



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS



**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES
GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN
LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN
DE PUNO – 2021**

TESIS PRESENTADA POR:

MARINA TEOFILA QUISPE CASTILLO

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

JULIACA – PERÚ

2023



**UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

**EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES
GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN
LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN
DE PUNO - 2021**

TESIS PRESENTADA POR:

MARINA TEOFILA QUISPE CASTILLO

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBADA POR:

PRESIDENTE

: 
Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

PRIMER MIEMBRO

: 
Dr. ULISES AGUILAR PINTO

SEGUNDO MIEMBRO

: 
Dr. JESUS MAMANI MAMANI

ASESOR DE TESIS

: 
Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: CONTABILIDAD ECONÓMICA – P66



TESIS UANCV



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ" ESCUELA DE POSGRADO



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

OFICINA DE INVESTIGACIÓN



RESOLUCIÓN DIRECTORAL N° 159-2023-USA-EPG-UANCV/J

Juliaca, 15 de agosto del 2023

VISTOS:

El expediente N° 2023-04908 presentado por el (a) Mgtr. **QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**, con número de DNI. **41428970** y con número de matrícula **1910101048**, del **DOCTORADO** en **CONTABILIDAD Y FINANZAS**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de la Sede Central Juliaca.

CONSIDERANDO:

Que, el (a) Mgtr. **QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**, con número de DNI. **41428970**, asignado (a) con número de matrícula **1910101048**, del **DOCTORADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS** de la Escuela de Posgrado, ha solicitado fecha, hora y modalidad de sustentación, de la Tesis titulada: **EMPENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO- 2021** La misma que pertenece a la Línea de Investigación: **CONTABILIDAD ECONÓMICA - P66** y;

Que, el (a) referido (a) Dictamen de Tesis aprobado por los jurados el 27 de junio del 2023. Establece la fecha de sustentación; habiendo para el efecto cumplido los requisitos establecidos en el reglamento para la Obtención del Grado Académico de Magíster/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV;

Que, en el Artículo 66 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de Tesis de Postgrado es un trabajo de investigación original y crítico, de actualidad y de alto valor científico;

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "J" del artículo 17° del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, y el Art. 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - **DECLARAR EXPEDITO** para la Sustentación de la Tesis titulado: **EMPENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO- 2021** Elaborado por el (la) Mgtr. **QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**. Integrado por los siguientes docentes:

Presidente	:	Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
Primer Miembro	:	Dr. ULISES AGUILAR PINTO
Segundo Miembro	:	Dr. JESUS MAMANI MAMANI
Asesor	:	Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA

ARTÍCULO SEGUNDO. - El proceso de la Sustentación de la Tesis en mención, se llevará a cabo:

Fecha	:	Martes, 29 de agosto del 2023
Hora	:	11:00 a.m.
Modalidad	:	Aula N° 310 EPG – UANCV – JULIACA

A cuya finalización el Jurado registrará los resultados en el Libro de Actas de Sustentación de Tesis de Doctorado con el grado de **DOCTOR** aprobado en la ley Universitaria N° **30220**.

ARTÍCULO TERCERO. - Elévese la presente Resolución al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo y Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento.

Regístrese, comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
ESCUELA DE POSGRADO

Dr. **Leopoldo Wenceslao Condori Cari**
DIRECTOR (a)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Mg. **PERCY GONZALO PUMA PUMA**
SECRETARIO ACADÉMICO



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ" ESCUELA DE POSGRADO



RESOLUCION DIRECTORAL N° 072.1 -2022-USA-EPG/UANCV

Juliaca, 09 de noviembre del 2022.

VISTOS:

El expediente N° 043159, de fecha 07 de noviembre del 2022, presentado por el (la) **Mgtr. QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**, con DNI N.° 41428970, asignado (a) con código de matrícula 1910101048, quien solicita resolución de aprobación de proyecto de tesis titulado: **EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO - 2021**. Línea de investigación **CONTABILIDAD ECONÓMICA - P66**, para optar el grado de: **DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez Sede Central Juliaca.

CONSIDERANDO:

Que, en el Reglamento General de la Escuela de Posgrado de la UANCV, establece que la sustentación de tesis de Posgrado es un trabajo de investigación original y crítico de actualidad de alto valor científico.
Que, según Resolución N° 0555-2019-UANCV-CU-R, de fecha 08 de noviembre del 2019, se aprueba el Reglamento para la obtención del grado académico de Magister, Maestro, Doctor y Titulación de los Programas de Segunda Especialidad Profesional de la Escuela de Posgrado.
Que el Art. 17, establece que la aprobación del proyecto de investigación de tesis para la obtención de grados académicos de Magister/Maestro, Doctor se inicia con la presentación del proyecto de investigación de tesis según corresponda, en forma individual y conforme a las recomendaciones de la Escuela de Posgrado y estándares de la investigación científica, tecnológica y humanística.
Que el Art. 60, señala que la fecha límite para la presentación del borrador de tesis es de 02 años contados, desde la emisión de la resolución de aprobación del proyecto de tesis, vencido el plazo máximo el candidato a magister, maestro o doctor deberá presentar un nuevo proyecto de investigación de tesis.
Que el Art. 21, establece que el director de la Escuela de Posgrado y el Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado, nominarán por sorteo a 03 docentes miembros del comité de investigación.
Que mediante oficio circular N.° 065-2022-USA-EPG/UANCV-J, de fecha 13 de setiembre del 2022, se nombra al Comité de Investigación del proyecto de tesis conformado por los siguientes docentes:

