas sus modelos de zapatos, la habilidad de negociación aun es baja y existe bajo interés en buscar oportunidades para el desarrollo de su negocio, puesto que muchas veces sus decisiones no han sido acertadas y tienen temor de fracasar.

**Tabla 16***Análisis descriptivo de la dimensión proceso emprendedor*

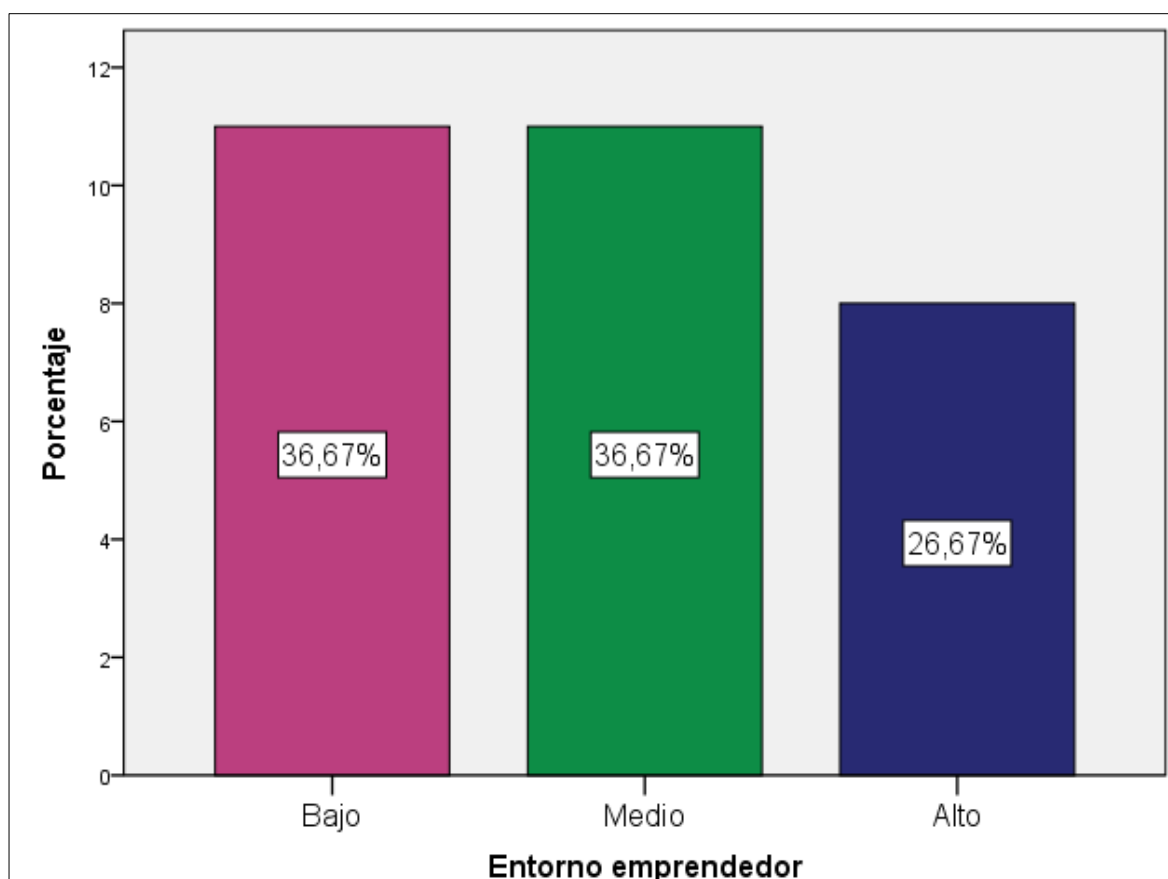
	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	10	33,3
Medio	13	43,3
Alto	7	23,3
Total	30	100,0

**Figura 6***Análisis descriptivo de la dimensión proceso emprendedor*

Se visualiza en la tabla 16 y figura 6, que el 43,33% de los encuestados consideran que el proceso emprendedor está en un nivel medio, el 33,33% en un nivel bajo y el 23,33% en un nivel alto. Esto evidencia que un gran porcentaje presenta problemas por encontrar los materiales y equipos necesarios para la elaboración de su producto, asimismo las instituciones gubernamentales y la municipalidad de Villa El Salvador no les brindan ningún tipo de beneficio para el desarrollo de sus negocios o en la facilidad con trámites administrativos, además de presentar bajo interés en capacitarse.

**Tabla 17***Análisis descriptivo de la dimensión entorno emprendedor*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	11	36,7
Medio	11	36,7
Alto	8	26,7
Total	30	100,0

**Figura 7***Análisis descriptivo de la dimensión entorno emprendedor*

Se observa en la tabla 17 y figura 7, que el 36,67% de los encuestados consideran que el proceso emprendedor está en un nivel medio, 36,67% en un nivel bajo y el 26,67% un nivel alto. Esto evidencia que a la mayoría de las emprendedoras le cuesta identificar las necesidades del cliente, trabajan en un entorno con mucha rivalidad e indiferencia, asimismo los proveedores les exigen los pagos puntuales para la negociación de los insumos.

## **Resultados descriptivos de las dimensiones del empoderamiento de las mujeres**

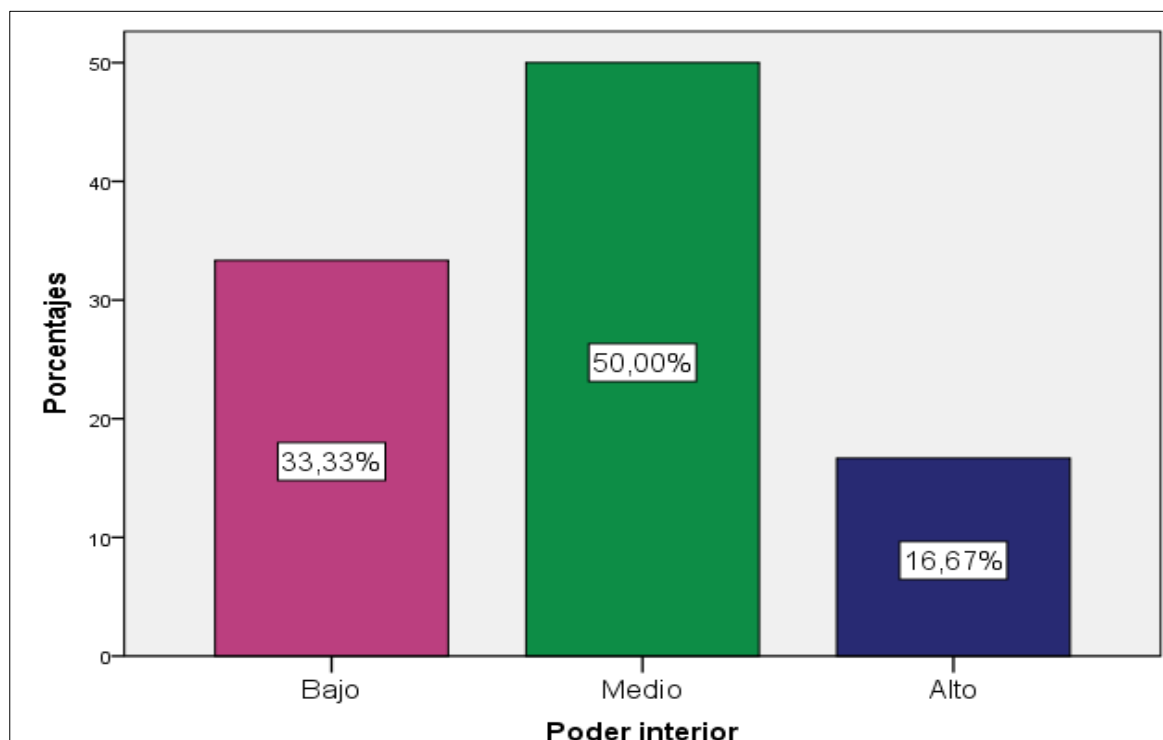
**Tabla 18**

*Análisis descriptivo de la dimensión poder interior*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	10	33,3
Medio	15	50,0
Alto	5	16,7
Total	30	100,0

**Figura 8**

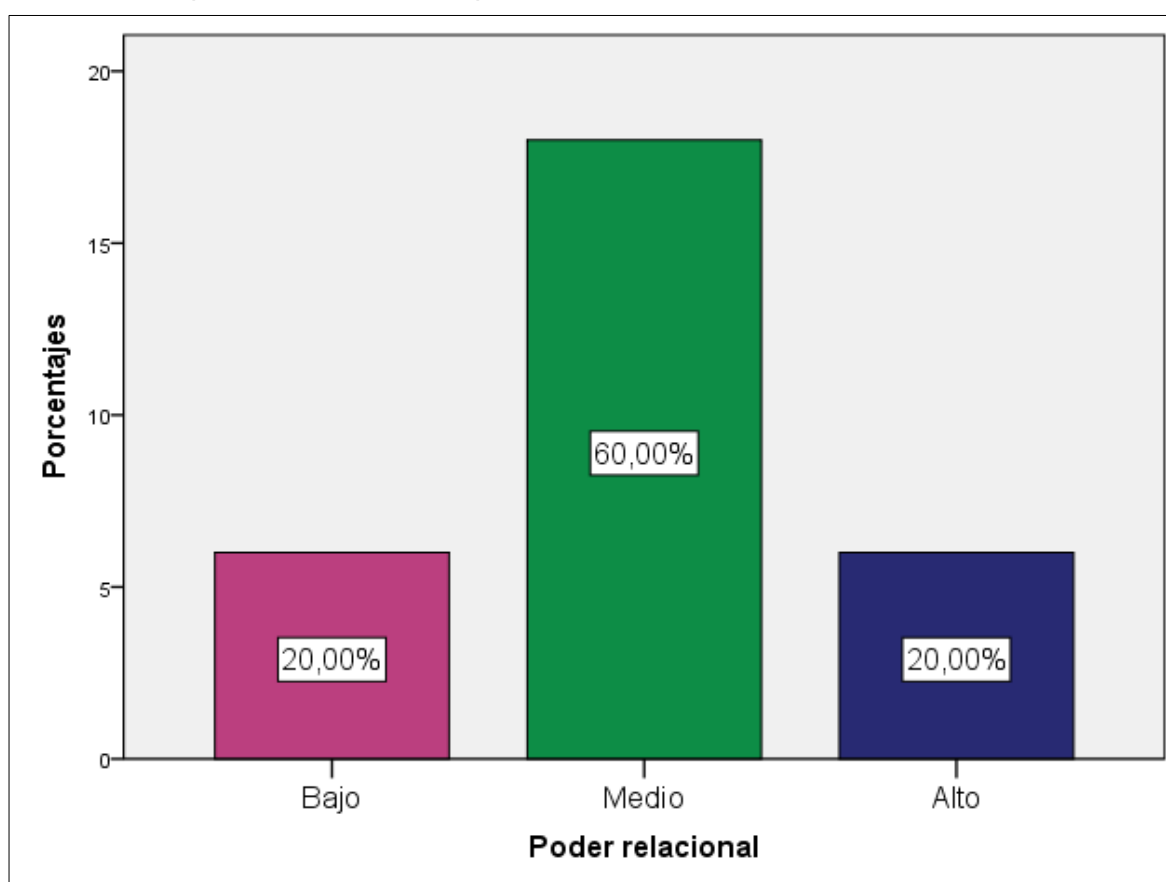
*Análisis descriptivo de la dimensión poder interior*



Se visualiza en la tabla 18 y figura 8, que el 50% de los encuestados consideran que su poder interior está en un nivel medio, el 33,33% un nivel bajo y el 16,67% lo un nivel alto. Aquello pone en evidencia que las emprendedoras tienen desconfianza en asumir retos, les cuesta admitir sus errores con facilidad; por consiguiente, muestran inseguridad en continuar con sus negocios tras la poca afluencia de clientes en la zona.

**Tabla 19***Análisis descriptivo de la dimensión poder relacional*

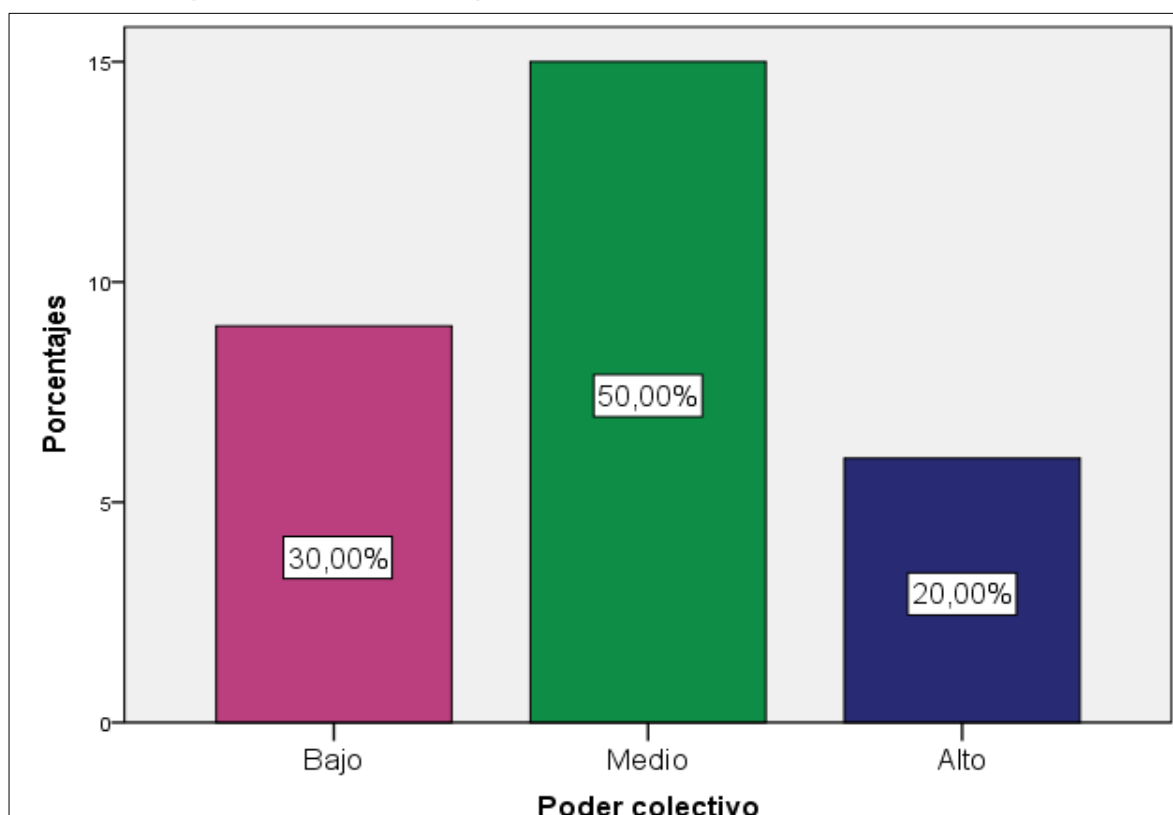
	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	6	20,0
Medio	18	60,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

**Figura 9***Análisis descriptivo de la dimensión poder relacional*

Se visualiza en la tabla 19 y figura 9, que el 60% de los encuestados consideran que su poder relacional está en un nivel medio, el 20% nivel alto y el 20% en un nivel bajo. Esto manifiesta que la mayoría de las emprendedoras presentan una baja interacción con su entorno social por estar dedicadas en realizar actividades correspondientes a sus negocios, asimismo les resulta complicado poder organizar y distribuir su tiempo en el cuidado de sus hijos o en algunas reuniones escolares.

**Tabla 20***Análisis descriptivo de la dimensión poder colectivo*

	Emprendedoras	Porcentajes
Bajo	9	30,0
Medio	15	50,0
Alto	6	20,0
Total	30	100,0

**Figura 10***Análisis descriptivo de la dimensión poder colectivo*

Se visualiza en la tabla 20 y figura 10, que el 50% de los encuestados considera que su poder colectivo está en un nivel medio, el 30% en un nivel bajo y el 20% en un nivel alto. Aquello prueba que la mayoría emprendedoras tienen dificultades en poder asumir un cargo o ser responsable de una actividad, pues están poco interesadas en participar o apoyar en estas actividades como ferias o campañas donde se pueda atraer más público en esta zona, asimismo no contribuyen con la integración y unión del grupo de emprendedoras.