Presidente : **Dr. HILARIO CONDORI MAMANI**
Primer miembro : **Dr. ULISES AGUILAR PINTO**
Segundo miembro : **Dr. JESÚS MAMANI MAMANI**
Asesor (a) : **Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA**

Que, con registro N°. 000700, de fecha 27 de octubre del 2022, el Comité de Investigación del proyecto de tesis titulado: **EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO - 2021**. Presentado por el (la) **Mgtr. QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**, cumple con los lineamientos y contenidos establecidos en reglamento de grado de investigación conducentes al grado académico de Magister/Maestro y Doctor de la Escuela de Posgrado de la UANCV.

En uso de las atribuciones conferidas a la Dirección en el inciso "j" del artículo 17 del Reglamento General de la Escuela de Posgrado y en el artículo 76 del Estatuto Universitario;

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR, el Proyecto de investigación de Tesis de Doctorado y **AUTORIZAR** el desarrollo de la Tesis, titulado: **EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO - 2021**. Presentado por el (la) **Mgtr. QUISPE CASTILLO MARINA TEOFILA**, para obtener el grado académico de **DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS** de la UANCV.

SEGUNDO: **ELEVAR** al Rectorado, Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado Administrativo, Vicerrectorado de Investigación, Oficina del Órgano de Inspección y Control para conocimiento y cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese





EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO - 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

28%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

19%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	10%
2	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
4	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%



Metadatos Complementarios

Título de la tesis	
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2021	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	MARINA TEOFILA QUISPE CASTILLO
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	41428970
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-4715-8684
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	SEGUNDO ORTIZ CANSAYA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	29309750
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0224-8651
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	00504300
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3023-4628
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	ULISES AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02295853
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-9135-7782
Miembro del jurado 2	



Nombres y apellidos	JESUS MAMANI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40796294
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-9857-8231
Datos de investigación	
Línea de investigación	Contabilidad Económica – P66
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: En Las Empresas De Artesanías De La Región De Puno País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Latitud: -15.8402987 Longitud: -70.0218806 https://maps.app.goo.gl/nndnuzuEFpWntg8U9
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre 2022 – agosto 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Economía, Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00 Economía https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.01

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo MARINA TEOFILA QUISPE CASTILLO, identificado con DNI
Nro. 41428970 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

CONTABILIDAD Y FINANZAS

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA
CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE
PUNO – 2021

Asesorado por: Dr. SEGUNDO ORTIZ CANSAYA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 29 de NOVIEMBRE del 2023



Firma del Asesor
(obligatoria)



Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A Dios por concederme el privilegio de la vida y el conocimiento para poder desenvolverme en mi crecimiento profesional.

A mi madre Dña. Melchora Castillo de Quispe por darme su amor y paciencia para concluir mis metas planteadas. A mi Sr. Padre Maximo Quispe Flores por su esfuerzo incondicional y a mis hermanos por el apoyo moral para continuar firme en mis convicciones.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, por acogerme y ser mi alma mater de estudios durante todo el tiempo de formación profesional e impartir los conocimientos para lograr mi objetivo de la vida de ser un profesional. A mis docentes por guiar y aconsejarme en la etapa de vida universitaria.



ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	i
ÍNDICE DE TABLAS	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN	vii
CAPITULO I	1
ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problema específico	3
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.4. OBJETIVOS	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivo específico.....	4
1.5. IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.6. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.7. HIPÓTESIS	5
1.7.1. Hipótesis general	5
1.7.2. Hipótesis específica.....	6
1.8. VARIABLES	6
1.8.1. Operacionalización de variables	6
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	8
2.1.1. A nivel internacional	8
2.1.2. A nivel nacional	11



2.1.3. A nivel local	16
2.2. BASES TEÓRICAS	18
2.2.1. Emprendimiento de la mujer.....	18
2.2.1.1. Dimensiones del emprendimiento	19
2.2.1.2. Tipos de emprendimiento.....	20
2.2.1.3. Factor que motiva el emprendimiento	25
2.2.1.3.1. Factor individual.....	26
2.2.1.3.2. Factor contextual	27
2.2.2. Habilidades gerenciales	28
2.2.2.1. Clasificación de las habilidades gerenciales	29
2.2.3. Valor social.....	33
2.2.3.1. Creación de valor social	34
2.2.3.2. Creación de valor social en emprendimiento	35
CAPITULO III	37
METODOLOGIA DE INVESTIGACION	37
3.1. MÉTODO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN	37
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	37
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	38
3.4. DISEÑO DE INVETSIGACIÓN.....	38
3.5. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN	38
3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.	39
3.6.1. Población:.....	39
3.6.2. Muestra.....	40
3.7.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	41
3.7.1. Técnica de la investigación.	41
3.7.2. Instrumentos de la investigación. -	41
3.8.VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	42
3.8.1. Validez del instrumento	42
3.8.2. Confiabilidad del instrumento.....	42