#### 4.4. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

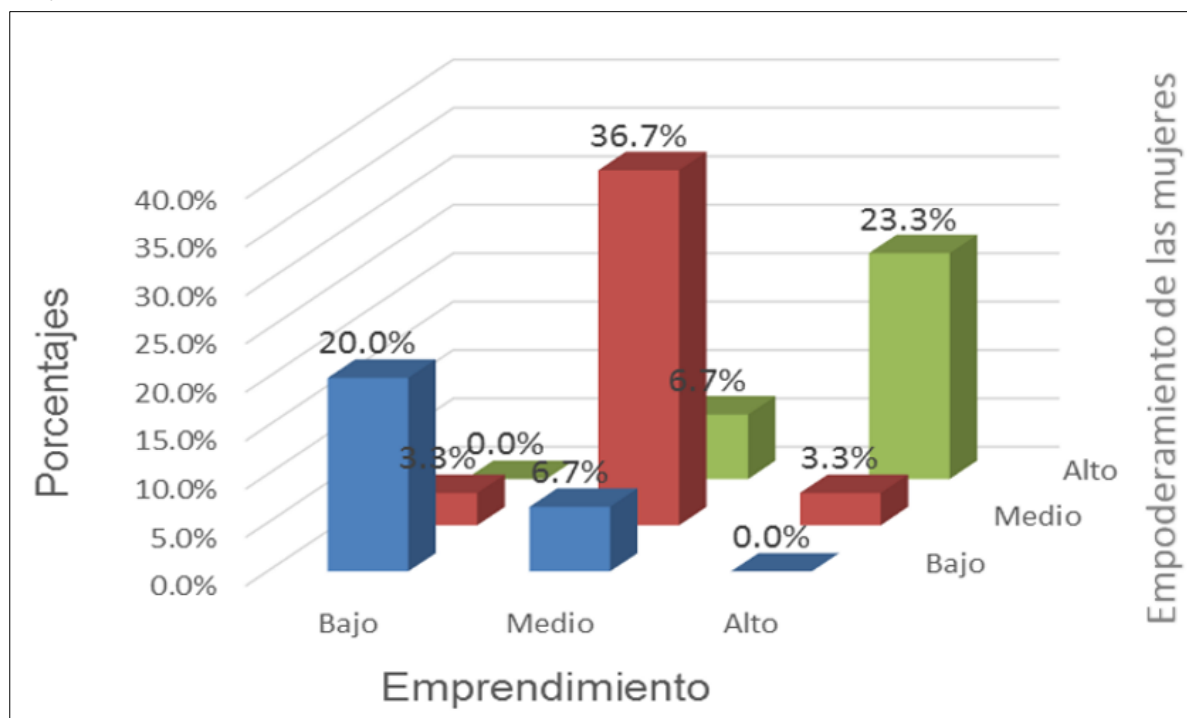
**Tabla 21**

*Análisis descriptivo de la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres*

Emprendimiento	Empoderamiento de las mujeres						Total	
	Bajo		Medio		Alto		fi	%
	fi	%	fi	%	fi	%		
Bajo	6	20.0%	2	6.7%	0	0.0%	8	26.7%
Medio	1	3.3%	11	36.7%	1	3.3%	13	43.3%
Alto	0	0.0%	2	6.7%	7	23.3%	9	30.0%
Total	7	23.3%	15	50.0%	8	26.7%	30	100.0%

**Figura 11**

*Análisis descriptivo de la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres*



En la tabla 21 y figura 11, se aprecia que el 20% de las emprendedoras encuestadas consideran que la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres está en un nivel bajo, el 36.7% de ellas lo perciben como medio y un

23.3% aseguran que esta relación es alta. Es decir, se evidencia una relación positiva directa entre ambas variables de estudio, la cual ayuda a verificar la prueba de hipótesis planteada.

#### 4.5. Prueba de normalidad para la variable de estudio

H<sub>0</sub>. La variable empoderamiento de las mujeres presenta una distribución normal.

H<sub>a</sub>. La variable empoderamiento de las mujeres no presenta una distribución normal.

**Tabla 22**

*Resultados de la prueba de normalidad del empoderamiento de las mujeres*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Empoderamiento de las mujeres	,952	30	,188

a. Corrección de significación de Lilliefors

La tabla 22 presenta los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk donde se observa que la distribución de los puntajes de la variable empoderamiento de las mujeres se aproxima a una distribución normal, puesto que el valor de significancia es de 0,188. Este resultado permite rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula, por este motivo, la variable empoderamiento muestra una distribución normal y para la prueba de hipótesis se aplicó el coeficiente de R de Pearson.

#### 4.6. Procedimientos correlacionales

##### ***Contraste de hipótesis general***

H<sub>0</sub>. No existe relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

H<sub>a</sub>. Existe relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.



**Tabla 23**

*Resultado de correlación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres*

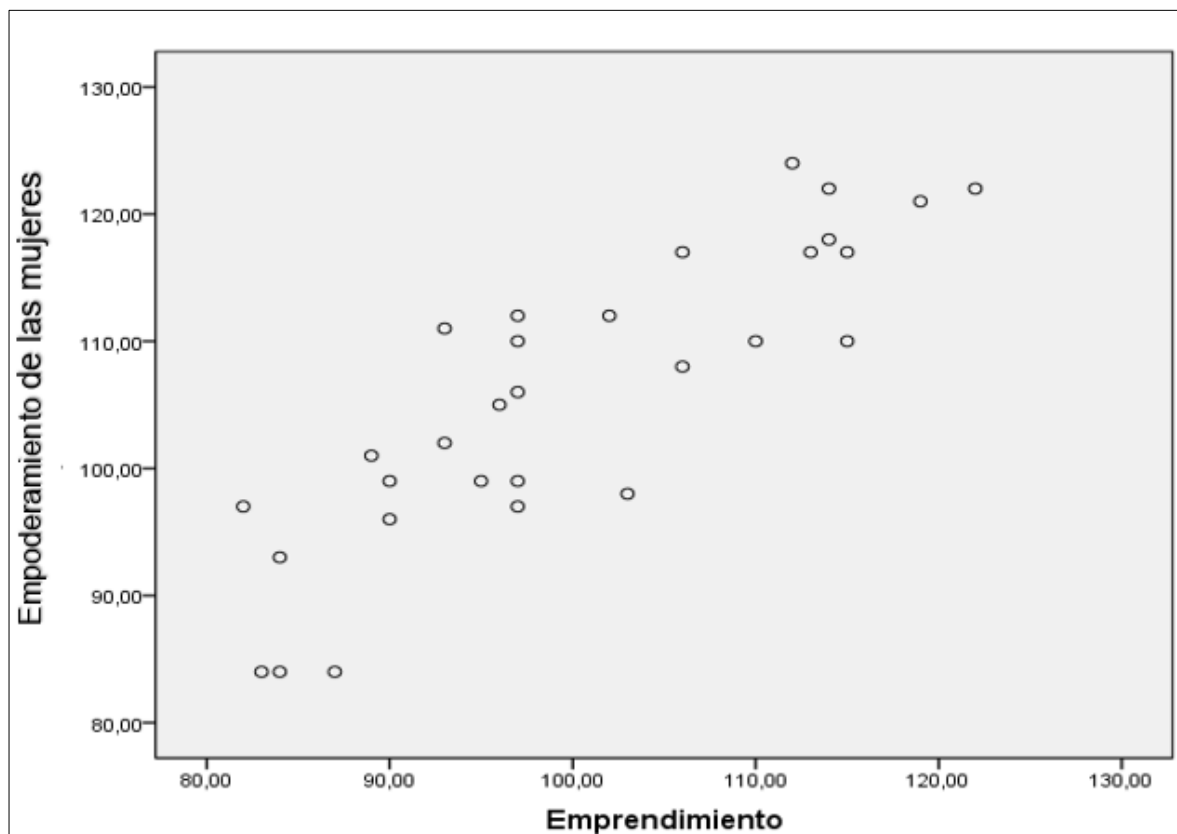
		Empoderamiento de las mujeres
	Correlación de Pearson	,862**
Emprendimiento	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 23, se presenta el nivel de correlación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres mediante el estadístico de Pearson. En ella se observa un coeficiente de correlación de 0.862 y un valor de significancia de 0,000, aspecto que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; así como mencionar que existe una correlación positiva muy alta entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres.

**Figura 12**

*Gráfico de dispersión de las variables emprendimiento y empoderamiento de las mujeres*



Los resultados de dispersión entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres se muestran en la figura 12, en ella se observa la presencia de una relación positiva y directa entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres. Por lo tanto, en la medida que los puntajes de medición del emprendimiento sean mayores entonces mayores serán los puntajes del empoderamiento de las mujeres de acuerdo con los resultados obtenidos en las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador durante el año 2020.

### ***Contrastación de hipótesis específica 1***

H<sub>0</sub>. No existe relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

H<sub>1</sub>. Existe relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

**Tabla 24**

*Resultados de correlación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres*

		Empoderamiento de las mujeres
Espíritu emprendedor	Correlación de Pearson	,821**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 24, se presenta el nivel de correlación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres mediante el estadístico de Pearson. En ella se observa un coeficiente de correlación de 0.821 y un valor de significancia de 0,000, aspecto que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; así como mencionar que existe una correlación positiva muy alta entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres.

### ***Contrastación de hipótesis específica 2***

H<sub>0</sub>. No existe relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020.

H<sub>2</sub>. Existe relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

**Tabla 25**

*Resultados de correlación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres*

		Empoderamiento de las mujeres
Proceso emprendedor	Correlación de Pearson	,726**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 25, se presenta el nivel de correlación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres mediante el estadístico de Pearson. En ella se observa un coeficiente de correlación de 0.726 y un valor de significancia de 0,000, aspecto que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; así como mencionar que existe una correlación positiva alta entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres.

### ***Contrastación de hipótesis específica 3***

H<sub>0</sub>. No existe relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

H<sub>3</sub>. Existe relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.

**Tabla 26***Resultados de correlación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres*

		Empoderamiento de las mujeres
Entorno emprendedor	Correlación de Pearson	,641**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	30

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 26, se presenta el nivel de correlación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres mediante el estadístico de Pearson. En ella se observa un coeficiente de correlación de 0.641 y un valor de significancia de 0,000, aspecto que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; así como mencionar que existe una correlación positiva alta entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres.

**CAPÍTULO V**  
**DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**

## 5.1. Discusiones

Este estudio analizó las variables emprendimiento y empoderamiento de las mujeres con el propósito de conocer la relación entre ambas, ya que se evidenciaron un bajo nivel de desarrollo en las emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial de Villa El Salvador. Sin embargo, para esto se requirió de la aplicación de instrumentos con un alto nivel de confiabilidad y validez. Respecto al resultado del cuestionario de emprendimiento se logró alcanzar un valor de alfa de Cronbach de 0,881 mientras que el cuestionario de empoderamiento se logró alcanzar con un valor de alfa de Cronbach de 0,895 siendo ambos mayores a 0,61, probando así ser altamente confiables para la toma de información de la muestra.

En relación con los resultados alcanzados en la contrastación de la hipótesis general mediante el estadístico de correlación R de Pearson, existe una correlación positiva muy alta ( $r= 0,862$ ) entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres. Estos resultados se asemejan a los de Ninatanta (2018) en su tesis *Emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*, quien concluye que el emprendimiento y el empoderamiento presentan una correlación positiva fuerte demostrado con un coeficiente Rho de Spearman de 0,683. Aquello estaría indicando que las deficiencias en el desarrollo del emprendimiento guardan relación directa con el empoderamiento de las mujeres, por lo que llevaría a una baja confianza en asumir retos y oportunidades de expansión para el negocio, así como abstenerse en poder ser partícipe de un grupo de emprendedoras donde puedan expresar ideas y experiencias para la unidad. En este sentido, la estrategia debe partir de los factores débiles e ineficientes tanto en su emprendimiento y empoderamiento, para así obtener resultados que les ayude a mejorar su situación.

En relación con los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 1 mediante el estadístico de correlación de R de Pearson, se demostró que existe una correlación positiva muy alta ( $r=0,821$ ) entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento. Dichos resultados concuerdan con los obtenidos por Ninatanta (2018) en su tesis *Emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*, quien concluyó que el espíritu emprendedor y el empoderamiento presenta una correlación positiva fuerte con coeficiente de Rho de Spearman de 0,825. Se puede indicar que el desarrollo de su creatividad para la elaboración en los diseños de los zapatos, la habilidad de negociación con el entorno la cual ayude a ingresar a mejores mercados y la búsqueda de oportunidades para el desarrollo y crecimiento de sus negocios logran elevar el empoderamiento de las mujeres emprendedoras. En este sentido, se busca estrategias relacionadas al desarrollo de las habilidades para mejorar su creatividad, las aptitudes de negociación y la búsqueda permanente de las oportunidades.

En relación con los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 2 mediante el estadístico de correlación de R de Pearson, existe una correlación positiva alta ( $r= ,726$ ) entre el proceso emprendedor y el empoderamiento. Dichos resultados difieren con los obtenidos por Ninatanta (2018) en su tesis *Emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*, quien concluyó que el proceso emprendedor y el empoderamiento presenta una correlación positiva fuerte con coeficiente de Rho de Spearman (0,570). Se puede señalar que los resultados obtenidos de la dimensión proceso emprendedor para las emprendedoras del calzado en el Parque Industrial no ha sido muy relevante a comparación con las emprendedoras del Centro Cívico; sin embargo, se puede mencionar que el desarrollo de búsqueda de conocimiento para

la gestión de sus negocios, la ayuda de instituciones gubernamentales en este sector y la rápida obtención de los recursos necesarios para el producto logran elevar el empoderamiento de las mujeres emprendedoras. En este sentido, se debe buscar estrategias relacionado al acceso y control de los recursos indispensables, así como la importancia del crédito que permite el crecimiento del negocio y la búsqueda del conocimiento para una buena gestión del emprendimiento.

En relación con los resultados obtenidos en la contrastación de la hipótesis específica 3 mediante el estadístico de correlación de R de Pearson se demostró que existe una correlación positiva alta ( $r=0,641$ ) entre el entorno emprendedor y el empoderamiento. Dichos resultados difieren con los obtenidos por Ninatanta (2018) en su tesis *Emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018*, quien concluye que el entorno emprendedor y el empoderamiento presenta una correlación positiva fuerte con coeficiente de Rho de Spearman de 0,596. En ese sentido, se puede mencionar que los resultados obtenidos de la dimensión entorno emprendedor para las emprendedoras del calzado en el Parque Industrial no ha sido muy importante a comparación con las emprendedoras del Centro Cívico, sin embargo, se puede mencionar que a medida que mejore la relación con la competencia y sus proveedores, así como la rápida identificación de las necesidades de los clientes mejora el empoderamiento de las emprendedoras. En este sentido, se debe buscar estrategias relacionadas a la identificación y buena relación con el entorno las cuales, permitan conocer nuevas redes, oportunidades y sinergia a favor de los interés y beneficios económicos.

Estos resultados alcanzados fueron positivos, ya que se demuestra la relación entre las variables de estudio. Además, se halló que el empoderamiento tiene una



relación positiva muy alta entre el espíritu emprendedor como la creatividad, habilidades de negociación y la búsqueda de oportunidades. Por otro lado, se encontró que el proceso y el entorno emprendedor tienen una relación positiva alta con el empoderamiento.

## 5.2. Conclusiones

Primero. Referente al cumplimiento del objetivo general, se concluye que existe una correlación positiva muy alta ( $r= 0,862$ ) entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador, con un nivel de significancia de 0,000. Es decir, cuando las emprendedoras mejoren su empoderamiento como una alta autoestima, autoconfianza en asumir retos, una mejora en la interacción con el entorno y una mayor participación colectiva entre el grupo de emprendedoras entonces el desarrollo de su emprendimiento será adecuado.

Segundo. Referente al cumplimiento del objetivo específico 1, se concluye que existe una correlación positiva muy alta ( $r= 0,821$ ) entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador con un nivel de significancia de 0,000. Es decir, en la medida que las mujeres emprendedoras mejoren su espíritu emprendedor como la creatividad en realizar diseños propios, la búsqueda de las oportunidades y la habilidad de negociación, esto permitirá que su empoderamiento se desarrolle de una manera adecuada.

Tercero. Referente al cumplimiento del objetivo específico 2, se concluye que existe una correlación positiva alta ( $r=0,726$ ) entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador con un nivel de significancia de 0,000. Es decir, en la

medida que las mujeres emprendedoras mejoren en el proceso emprendedor, como asociándose a la búsqueda de algún tipo de capacitación, así como poseer las instalaciones adecuadas y los recursos esenciales para la elaboración del calzado, su empoderamiento se desarrollará de una manera apropiada.

Cuarto. Referente al cumplimiento del objetivo específico 3, se concluye que existe una correlación positiva alta ( $r= 0,641$ ) entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador con un nivel de significancia de 0,000. Es decir, cuando las emprendedoras mejoren su entorno emprendedor, como la buena identificación de las necesidades del cliente, la interacción con sus proveedores con la negociación de los insumos y una buena relación con su competencia, su empoderamiento se desarrollará de una manera adecuada.

### **5.3. Recomendaciones**

En relación con la conclusión general, se recomienda a las emprendedoras de calzado del Parque Industrial mejorar su empoderamiento a través de un plan de capacitación en gestión de emprendimiento con el objetivo de iniciar acciones que permitan mejorar su espíritu, proceso y entorno emprendedor por medios de información y conocimientos como apoyo para su desarrollo, puesto que se confirmó la relación entre ambas variables. Las actividades para esta recomendación son las que se detallan a continuación:

- Convocar y sensibilizar a las emprendedoras para un mejor desarrollo de su emprendimiento y empoderamiento.
- Realizar un diagnóstico sobre sus fortalezas, logros y dificultades de cada emprendedora para conocer el estado actual en su empoderamiento.

- Establecer estrategias de negocio para fortalecer y conocer las deficiencias que existe en su emprendimiento.
- Capacitar sobre la importancia de formar parte de un grupo de emprendedoras donde exista intercambios de opiniones, ideas y experiencia para la unidad del grupo.
- Establecer un cronograma de actividades que determine el tiempo de ejecución de cada una de las tareas a realizar asignando fechas señaladas.

En relación con la conclusión específica 1, se recomienda a las emprendedoras de calzado del Parque Industrial desarrollar la dimensión espíritu emprendedor, mediante tácticas relacionadas al tema de desarrollo de habilidades emprendedoras para mejorar la creatividad, las habilidades de negociación y la búsqueda permanente de las oportunidades en el entorno, a fin de elevar el empoderamiento. Para ello, se hará uso de herramientas de formación, como el cuadro de análisis FODA personal y del negocio, la creación de un mural de generación de ideas y realizar de forma grupal del brainstorming. Las actividades para esta recomendación son las que se detallan a continuación:

- Capacitar a las emprendedoras para el desarrollo de habilidades y estimulen actitudes creativas de forma individual y grupal, como darles a conocer las nuevas tendencias de la moda en calzado, los colores más llamativos y las preferencias en el material, de esta manera, se pueda analizar aquellas barreras que impiden su creatividad; lograr superarlos y desarrollar esa capacidad que ellas poseen.
- Enfatizar sobre la atención que se debe tomar al entorno, mercado y las nuevas tendencias en el rubro de calzado, con el fin de poder ampliar las oportunidades del negocio y asumir retos que les conduzcan a sus objetivos.