3.9. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	43
CAPITULO VI.....	44
RESULTADOS Y DISCUSION.....	44
4.1. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.....	44
4.2. HABILIDADES GERENCIALES.....	53
4.3. CREACIÓN DE VALOR SOCIAL.....	63
4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	68
4.4.1. Contrastación de hipótesis 1.....	68
4.4.2. Contrastación de hipótesis 2.....	69
4.4.3. Contrastación de hipótesis 3.....	71
CONCLUSIONES.....	74
SUGERENCIAS.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	76
ANEXO.....	85



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	6
Tabla 2 Asociación artesanal en la región de Puno	40
Tabla 3 Escala de Alpha de Cronbach.....	42
Tabla 4 Motivación para el reto empresarial	44
Tabla 5 Sentimiento de felicidad y autorrealizada el dirigir una empresa	45
Tabla 6 Dificultad al iniciar el emprendimiento de negocio	46
Tabla 7 Orientación para potenciar el negocio.....	47
Tabla 8 Oportunidad para sobresalir emprendimiento empresarial.....	48
Tabla 9 Negocio surge por necesidad de actividades.....	49
Tabla 10 Genera valor económico	50
Tabla 11 Genera transmisión de valor cultural.....	51
Tabla 12 Genera competitividad	52
Tabla 13 Apoyo permanente de su entorno familiar.....	53
Tabla 14 Lidera labores de la asociación para lograr un alto desempeño	54
Tabla 15 Anima y motiva a la asociación para lograr mentas	55
Tabla 16 Producción de relaciones positivas en la asociación	56
Tabla 17 Autonomía y decisión para crear acciones y soluciones.....	57
Tabla 18 Innova para generar competitividad en el negocio.....	58
Tabla 19 comunicación como medio para mantener un clima favorable.....	59
Tabla 20 Cooperera para generar estrategias de competencia	60
Tabla 21 Conocimientos sobre el negocio iniciado	61
Tabla 22 Conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado	62
Tabla 23 La búsqueda del progreso social	63
Tabla 24 Barreras sociales dificulto al iniciar su negocio	64
Tabla 25 Resultado de bienestar social al iniciar el negocio.....	65
Tabla 26 Resultado de calidad de vida en la actualidad	66
Tabla 27 Valora su fuente de ingreso	67
Tabla 28 Análisis de relación de emprendimiento empresarial y habilidades gerenciales.....	68
Tabla 29 Análisis de relación de habilidades gerenciales y creación de valor social.....	70
Tabla 30 Análisis de relación de emprendimiento empresarial y la creación de valor social	72



RESUMEN

El presente estudio lleva como título; "Emprendimiento empresarial de la mujer y habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresas de artesanías de la región de Puno – 2021", para ello su propósito principal se enfoca en el emprendimiento empresarial emprendidas por mujeres, utilizando como su principal herramienta las habilidades, sus conocimientos y las ganas de emprender en un nuevo negocio empresarial, en esta ocasión de artesanías. Su principal objetivo es: Explicar la incidencia que existe entre el emprendimiento empresarial de la mujer las habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno-2021. Para la obtención de información se planteó la metodología del enfoque cuantitativo, aplicando el diseño no experimental, con método de correlacional-comparativo, en cuanto al tipo de investigación es básico de nivel explicativo, en cuanto a la población y muestra se comprende a mujeres que integran las empresas artesanales en la región de Puno y la muestra se trabajó con el muestreo no probabilístico. Donde concluyo: El emprendimiento empresarial que poseen las mujeres guarda relación significativa con las habilidades gerenciales y la creación de valor social en la región de Puno, debido a que los tipos de emprendimiento de negocio que se manifiesta en mujeres artesanas genera oportunidad de dirigir y liderar en la organización para incluir socialmente en actividades económicas.

Palabras claves: Emprendimiento empresarial, emprendimiento de la mujer, habilidades gerenciales, valor social, artesanía.



ABSTRACT

The present study is entitled; "Women's entrepreneurship and management skills in the creation of social value in handicraft enterprises in the region of Puno - 2022", for this its main purpose focuses on business entrepreneurship undertaken by women, using as its main tool the skills, knowledge and desire to undertake a new business, this time of handicrafts. Its main objective is: To explain the incidence that exists between women's entrepreneurship and management skills in the creation of social value in the handicraft business in the region of Puno-2021. To obtain information, the methodology of the quantitative approach was proposed, applying the non-experimental design, with correlational-comparative method, as for the type of research is basic explanatory level, as for the population and sample is comprised of women who make up the craft enterprises in the region of Puno and the sample was worked with non-probabilistic sampling. Where I conclude: The business entrepreneurship that women have is significantly related to management skills and the creation of social value in the region of Puno, because the types of business entrepreneurship that is manifested in women artisans generates opportunity to direct and lead in the organization to include socially in economic activities.

Key words: Business entrepreneurship, women's entrepreneurship, management skills, social value, crafts



INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se considera como una disciplina científica joven que en nuestro contexto actual se ha logrado experimentar que un crecimiento el crecimiento de nuevas empresas, asimismo el emprendimiento juega un papel fundamental en el impulso del crecimiento económico y la promoción de la innovación en una región.