En relación con la conclusión específica 2, se recomienda a las emprendedoras de calzado del Parque Industrial desarrollar la dimensión proceso emprendedor, mediante tácticas relacionado al acceso, uso y control de recursos para la obtención rápida de los recursos esenciales, así como la importancia de un crédito para el crecimiento de sus negocios y la búsqueda de conocimientos con el fin de mejorar su empoderamiento. Para ello, se hará uso de herramientas de formación, como una tabla específica de gastos e ingresos donde la capacitadora les brinda un caso práctico, asimismo una tabla de inventarios de los recursos indispensables como los materiales, humanos y financieros, por último, la herramienta de contabilidad básica como cuaderno el diario de Cuentas, control de Inventarios y cuaderno de control de crédito. Las actividades para esta recomendación son las que se detallan a continuación:

- Capacitar sobre la importancia de la buena toma de decisiones tales como el lanzamiento de una nueva línea de temporada en calzado y el uso adecuado de los recursos necesarios para elaborarlos, tales como los humanos, materiales, financieros, entre otros.
- Enfatizar la gran ayuda que puede representar el crédito para el crecimiento y mejora de las condiciones de su negocio tales como el alquiler o compra de tiendas, así como la modernización de máquinas en el taller de producción.
- Enfatizar sobre la constante la búsqueda de conocimiento mediante capacitaciones o asesorías que les permitan desarrollarse, conocerse y adaptarse a un mercado dinámico como es el rubro de calzado.

En relación con la conclusión específica 2, se recomienda a las emprendedoras de calzado del Parque Industrial desarrollar la dimensión entorno emprendedor, mediante estrategias relacionadas a la buena relación con el entorno donde logren

identificar las necesidades de los clientes, aspectos importantes para una buena relación con tus proveedores y la competencia con el fin de mejorar su empoderamiento. Para ello, se hará uso de herramientas de formación, como el cuadro de identificación del mercado meta, el cuadro de identificación de las 4P y la competencia en base a dinámicas grupales. Las actividades para esta recomendación son las que se detallan a continuación:

- Capacitar sobre la importancia de las alianzas, siendo una oportunidad de sumar esfuerzos para gestionar mejor los recursos, disminuir costos, ingreso a mercados nuevos y comercializar sus productos de manera eficiente.
- Enfatizar sobre la importancia de realizar eventos y ferias en el rubro de calzado, para la promoción y el conocimiento de sus productos la cual fortalece al grupo de mujeres emprendedoras elevando su empoderamiento de manera colectiva.
- Conocer las 4P tales como el producto, precio, plaza y promoción, siendo elementos básicos del mercado con una mirada de evaluación a tu modelo de negocio.

## **REFERENCIAS**

- Andrades, N., Palacios, A. y Blanco, A. (2019). Empoderamiento femenino e igualdad de género en las organizaciones. *Open Access* 9(1), 140-148. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3809/4293>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación* (7ª ed.). Episteme.
- Bernal, C. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Pearson.
- Biewener, C. y Bacqué, M. (2016). El empoderamiento. Una acción progresiva que ha revolucionado la política y la sociedad. *Cuadernos de trabajo social*, 31(1), 259 – 260. <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/view/57350>
- Bilbao, J. y Escobar, P. (2020). *Investigación y educación superior*. Universidad Metropolitana.
- Canaval, G. (2017). *Salud de la mujer*. Morata.
- Cano, J. (2016). *Emprendedores: La aventura de crear tu propio camino* (2ª ed.). Campus Academy.
- Cerdán, R. y Sarmiento, S. (2020). *Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio Institucional USMP. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/8726>
- Chávez, M. (2018). *El contexto social en el desarrollo del espíritu emprendedor y su incidencia en el empoderamiento de la mujer en el distrito metropolitano de Quito* [Tesis de maestría, Universidad Internacional SEK]. Repositorio Institucional Uisek. <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2766>
- Citecall (2019, setiembre). *Mujeres que lideran mipymes de calzado y conexas comparten su experiencia*. Citeccal Perú. <https://citeccal.itp.gob.pe/mujeres-que-lideran-mipymes-de-calzado-y-conexas-comparten-su-experiencia-de-trabajo-con-el-citeccal-lima/>

- Diario Uno. (2019, 18 de setiembre). 1,3 millones de MYPES lideradas por mujeres y cifra va en aumento. *Diario Uno*. <https://diariouno.pe/1-3-millones-de-MYPES-lideradas-por-mujeres-y-cifra-va-en-aumento/>
- Boleo (2020, setiembre). *Zapateras argentinas. Hecho por ellas*. Editorial Boleo <https://boleomagazine.com/?p=3201>
- Flores, S. (2018). *El internet como recurso didáctico para elevar el aprovechamiento escolar*. Digital UNIR.
- Galindo, H. (2020). *Estadísticos para no estadísticos una guía básica sobre la metodología cuantitativa de trabajos académicos*. Ciencias.
- Global Entrepreneurship Monitor (2020, enero). *Global Report 2020 /2021*. GEM. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
- Godiño, M. (2018). *Protagonismo de la mujer Wanka y el emprendimiento empresarial en Huancayo, 2011-2016* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2507>
- Gómez, M. (2019). *La mentalidad emprendedora: El emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender*. Ediciones de la U.
- Gonzales, P. (2018). *Emprendimiento liderado por mujeres, empoderamiento económico y violencia desde un análisis cuantitativo* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica Federico Santa María]. Repositorio Institucional USM. <https://repositorio.usm.cl/handle/11673/47802>
- Hernández, R. y Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa y mixta* (10ª ed.). McGraw-Hill.
- Junta de Andalucía (2020, diciembre). *Barreras y oportunidades para las emprendedoras y autónomas de Andalucía*. Junta de Andalucía.



<https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2021/03/Mapa-barreras-oportunidades-emprendedoras-autonomas.pdf>

López, P. y Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Naranjo, A. (2018). *UF2683: Aplicación de conceptos básicos de la teoría de género y del lenguaje no sexista* (2ª ed.). Paraninfo.

Ninatanta, A. (2018). *Emprendimiento empresarial y empoderamiento de la mujer del sector calzado en el Centro Cívico de Trujillo, año 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33867>

Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación* (2ª ed.). Ediciones de la U.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de tesis* (5ª ed.). Ediciones de la U.

Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos (2018, octubre). *Mujeres lideran el 25 % de las empresas manufactureras en el Perú*. <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-mujeres-lideran-25-las-empresas-manufactureras-el-peru-685698.aspx>

ONU Mujeres (2019, diciembre). *Informe Anual 2019*. Onu Women <https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Documents/Publicaciones/2020/08/Informe%20Anual%20VF%20Low-comprimido.pdf>

ONU Mujeres (2020, octubre). *En Guatemala, invertir en el empoderamiento económico de las mujeres indígenas es clave para reconstruir mejor post COVID*. Onu Women.

<https://www.unwomen.org/es/news/stories/2020/6/feature-empowering-indigenous-women-in-guatemala-in-covid-19-response>

Panta, M. (2019). *Propuesta metodológica para el desarrollo de emprendimientos productivos promovidos por mujeres de escasos recursos: Aplicación al Valle de Cañete- Perú* [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid].

Repositorio Institucional UPM.

[https://oa.upm.es/57408/1/Milagros\\_Del\\_Pilar\\_Panta\\_Monteza.pdf](https://oa.upm.es/57408/1/Milagros_Del_Pilar_Panta_Monteza.pdf)

Revista de calzado. (2019, julio). *Anuario del sector mundial del calzado: año 2018*.

Revista del Calzado. <http://revistadelcalzado.com/anuario-sector-mundial-calzado-2018/>

Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment*. An Oxfam Publication.

Ruiz, C. (2013). *Instrumentos y técnicas de investigación educativa* (3ª ed.). Danaga.

Sánchez, F. (2020). *Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: Caso San Pablo, Kutiqiru* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

Repositorio Institucional Usat.

<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3106>

Sansores, K. (2019). *Empoderamiento de la mujer emprendedora, desde la perspectiva económica, en ciudad de Chetumal, Quintana Roo* [Tesis de pregrado, Universidad Quintana Roo]. Repositorio Institucional Uqroo.

<http://risisbi.uqroo.mx/bitstream/handle/20.500.12249/2691/HQ1240.2019-2691.pdf?sequence=1>

Saucedo, R. (2020). *Emprendimiento y empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio

Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62399>

Schnarch, A. (2010). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.

Schnarch, A. (2016). *El marketing como estrategias de emprendimiento*. Ediciones de la U.

Schroder, C. (2013). *El empoderamiento de las mujeres mediante proyectos productivos. Un estudio de caso en la Amazonía Ecuatoriana*. Universidad de Málaga, España.

Trujillo, J. (2019). *Empoderamiento en mujeres emprendedoras y generación de ingresos familiares según Global Entrepreneurship Monitor 2015-2017* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Ujaveriana.

[http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/12806/Empoderamiento\\_mujeres\\_emprendedoras.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/12806/Empoderamiento_mujeres_emprendedoras.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Urbano, D. y Toledano, U. (2008). *Invitación al emprendimiento*. UOC.

Vega, F., Apolo, N. y Sotomayor, J. (2018). La participación de la mujer en las pequeñas y medianas empresas comerciales de la ciudad de Machala. *Scielo* 10(2), 251-256. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2218-36202018000200251&lng=es&nrm=iso](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000200251&lng=es&nrm=iso)

## **ANEXOS**

### Anexo 1. Matriz de consistencia

Emprendimiento y empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -

2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
<b>Problema general</b> ¿Qué relación existe entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?  <b>Problemas específicos</b> ¿Qué relación existe entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de	<b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020  <b>Objetivos específicos</b> Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020	<b>Hipótesis general</b> Existe relación entre el emprendimiento y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020  <b>Hipótesis específicas</b> Existe relación entre el espíritu emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes	<b>Variable 1: Emprendimiento</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles y rangos</b>
			Espíritu emprendedor	- Creatividad - Habilidades de negociación - Búsqueda de oportunidades	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto: [39-43] Medio: [32-39> Bajo: [25-32>
			Proceso emprendedor	- Obtención de recursos - Ayuda de instituciones - Búsqueda de conocimientos		Alto: [35-40] Medio: [28-35> Bajo: [22-28>
Entorno emprendedor	- Clientes - Proveedores - Competencia	Alto: [36-41] Medio: [30-36> Bajo: [26-30>				

<p>calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?</p> <p>¿Qué relación existe entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?</p> <p>¿Qué relación existe entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020?</p>	<p>Determinar la relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020</p> <p>Determinar la relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador -2020</p>	<p>de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020</p> <p>Existe relación entre el proceso emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador - 2020.</p> <p>Existe relación entre el entorno emprendedor y el empoderamiento de las mujeres de las MYPES fabricantes de calzado del Parque Industrial,</p>	<b>Variable 2: Empoderamiento de las mujeres</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles y rangos</b>
			Poder interior	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoestima</li> <li>- Autoconfianza</li> <li>- Reconocimiento de méritos</li> </ul>	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre	Alto: [40-44] Medio: [34-40> Bajo: [27-34>
			Poder relacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interacción con amistades</li> <li>- Interacción familiar</li> <li>- Interacción laboral</li> </ul>		Alto: [39-42] Medio: [34-39> Bajo: [29-34>
Poder colectivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación colectiva</li> <li>- Interacción grupal</li> <li>- Dirección del grupo</li> </ul>	Alto: [37-41] Medio: [28-37> Bajo: [21-28>				

		Villa El Salvador - 2020.			
<b>Nivel - diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Técnicas e instrumentos</b>	<b>Estadísticos utilizados</b>		
<b>Tipo:</b> Básica <b>Diseño:</b> No experimental <b>Enfoque:</b> Cuantitativo	<b>Población:</b> 30 emprendedoras fabricantes de calzado en el Parque Industrial de Villa El Salvador. <b>Muestra:</b> No considera una muestra.	<b>Variable 1:</b> Emprendimiento <b>Técnicas:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario de emprendimiento. <b>Variable 2:</b> Empoderamiento de las mujeres. <b>Técnicas:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario de empoderamiento de las mujeres.	<b>Estadísticos descriptivos</b> - Tablas estadísticas. - Gráficos estadísticos. <b>Medidas de dispersión:</b> - Desviación estándar <b>Estadísticos inferenciales:</b> - R de Pearson.		

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE EMPRENDIMIENTO

**INSTRUCCIONES:** Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes el emprendimiento. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. A cada ítem se deberá marcar con una X, según la escala de valoración que se muestra a continuación:

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

EMPRENDIMIENTO		Puntajes				
		1	2	3	4	5
<b>ESPÍRITU EMPRENDEDOR</b>						
1	Muestras tu creatividad en los diseños de tus zapatos.	1	2	3	4	5
2	Te resulta sencillo crear modelos novedosos.	1	2	3	4	5
3	Con qué frecuencia usas los diseños de catálogos o revistas.	1	2	3	4	5
4	Te consideras una persona hábil en los negocios.	1	2	3	4	5
5	Consideras que tus decisiones laborales han sido acertadas.	1	2	3	4	5
6	Logras resultados satisfactorios sin dificultad.	1	2	3	4	5
7	Te resulta fácil asumir retos laborales.	1	2	3	4	5
8	Buscas oportunidades para el crecimiento de tu negocio.	1	2	3	4	5
9	Consideras que las oportunidades son importantes para el crecimiento de tu negocio.	1	2	3	4	5
<b>PROCESO EMPRENDEDOR</b>						
10	Te resulta fácil conseguir los materiales para elaborar tu producto.	1	2	3	4	5
11	Tus instalaciones son adecuadas para elaborar tu producto.	1	2	3	4	5
12	Conseguir las máquinas y herramientas para elaborar tu producto es sencillo.	1	2	3	4	5
13	Las instituciones financieras te facilitan el crédito para el crecimiento de tu negocio.	1	2	3	4	5
14	Las instituciones gubernamentales te ayudan o capacitan para el crecimiento de tu negocio.	1	2	3	4	5



15	La municipalidad te facilita con los trámites y permisos de tu negocio.	1	2	3	4	5
16	Buscas capacitarte para potenciar el crecimiento personal y profesional.	1	2	3	4	5
17	Participas en capacitaciones para el desarrollo de tu negocio.	1	2	3	4	5
18	Consideras que las capacitaciones te ayudan a operar mejor tu negocio.	1	2	3	4	5
<b>ENTORNO EMPRENDEDOR</b>						
19	Estás atenta en las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
20	Te resulta fácil identificar lo que desea el cliente.	1	2	3	4	5
21	Existe gran interés con las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
22	La relación con tus proveedores ha sido buena.	1	2	3	4	5
23	Consideras que los proveedores te dominan con los precios de los insumos.	1	2	3	4	5
24	Los proveedores son tolerantes con el tiempo de pago de los insumos.	1	2	3	4	5
25	Existe rivalidad e indiferencia con tu competencia.	1	2	3	4	5
26	Te sientes intimidada por tu competencia.	1	2	3	4	5
27	Te resulta fácil relacionarte con tu competencia.	1	2	3	4	5

## CUESTIONARIO DE EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

**INSTRUCCIONES:** Este cuestionario contiene unas frases relativamente cortas, que permite hacer una descripción de cómo percibes el empoderamiento. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada uno de los ítems que aparecen a continuación, de acuerdo como pienses o actúes. A cada ítem se deberá marcar con una X, según la escala de valoración que se muestra a continuación:

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

<b>EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES</b>		<b>Puntajes</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PODER INTERIOR</b>						
1	Te sientes bien contigo misma.	1	2	3	4	5
2	Consideras que eres una persona valiosa.	1	2	3	4	5
3	Admites tus errores con facilidad.	1	2	3	4	5
4	Te resulta sencillo entablar relaciones comerciales.	1	2	3	4	5
5	Consideras que eres una persona segura y capaz.	1	2	3	4	5
6	Te abstienes a tomar nuevos retos.	1	2	3	4	5
7	Tu trabajo es valorado y reconocido por los demás.	1	2	3	4	5
8	Contar con un negocio te hace sentir importante.	1	2	3	4	5
9	Te sientes conforme con tu negocio.	1	2	3	4	5
<b>PODER RELACIONAL</b>						
10	Te consideras una persona generosa con tus amistades.	1	2	3	4	5
11	Existe confianza e interacción con tus amistades.	1	2	3	4	5
12	Animas a tus amigos ante un problema que esté pasando.	1	2	3	4	5
13	Tu opinión es importante para tu familia.	1	2	3	4	5
14	Te resulta sencillo organizar tu horario de trabajo y las labores domésticas.	1	2	3	4	5
15	Con qué frecuencia interactúas con tu familia.	1	2	3	4	5
16	Transmites autonomía en tus trabajadores.	1	2	3	4	5
17	Contribuyes con el desarrollo de las capacidades de tus trabajadores.	1	2	3	4	5
18	Existe unión y mucha interacción con tus trabajadores.	1	2	3	4	5

<b>PODER COLECTIVO</b>						
19	Participas activamente en los eventos en el sector calzado.	1	2	3	4	5
20	Animas a las demás emprendedoras en participar de los eventos.	1	2	3	4	5
21	Te consideras una persona participativa y activa.	1	2	3	4	5
22	Con qué frecuencia interactúas con el grupo de emprendedoras.	1	2	3	4	5
23	Existe unión y mutuo acuerdo en las reuniones del grupo.	1	2	3	4	5
24	Contribuyes con la integración del grupo.	1	2	3	4	5
25	Asumes cargos en las actividades en el sector calzado.	1	2	3	4	5
26	Puedes dirigir en el grupo de emprendedoras sin dificultad.	1	2	3	4	5
27	Te sientes segura en dirigir al grupo de emprendedoras.	1	2	3	4	5

### Anexo 3. Ficha de validación de instrumentos

#### Validación del instrumento: EMPRENDIMIENTO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: \_\_\_\_\_ Dr. Luis Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático       Metodológico       Estadístico

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

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



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.