En nuestro tiempo actual las organizaciones tienen el deber de sobrellevar al grupo humano, logrando enfatizar el liderazgo, las competencias necesarias de las habilidades gerenciales y el liderazgo organizacional, permitiéndole tener objetivos de la organización, asimismo es necesario conocer y aplicar los conocimientos de lo que es el emprendimiento, conociendo los procesos, acciones de los líderes, de esta forma conseguir las mejoras y el emprendimiento de la organización, por otro lado el liderazgo son todas las habilidades que influyen en las formas de pensar, de actuar con otros grupos de personas, vinculándose con las capacidades de asumir riesgos y generar acciones innovadoras, por ende un líder debe instituir acciones positivas.

Las personas emprendedoras son las que lograron asemejar oportunidades de negocios, donde su propósito es desarrollarse en función a esas oportunidades, un factor importante para el desarrollo, es la globalización ha tenido un impacto directo en numerosos sectores, lo que ha llevado al aumento de empresas y a la creación de un mercado más competitivo y difícil de mantener para las empresas. No obstante, se presenta un hecho significativo en el que



tanto a nivel nacional como internacional se encuentran diversas limitaciones, como la informalidad y la falta de acceso a recursos financieros.

En los diversos países del mundo, la mujer ha ganado una participación significativa en diversos directorios de grandes empresas, de igual forma se ha logrado considerar que la familia es una socialización que se compone esencial del progreso social, ya que es el punto de partida donde se inicia el proceso educativo y se fomenta el desarrollo de las personas. y logrando condescender como pilares del buen funcionamiento económico, político y cultural.

Las artesanías dependen de las personas, por ello si bien cierto que las artesanías no son bien remuneradas, esta práctica se efectúa tradicionalmente emprendido en las zonas rurales, que a través de los años fue minimizada su empleo hasta llegar a la independencia económica, con la ayuda de su creatividad, innovación, indudablemente, la valoración de la cultura a nivel nacional es un aspecto fundamental.

En el presente estudio se desarrollan temas trascendentales que consolidan el tema de investigación, por ello, se observa los siguientes capítulos planteados acordes al tema y para un mejor entendimiento del proceso y desarrollo del tema de investigación.

En el primer capítulo se desarrollan temas como: la descripción de la realidad donde se considera aspecto que permite realizar una descripción objetiva de la realidad del problema que se está investigando, detallando las



características de la situación problemática, así como los hechos y eventos que se presentan en el entorno social. o que también afecta a dicha población. Seguidamente se detalla la formulación del problema de investigación, ello se efectúa a partir de dos aspectos, desde lo general y lo específico, básicamente consiste en estructurar de manera formal en representación de la idea de investigación, estableciendo claramente los límites de lo que se desarrollara dicha investigación, la formulación de problema se plantea mediante interrogantes. Seguidamente se desarrolla los objetivos de la investigación, los objetivos se desglosan desde lo general hasta llegar a los específicos, el objetivo es el enunciado claro y preciso que se persigue con la investigación, en ella se plasma lo que se quiere conseguir con el estudio. La justificación es teórica, en ella se describe las brechas de conocimiento que hacen frente y busca reducir, en ella se expone las razones por las que se quiere efectuar y debe realizarse teniendo un propósito claro, en ella se explican el que, porque y para que de esta realizado la investigación, a quienes beneficia. Asimismo, en este capítulo se detallan las hipótesis y las variables de la presente investigación.

En el segundo capítulo se desarrollan temas que hacen frente al marco teórico, en ella se plasman ideas teóricas como también de hipótesis, donde el problema necesita tener sentido, su función principal es organizar la información científica que existe teniendo presente lo que se va investigar, el marco teórico no permite complementar o enlazar definiciones en relación a nuestro tema de investigación. De igual manera se desarrollan los antecedentes del estudio, partiendo desde los estudios internacionales, pasando por los nacionales y llegando a las investigaciones locales, las investigaciones encontradas nos



muestran diferentes hallazgos que tuvieron dichos estudios, siempre teniendo consideración las variables del estudio y guarda mucha relación con los objetivos del estudio. Por último, de tiene a las bases teóricas, con ella se desarrolla los aspectos generales del tema, planteando conjunto de conceptos y proposiciones que componen un punto de vista encaminado a explicar el problema planteado.

En el tercer capítulo se logra desarrollar la metodología de la investigación, ya que aplicando la metodología correcta nos provee un conjunto de conceptos, principios y leyes que nos permite llevar a cabo de forma excelente el proceso de investigación, asimismo nos ayuda en la resolución de un problema a lo largo del proceso de investigación, recopilando datos hasta comprobar la valides de las hipótesis que fueron planteadas, como primer punto se tiene al procedimiento metodológico de la investigación, señalando el enfoque, el diseño, el método el tipo y nivel de investigación, de igual forma se logra plantear la descripción del ámbito de investigación, por ultimo detallando la población y muestra y para la aplicación de los instrumentos y obtención de óptimos resultados se plantea las técnicas e instrumentos de investigación.