#### Validación del instrumento: EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: \_\_\_\_\_ Dr. Luis Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático       Metodológico       Estadístico

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

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



\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: Emprendimiento.**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiente temático

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Adm. Rodolfo Zca Melodra

DNI: 29388850

Especialidad del validador: Temático       Metodológico       Estadístico

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: Empoderamiento de las mujeres.**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia Metodológica

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Adm. Rodolfo Zca Melodra

DNI: 29388850

Especialidad del validador: Temático       Metodológico       Estadístico

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

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

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

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



Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: Emprendimiento.**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): pertinencia.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ ]      Aplicable después de corregir [ x ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: IVÁN JAVIER RIVAROLA GANOZA.

DNI: 07702673

Especialidad del validador:    Temático [ X]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

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

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

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



Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: Empoderamiento de las mujeres.**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Pertinencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ ]      Aplicable después de corregir [ x ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg: IVÁN JAVIER RIVAROLA GANOZA

DNI: 07702673

Especialidad del validador:    Temático [ X]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

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

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

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



Firma del Experto Informante

## Anexo 4. Informe de índice de coincidencia

GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS TESIS PARA REPOSITORIO \_ GERALDINE WENDY P... Detalles de la entrega Ayuda

Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS**  
EMPRENDIMIENTO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES DE LAS MYPES FABRICANTES DE CALZADO DEL PARQUE INDUSTRIAL, VILLA EL SALVADOR - 2020

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA**  
GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS  
ORCID: 0009-0007-9525-2794

**ASESOR**  
DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

Compartir

Página 1 de 136

Fuentes principales Todas las fuentes

87 Similarity Exclusiones

**14%**  
Similitud general

1	repositorio.autonoma.edu.pe	7%
2	Universidad Alas Peruanas on 2...	<1%
3	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
4	repositorio.upeu.edu.pe	<1%
5	Universidad Cesar Vallejo on 20...	<1%

Marcas de alerta

**14%**  
Similitud general

Detalles del documento

AI

## Anexo 5. Declaración jurada



Yo, GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS, identificada con DNI N° 75612931 y con domicilio Sector Ollantay Mz. V3 Lt. 6 – San Juan de Miraflores.

Declaro bajo juramento:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. Haber realizado la encuesta a las emprendedoras fabricantes de calzado en el Parque Industrial de Villa El Salvador.
3. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Lima, 30 de noviembre del 2020

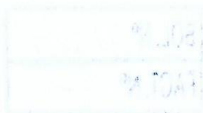
ESTE DOCUMENTO NO HA SIDO REDACTADO  
EN LA NOTARIA



FIRMA



**LEGALIZACION A LA VUELTA**





**CERTIFICO:** QUE LA FIRMA QUE CONSTA EN EL ANVERSO DEL PRESENTE DOCUMENTO CORRESPONDE A: DOÑA **GERALDINE WENDY PEREZ RAMOS**, QUIEN SE HA IDENTIFICADO CON DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD N° **75612931**; DE LO QUE DOY FE.

EL SUSCRITO NOTARIO CERTIFICA SOLO LA FIRMA, ASUMIENDO LA OTORGANTE LA TOTAL RESPONSABILIDAD POR EL CONTENIDO DEL PRESENTE DOCUMENTO.

LIMA, 30 DE NOVIEMBRE DE 2020.



*[Handwritten signature]*  
SERGIO A. DEL CASTILLO S.M.  
NOTARIO DE LIMA



LEGALIZACIÓN A LA VUELTA



BOL. N°	11505J
FACT. N°	✓

## Anexo 6. Base de datos en Excel

### Variable 1: Emprendimiento

	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
1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	1	3	2	3	4	4	4	5	3	4	3	4	2	3
2	5	5	3	5	4	3	4	5	5	3	5	3	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	3	3
3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	2	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5
4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	1	4	5	5	4	5	3	2	2	2	4	3	2
5	3	4	2	4	3	4	3	4	5	2	5	5	4	2	2	4	5	4	4	4	4	5	2	5	1	1	4
6	5	4	2	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	5	5	4	5	4	5	3	2	3	4	1	3
7	5	4	4	4	3	5	3	5	5	3	4	5	3	1	1	5	5	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5
8	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
9	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	4	2	3	4	3	5	5	4	5	4	4	5
10	5	4	2	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	1	4	5	3	5	5	5	5	4	3	5	4	1	5
11	3	3	2	5	4	5	4	5	5	3	5	3	4	1	1	3	4	4	4	4	5	4	2	4	3	2	4
12	3	3	3	4	3	3	3	2	5	4	5	4	5	2	2	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3
13	5	4	3	5	3	4	3	5	5	3	5	3	3	1	1	4	3	4	4	4	5	4	2	4	3	3	4
14	3	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	2	3	3	3	3	3	3	5	5	2	5	3	4	5
15	3	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	1	1	5	4	4	4	3	5	4	1	4	1	1	4
16	4	4	2	5	4	3	4	3	3	2	3	3	2	1	2	2	3	4	4	4	5	3	2	3	2	2	3
17	5	5	1	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	1	1	3	4	4	4	4	5	3	2	3	4	1	3
18	5	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5	5	5	4	2	5	3	2	5
19	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	1	1	4	4	5	5	5	4	4	3	4	1	1	3
20	5	5	2	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	1	1	5	3	5	5	5	4	4	2	4	2	2	4
21	3	2	2	5	3	3	3	2	5	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	5	3	2	3	1	2	3
22	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5
23	5	4	2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	4	5	4	5	5	5	5	4	2	4	2	1	4
24	4	4	2	5	4	3	4	4	4	5	4	3	2	1	1	4	3	3	3	3	5	4	1	4	3	2	4
25	5	4	2	5	3	5	2	5	5	3	4	3	3	1	1	4	3	5	5	5	5	3	4	3	4	2	3
26	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	4	5	4	5	4	3	4	4	2	5
27	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	4	3	5	5	5	5	4	3	5	4	1	5
28	5	5	3	5	4	4	4	4	4	2	3	3	2	1	2	5	5	3	5	3	5	3	4	3	2	1	3
29	4	3	1	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	3	2	3	4	1	3
30	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5

## Variable 2. Empoderamiento de las mujeres

	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	
1	5	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	3	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	
2	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	1	4	3	
3	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	
4	5	5	4	5	5	3	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
6	5	5	3	3	5	1	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	1	5	5	4	4	
7	5	5	4	5	4	3	4	4	3	3	5	5	5	3	4	3	3	5	3	5	5	4	3	3	3	5	4	
8	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	
9	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	
10	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	4	4	5	3	2	5	5	3	5	
11	4	5	3	2	4	3	2	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
12	5	5	5	5	4	2	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	2	4	4	4	4	
13	5	5	3	3	5	1	3	5	3	4	5	5	4	3	5	3	3	5	3	4	3	3	1	3	2	4	4	
14	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	5	4	1	5	3	3	1	3	3	3	
15	5	5	4	5	5	1	5	4	4	4	5	4	5	2	5	3	3	5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	
16	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	3	5	3	2	3	3	2	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	
17	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	5	4	3	5	5	3	2	5	1	4	5	2	3	5	5	5	5	
18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
19	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	3	3	4	2	2	5	3	4	5	2	3	2	2	4	4	
20	5	5	4	4	5	3	4	5	3	5	3	5	4	5	3	3	2	5	3	3	4	2	3	3	2	3	3	
21	4	4	2	2	4	1	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	3	2	3	1	3	3	
22	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	
23	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	2	4	3	3	4	
24	4	4	3	3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	3	4	3	3	5	3	5	5	4	3	5	3	3	3	
25	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	
26	5	5	3	3	3	1	3	5	3	5	3	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	1	2	1	3	3	
27	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	4	3	5	3	4	4	
28	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	4	2	3	4	3	4	3	2	5	3	2	3	2	4	3	
29	5	5	3	3	3	2	3	3	3	5	3	4	5	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	
30	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	

## **Anexo 7. Plan de capacitación**

### **Plan de capacitación en gestión de emprendimiento para las emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador- 2020**

#### **7.1. Presentación**

En el presente plan de capacitación en gestión de emprendimiento se sugieren actividades relacionados al desarrollo de habilidades emprendedoras, al acceso, uso y control de recursos, así como el entorno emprendedor. Con el fin de minimizar las falencias y deficiencias encontradas en las emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador- 2020.