En el cuarto capítulo se desarrolla el tema de los resultados y discusión a la cual se llega después de haber obtenido buenos resultados por parte de la población del estudio, los resultados nos permiten apreciar la descripción sobre los principales hallazgos de una investigación, así también nos permite enriquecer, modificar la teórica científica, mediante el conocimiento de objetos y métodos de la investigación de la ciencia, la parte de la discusión nos permite apreciar la interpretación de los resultados para los lectores. Después de lo



mencionado se plantean las conclusiones de dicha investigación, ya que es una etapa final del estudio, en ella se presentan informaciones relevantes o muchos casos se propone un nuevo tema y van a depender mucho de los resultados y del análisis que se efectuó, considerando el marco teórico y los objetivos, el principal objetivo de la conclusión es retomar las ideas que fueron transmitidas a lo largo del desarrollo y la introducción, asimismo a partir de los resultados obtenidos se plantean las sugerencias correspondientes y por último se tiene a las referencias bibliográficas y los anexos.



CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. EXPOSICIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Ante la visibilidad de desigualdad de género en lagunas culturales, el emprendimiento de la mujer constituye un desafío y reto que enfrenta la mujer; sin embargo, la mujer de la región presenta brechas complejas en la participación de la economía formal, así como el acceso al crédito (Heller, 2010). En ese sentido, los retos que afronta la mujer en la actualidad son perjudiciales ante la falta de escasa formación y algunos factores que limita ingresar en el emprendimiento de negocios.

El espíritu emprendedor en las mujeres está creciendo a nivel global, lo que implica que tienen una mayor probabilidad que los hombres de tener un negocio propio. Sin embargo, las empresas dirigidas por hombres muestran mejores indicadores de rendimiento en comparación con las empresas dirigidas por mujeres (Banco Mundial, BM, 2022). Además, la capacidad productora contribuye al incremento del Producto Bruto Interno (PBI).



Así, en la sociedad globalizada se encuentran en un constate transformación, de ahí el emprendimiento constituye un motor dinamizador de la economía y aquel impulso de desarrollo productivo. Como resultado, el crecimiento empresarial femenino ha experimentado un notable aumento, destacándose por su innovación y liderazgo organizacional. Según el Women's Entrepreneurship Report, el emprendimiento femenino ha crecido anualmente en un 10%. Además, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el 53% de las pequeñas y medianas empresas son impulsadas por mujeres, mientras que el Global Entrepreneurship Monitor informa que el 75% de las microempresas son creadas por mujeres (Conexión ESAN, 2019). En ese sentido, ellas emprenden nuevas empresas y ello es crucial para el desarrollo del país.

La oportunidad de emprender se sitúa como el principal motivo de crecimiento económico en Perú, más aún en la Región de Puno, las mujeres desarrollan estrategias comunicativas y actividad productiva a partir de su contexto social, esto se debe a la manifestación cultural, es decir, las mujeres mediante el emprendimiento empresarial en el rubro de la artesanía constituyen un generador de ingresos, esta iniciativa se encuentra marcado por la necesidad económica, que apertura un mercado de negocios, así las mujeres artesanas empiezan a tener una participación importante en generar empresas a partir del contexto social y cultural.

Es así, el trabajo artesanal se encuentra estrechamente vinculado con los sentimientos que conlleva a la identidad que se sitúa como un valor



social, de esta forma, toda la actividad se encuentra asociado las capacidades de llevar las tareas de liderazgo para la optimización del emprendimiento. En ese sentido en Perú, la actividad artesanal se encuentra regulado mediante la Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal, Ley N° 29073, que establece su promoción.

1.2. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Qué relación existe entre el emprendimiento empresarial de la mujer las habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno-2021?

1.2.2. Problema específico

- ¿Como los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres se relaciona con las habilidades gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno?
- ¿Cómo las habilidades gerenciales de las mujeres se relacionan con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno?
- ¿Cómo el tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres se relaciona con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El tema de estudio tendrá interés social, debido al posicionamiento del enfoque de género y la igualdad, de tal forma la importancia de reconocer



el emprendimiento empresarial de las mujeres que propiciará el liderazgo en la organización. Asimismo, el estudio es conveniente donde explica la relación entre el emprendimiento empresarial femenino, las habilidades gerenciales y la creación de valor social en las empresas artesanales de la región de Puno en 2021.

El trabajo de investigación tiene implicancias de explicar el emprendimiento empresarial femenino y las habilidades gerenciales son factores clave que permiten la toma de decisiones orientadas a mejorar el valor social y optimizar el negocio de artesanía.

Desde el aspecto metodología se analizará mediante el método correlacional que permitirá la identificación de tipos de emprendimiento, asimismo mediante los instrumentos de investigación permitirá el análisis de datos.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Explicar la incidencia que existe entre el emprendimiento empresarial de la mujer las habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresariales de artesanía de la región de Puno-2021

1.4.2. Objetivo específico

- Determinar los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres y su relación con las habilidades gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno.



- Conocer las habilidades gerenciales de las mujeres y su asociación con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno.
- Identificar el tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres y su incidencia con la creación de valor social en las empresariales de artesanía de la región de Puno.

1.5. IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El tema de estudio posee importancia debido a que resalta el emprendimiento empresarial y habilidades gerenciales de las mujeres artesanales de la Región de Puno, puesto que permite el posicionamiento de la mujer en el mercado y dinamizar la economía, asimismo permite visibilizar la igualdad. En ese sentido, desarrollar las capacidades de las mujeres en emprender negocios con responsabilidad social.

1.6. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

En el proceso de estudio se identificó un limitante que refiere a la aplicación del instrumento de investigación, debido a la coyuntura de la pandemia de Covid-19, por ende, el recabar datos ha demorado por el mismo escenario de aislamiento social. Asimismo, el análisis de datos ha demorado.

1.7. HIPÓTESIS

1.7.1. Hipótesis general

El emprendimiento empresarial que tiene las mujeres tiene una relación directa con las habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresariales de artesanía de la región de Puno-2021

1.7.2. Hipótesis específica

- Los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres se relaciona directamente con las habilidades gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno.
- Las habilidades gerenciales de las mujeres se relacionan directamente con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno.
- El tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres se relacionan directamente con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno.

1.8. VARIABLES

Variable 1: Emprendimiento de la mujer

Variable 2: Habilidades gerenciales

Variable 3: Valor social

1.8.1. Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Emprendimiento de la mujer	Dimensiones del emprendimiento	Individual	Ordinal
		Relaciones cercanas	
		Colectiva	
	Tipos de emprendimiento	Oportunidad	
		Necesidad	
		Empresarial	



		Social	
		Cultural	
		Intra emprendimiento	
	Factor que motiva el emprendimiento	Factor contextual	
		Factor individual	
Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Habilidades gerenciales	Habilidades	Grupal	Ordinal
		Personal	
		Conceptuales	
		Humanas	
		Técnica	
Variable	Dimensiones	Indicadores	
Valor social	Creación de valor social	Creación de valor social en emprendimiento	

Nota: desarrollado por el investigador a partir de la revisión documental.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1. A nivel internacional

Escritor y año de publicación del estudio: (Valencia, 2018).

Título del estudio: El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador.

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se llevó a cabo mediante una investigación aplicada, con enfoque cuantitativo, tipo deductivo, el diseño de investigación fue correlacional.

Conclusión del estudio: El emprendimiento empresarial en el ámbito de la artesanía tiene un impacto moderado en el desarrollo sostenible, dado que los emprendedores del sector han identificado ideas con el fin de mejorar la producción de bienes. Además, la organización de cada comunidad o sector relacionado con la artesanía facilitará la entrada de los emprendedores a servicios financieros y su acceso al sistema financiero



Escritor y año de publicación del estudio: (Vallmitjana, 2014)

Título del estudio: La actividad emprendedora de los graduados IQS

Tipo de estudio: Tesis

Conclusión del estudio: El objetivo principal de promover el emprendimiento en las universidades es estimular la creación de empresas que impulsen el progreso y el desarrollo económico y social del territorio. Además, los emprendedores generan nuevos negocios y las nuevas empresas crean empleos, lo que a su vez intensifica la competencia y aumenta la productividad mediante el cambio tecnológico.

Escritor y año de publicación del estudio: (Rodríguez et al., 2020)

Título del estudio: Proyecto de emprendimiento social - artesanías de Usme: "emprendiendo por un mañana mejor con empleo digno y amor, por nuestras madres cabeza de hogar"

Tipo de estudio: Tesis

Conclusión del estudio: el emprendimiento social está dando lugar a nuevas opciones económicas, oportunidades laborales y transformaciones sociales en el ámbito empresarial. Al embarcarse en un proyecto de emprendimiento social, es crucial realizar un análisis exhaustivo de la situación.

Escritor y año de publicación del estudio: (Sánchez et al., 2021)

Título del estudio: Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género

Tipo de estudio: Tesis



Conclusión del estudio: en el enfoque conductual suele enfatizarse en la personalidad del sujeto como un desarrollo de su emprendimiento, como primer punto se observó que en caso de los hombres el determinante para lograr el éxito en el emprendimiento se centra en el enfoque gerencial, en cambio en las mujeres radica en su personalidad.

Escritor y año de publicación del estudio: (Parrado y Pardo, 2019)

Título del estudio: Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado o social ante el estado fallido. Estudio de casos de mujeres profesionales entre las edades de 18 a 45 años

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: el estudio se fundamentó en el análisis de caso y el análisis crítico, de tipo analítico, se desarrolló bajo un enfoque cualitativo (sistémico y hermenéutico).

Conclusión del estudio: Según las experiencias, se observa que el emprendimiento femenino surge como una opción para generar ingresos debido a las dificultades de acceso al empleo y al reconocimiento de las capacidades laborales de las mujeres. Esto evidencia que las mujeres se enfrentan a obstáculos impuestos por un sistema patriarcal y patrones culturales, los cuales invisibilizan su liderazgo y espíritu emprendedor. Además, se identifica una falta de garantías y apoyo por parte de las empresas.

Escritor y año de publicación del estudio: (Manjarres, 2017)



Título del estudio: Desarrollo de las competencias y habilidades gerenciales de los emprendedores del fondo emprender SENA regional Sucre

Tipo de estudio: Tesis

Conclusión del estudio: Los gerentes actuales se encuentran confrontando diversos desafíos, que incluyen la necesidad de adquirir y desarrollar las habilidades gerenciales requeridas. Además, deben gestionar de manera efectiva los procesos de comunicación, eliminar prácticas de papeleo innecesario y llevar a cabo una gestión estratégica, eficiente y dinámica de su organización y su equipo de trabajo.