Estas actividades han sido formuladas con la finalidad de brindar conocimientos esenciales sobre el emprendimiento a fin de promover un empoderamiento colectivo en las mujeres como estrategia de sostenibilidad; de llevarse a cabo este plan de capacitación saldrán beneficiarias las emprendedoras logrando mejorar el emprendimiento y su empoderamiento.

De tal forma, las actividades sugeridas están asociadas a las dimensiones del emprendimiento que fueron planteadas en la tesis. Se tomó en cuenta las teorías plasmadas y fundamentadas de los autores de la teoría para dar sustento a las recomendaciones mostradas en este trabajo de investigación.

En conclusión, la ejecución del plan de capacitación permitirá a las emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador- 2020 mejorar su gestión de emprendimiento en sus negocios, así como la mejora de su empoderamiento, logrando desarrollar mejor sus capacidades, habilidades emprendedoras y ser capaces de lograr lo que se proponen. Por lo tanto, si se mejora

el empoderamiento de ellas, asimismo, podrán lograr la sostenibilidad de sus negocios en el tiempo, a su consolidación, crecimiento e ingreso a mejores mercados.

## **7.2. Justificación del plan**

Este de plan de capacitación en gestión de emprendimiento fue desarrollado con la finalidad de proponer actividades que mejoren el empoderamiento de las emprendedoras fabricantes de calzado del Parque Industrial, Villa El Salvador- 2020, tomando como factores el desarrollo de habilidades emprendedoras, acceso, uso y control de recursos, además del entorno emprendedor.

Ante un mercado tan dinámico y exigente es indispensable buscar las herramientas necesarias para adaptarse, por lo tanto, las capacitaciones, instrucción o asesoramiento profesional para las emprendedoras es imprescindible para elevar su empoderamiento, sin ello no les permitiría dar continuidad a sus negocios a través del tiempo.

## **7.3. Aspectos generales**

### ***Actividades relacionadas al diagnóstico del emprendimiento y empoderamiento***

- Convocar y sensibilizar a las emprendedoras para un mejor desarrollo de su emprendimiento y empoderamiento.
- Realizar un diagnóstico sobre sus fortalezas, logros y dificultades de cada emprendedora para conocer el estado actual en su empoderamiento.
- Establecer estrategias de negocio para fortalecer y conocer las deficiencias que existe en su emprendimiento.
- Capacitar sobre la importancia de formar parte de un grupo de emprendedoras donde exista intercambios de opiniones, ideas y experiencia para la unidad del grupo.

- Establecer un cronograma de actividades que determine el tiempo de ejecución de cada una de las tareas a realizar asignando fechas señaladas.

#### ***Actividades relacionado al desarrollo de habilidades emprendedoras***

- Capacitar a las emprendedoras para el desarrollo de habilidades y estimulen actitudes creativas de forma individual y grupal, como darles a conocer las nuevas tendencias de la moda en calzado, los colores más llamativos y las preferencias en el material, de esta manera, se pueda analizar aquellas barreras que impiden su creatividad; lograr superarlos y desarrollar esa capacidad que ellas poseen.
- Enfatizar sobre la atención que se debe tomar al entorno, mercado y las nuevas tendencias en el rubro de calzado, con el fin de poder ampliar las oportunidades del negocio y asumir retos que les conduzcan a sus objetivos.

#### ***Actividades relacionado al acceso, uso y control de recursos***

- Capacitar sobre la importancia de la buena toma de decisiones tales como el lanzamiento de una nueva línea de temporada en calzado y el uso adecuado de los recursos necesarios para elaborarlos, tales como los humanos, materiales, financieros, entre otros.
- Enfatizar la gran ayuda que puede representar el crédito para el crecimiento y mejora de las condiciones de su negocio tales como el alquiler o compra de tiendas, así como la modernización de máquinas en el taller de producción.
- Enfatizar sobre la constante la búsqueda de conocimiento mediante capacitaciones o asesorías que les permitan desarrollarse, conocerse y adaptarse a un mercado dinámico como es el rubro de calzado.

### ***Actividades relacionado al entorno emprendedor***

- Capacitar sobre la importancia de las alianzas, siendo una oportunidad de sumar esfuerzos para gestionar mejor los recursos, disminuir costos, ingreso a mercados nuevos y comercializar sus productos de manera eficiente.
- Enfatizar sobre la importancia de realizar eventos y ferias en el rubro de calzado, para la promoción y el conocimiento de sus productos la cual fortalece al grupo de mujeres emprendedoras elevando su empoderamiento de manera colectiva.
- Conocer las 4P tales como el producto, precio, plaza y promoción, siendo elementos básicos del mercado con una mirada de evaluación a tu modelo de negocio.

#### 7.4. Plan de capacitación

Programas	Qué	Cómo	Con qué	Quién	Cuánto
Actividad 1: Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convocar y sensibilizar a las emprendedoras.</li> <li>- Realizar un diagnóstico sobre las fortalezas, logros y dificultades de cada emprendedora.</li> <li>- Establecer estrategias de negocio para fortalecer y conocer las deficiencias.</li> <li>- Capacitar sobre la importancia de formar parte de un grupo de emprendedoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de formación.</li> </ul>	Comunicación Conocimiento Humanos	Personal contratado (Coach)	500 soles
Actividad 2: Desarrollo de habilidades empreendedoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar a las emprendedoras para el desarrollo de habilidades y estimulen actitudes creativas.</li> <li>- Enfatizar sobre la atención que se debe tomar al entorno, mercado y las nuevas tendencias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuadro de análisis FODA personal y del negocio.</li> <li>- creación de un mural de generación de ideas.</li> <li>- Brainstorming.</li> </ul>	Comunicación Conocimiento Humano	Personal contratado (Coach)	500 soles



<p>Actividad 3: Acceso, uso y control de recursos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar sobre la importancia de la buena toma de decisiones.</li> <li>- Enfatizar la gran ayuda que puede representar el crédito para el crecimiento.</li> <li>- Enfatizar sobre la constante la búsqueda de conocimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tabla específica de gastos e ingresos.</li> <li>- Tabla de inventarios.</li> <li>- Herramienta de contabilidad básica.</li> </ul>	<p>Comunicación Conocimiento Humano</p>	<p>Personal contratado (Coach)</p>	<p>500 soles</p>
<p>Actividad 4: Entorno emprendedor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitar sobre la importancia de las alianzas.</li> <li>- Enfatizar sobre la importancia de realizar eventos y ferias en el rubro de calzado.</li> <li>- Conocer las 4P tales como el producto, precio, plaza y promoción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuadro de identificación del mercado meta.</li> <li>- Cuadro de identificación de las 4P.</li> </ul>	<p>Comunicación Conocimiento Humano</p>	<p>Personal contratado (Coach)</p>	<p>500 soles</p>
<b>TOTAL</b>					<p>2000 soles</p>

## 7.5. Presupuesto

### 7.5.1 Compra de materiales

<b>Materiales</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Papel bond A4	Millar	1	18.00	S/ 18.00
Folder manila A 4	Unidad	30	1.00	S/ 30.00
Lapiceros	Unidad	30	1.50	S/ 45.00
Tajador	Unidad	5	2.00	S/ 10.00
Borrador	Unidad	5	2.00	S/ 10.00
Plumones de Pizarra	Unidad	3	5.00	S/ 15.00
Papelote	Unidad	30	1.00	S/ 30.00
<b>Total</b>				<b>S/ 158.00</b>

### 7.5.2. Servicios

<b>Servicios</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Pasajes</b>	Unidad	4	30.00	S/ 120.00
<b>Impresiones</b>	Unidad	30	1.00	S/ 30.00
<b>Total</b>				<b>S/ 150.00</b>

### 7.5.3 Pago de coach

<b>Personal</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Coach</b>	Unidad	4	500.00	S/ 2000.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/ 2000.00</b>

#### 7.5.4. Total del presupuesto

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
Materiales	S/ 158.00
Servicios	S/ 150.00
Coach	S/ 2000.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 2308.00</b>

#### 7.6. Cronograma de actividades

<b>Día</b>	<b>Horario</b>	<b>Temas tratados</b>
Día 1	7:00 pm a 8:00 pm	- Inauguración del taller. - Diagnóstico de las emprendedoras. - Sensibilizar y entablar estrategias para el taller. - Retroalimentación.
Día 2	7:00 pm a 8:00 pm	- Desarrollo de sus habilidades emprendedoras - Retroalimentación
Día 3	7:00 pm a 8:00 pm	- Acceso, uso y control de los recursos - Retroalimentación
Día 4	7:00 pm a 8:00 pm	- Análisis de su entorno - Retroalimentación

## Anexo 8. Evidencia