2.1.2. A nivel nacional

Escritor y año de publicación del estudio: (Valencia, 2018)

Título del estudio: Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se aplicó el enfoque cuantitativo

Conclusión del estudio: los grupos poblacionales vulnerables aprendieron de todas sus necesidades y se convirtieron en grandes administradoras de los recursos, donde otros desean iniciar sus propios negocios, para emprender un negocio, es necesario generar un impacto en la mejora, donde ofrezca buenos productos ya que son bienes muy preciados.

Escritor y año de publicación del estudio: (Ferrel, 2018)

Título del estudio: Emprendedorismo y habilidades gerenciales de egresados de la escuela profesional de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. periodo - 2017



Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: el autor aplico el enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo correlacional, e diseño corresponde al no experimental de corte transversal.

Conclusión del estudio: Se pudo observar que en ocasiones se establecen relaciones positivas con los demás, y la mayoría utiliza aplicaciones informáticas para aumentar su productividad y mejorar sus habilidades. Esto les brinda motivación y también demuestran interés en aprender y toman modelos a seguir. La mayoría de los encuestados cumplen puntualmente con sus responsabilidades en las instituciones donde trabajan y participan en equipos de trabajo junto a sus jefes.

Escritor y año de publicación del estudio: (Chávez, 2019)

Título del estudio: Emprendimiento social femenino y su incidencia en el desarrollo social de la provincia de Cusco en los años 2013- 2016

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se enmarco en el enfoque cualitativo, de tipo explicativo.

Conclusión del estudio: Los emprendimientos sociales femeninos Pukllsunchis y Aprender comparten varias similitudes. Ambos se caracterizan por la motivación y el compromiso personal de las emprendedoras. También valoran la importancia de establecer relaciones interpersonales directas. El objetivo de estos emprendimientos sociales es contribuir al sistema educativo de la sociedad. Queda demostrado que la ética del cuidado, asociada al rol femenino de las emprendedoras sociales,



fomenta la innovación social. Además, estos emprendimientos sociales representan una alternativa para impactar directamente en el desarrollo social, abordando las necesidades sociales más relevantes.

Escritor y año de publicación del estudio: (Castañeda et al., 2021)

Título del estudio: Factores del emprendimiento y su influencia en la creación de valor social.

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se utilizó el método de casos, de tipo descriptivo y exploratorio.

Conclusión del estudio: En relación a los factores contextuales, se identificó que la capacidad individual para generar confianza es un aspecto destacado. En cuanto al financiamiento y fortalecimiento de los emprendedores, se observó la aparición de un grupo de actores en el ecosistema que están adquiriendo conocimientos progresivamente.

Escritor y año de publicación del estudio: (Álvarez y Cáceres, 2017)

Título del estudio: Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (capítulo Arequipa), 2017

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: Se utilizó una metodología no experimental de diseño transeccional con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo.

Conclusión del estudio: entre las 24 socias, sus motivos intrínsecos fueron, las que movieron a formar su empresa, además, los motivos intrínsecos y



los motivos extrínsecos fueron los de menor relevancia al momento de iniciar su empresa.

Escritor y año de publicación del estudio: (Cerdán y Sarmiento, 2020)

Título del estudio: emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: para la realización de este estudio, se adoptó un enfoque exploratorio basado en el análisis de casos, que se enfocó en el aspecto cualitativo. Además, se empleó un enfoque descriptivo comparativo para abordar el aspecto cuantitativo de la investigación.

Conclusión del estudio: Las emprendedoras femeninas contribuyen a la competitividad de las empresas debido a sus destacadas habilidades y capacidades, lo que les permite crear y mantener exitosamente las empresas que lideran. Se caracterizan por ser resilientes frente a la adversidad, demostrar iniciativa y un deseo constante de aprendizaje, poseer habilidades de liderazgo, optimismo y perseverancia para enfrentar riesgos y superar el fracaso. Además, es importante destacar que el emprendimiento femenino ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos tiempos.

Escritor y año de publicación del estudio: (Villalba, 2020)

Título del estudio: Factores de éxito del proyecto de desarrollo de productos artesanales competitivos que, a través del fortalecimiento de capacidades,



promovieron el empoderamiento de la mujer artesana Shipibo Konibo. El caso del asentamiento urbano Cantagallo, distrito del Rímac, Lima

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se utilizó un estudio de caso, con enfoque cualitativo

Conclusión del estudio: Las mujeres dedicadas a la artesanía han expresado su aprecio por la intervención en general, y este proyecto ha logrado cumplir con su objetivo. Durante la crisis, las mujeres enfrentaron dificultades para obtener materia prima, pero se ha logrado mantener la sostenibilidad del desarrollo de la actividad artesanal. Las mujeres artesanas siguen innovando en la creación de productos y adaptándose a las necesidades de sus clientes, lo que ha generado una gran oportunidad de crecimiento económico.

Escritor y año de publicación del estudio: (Vigil, 2022)

Título del estudio: Empoderamiento de la mujer artesana y rol en el efecto económico en la actividad turística del distrito de Monsefú, 2021

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se trabajó con el enfoque mixto de alcance descriptivo, debido a que busca describir las características del empoderamiento de la mujer.

Conclusión del estudio: las mujeres artesanas trabajan mejor en agrupaciones o asociaciones, donde se encuentren protegidas e impulsadas por sus lideresas o sus compañeras, asimismo la mujer



empoderada en todos sus ámbitos puede generar un ingreso para su familia o sociedad.

2.1.3. A nivel local

Escritor y año de publicación del estudio: (Laura, 2021)

Título del estudio: Empoderamiento de la mujer y habilidades gerenciales en el logro de la responsabilidad social empresarial de las empresas de artesanías de la región Puno

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: se utilizó el método deductivo, aplicado desde luego el enfoque cuantitativo y cualitativo, el diseño fue, experimental y no experimental.

Conclusión del estudio: El grado de empoderamiento de las mujeres, calculado a partir de los promedios obtenidos en cada una de las dimensiones, es de 106.11. Además, en las empresas, las habilidades gerenciales predominantes en las mujeres son las habilidades conceptuales, grupales, personales y técnicas. Se sostiene que, a medida que una mujer tenga un nivel de empoderamiento alto y habilidades gerenciales desarrolladas, esto tendrá un impacto positivo y significativo en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.

Escritor y año de publicación del estudio: (González et al., 2015)

Título del estudio: La mujer empresaria en la región Puno

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: la investigación se llevó a cabo con el enfoque cualitativo, de tipo descriptivo.



Conclusión del estudio: El éxito de las mujeres empresarias se sustenta en diversos factores, tales como: la formación académica y/o empresarial previa, ellos les generan o les abre campo en el conocimiento del mercado, además, a esto, las mujeres emprendieron negocios de diversas escalas y en diferentes sectores, destacando principalmente las microempresas, con el objetivo de generar ingresos que contribuyan al desarrollo económico tanto familiar como comunitario.

Escritor y año de publicación del estudio: (Acero, 2017)

Título del estudio: "La mujer rural en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla – Puno 2016"

Tipo de estudio: Tesis

Metodología del estudio: el autor trabajo con el enfoque mixto, es decir, con el enfoque cualitativo y cuantitativo, teniendo en cuenta el método de investigación hipotético deductivo de tipo descriptivo – correlacional, con el diseño no experimental de corte transeccional.

Conclusión del estudio: Se estima que la participación de las mujeres en el desarrollo del turismo alcanza un 60%, lo cual se considera un resultado positivo. Esto se debe a la alta correlación y baja dispersión de datos observados. Además, se espera que las comunidades campesinas logren prosperar económicamente y llevar una vida digna, mejorando así la calidad de vida de sus familias y de la comunidad en general. Este enfoque se considera una herramienta para combatir la pobreza y evitar el despoblamiento y la migración hacia las áreas urbanas.



2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Emprendimiento de la mujer

En el ámbito del emprendimiento, se despierta la creatividad que conduce a la generación de nuevas ideas e invenciones. Esto busca complementar el arte del emprendimiento como una fuerza poderosa que se manifiesta en las personas. La innovación se presenta en todos los niveles a través de la creatividad, especialmente cuando las personas se llenan de expectativas y tienen el deseo de superar la conformidad ante la realidad que experimentan. A través de su imaginación y talento creativo, los individuos sienten la necesidad de introducir innovaciones, buscando mejoras y avances en diversos ámbitos, por esta razón se estima a la innovación como el medio del emprendedor (Ordoñez et al., 2021).

Hoy en día, la gran parte de estudios se realiza sobre el emprendimiento de la mujer, debido al rol que desempeña, como trabajadoras por su cuenta y patronas o empresarias, tienen la capacidad de identificar oportunidades en el mercado y aprovechan productivamente esa oportunidad para generar ganancias (Ordoñez et al., 2021).

En la perspectiva de Schumpeter (1942) sostiene que la emprendedora era una persona innovadora, lo cual se refleja en tres aspectos principales. En primer lugar, se destacó en la introducción de nuevos productos y métodos de producción, buscando constantemente mejorarlos. En segundo lugar, tuvo la habilidad de abrir nuevos mercados, identificando oportunidades y expandiendo su alcance. Por último, se destacó en la reorganización del



proceso administrativo, implementando cambios y mejoras en la gestión empresarial. A partir de estos tres enfoques, diferentes países tomaron medidas para promover y apoyar estas acciones emprendedoras. En consecuencia, los emprendimientos han contribuido al crecimiento económico de las regiones, impulsando el progreso de los negocios y fomentando la inclusión en las comunidades rurales. Esto representa una oportunidad para que la población pueda reducir el índice de pobreza y lograr una mayor integración social (Contreras et al., 2020).

Es por ello que según la Ley que promueve el empoderamiento de las mujeres rurales e indígenas, Ley N°31168, en su artículo 1 menciona el objeto de la Ley lo siguiente:

La presente ley tiene por objeto fortalecer, a través de acciones afirmativas, el empoderamiento, la igualdad de oportunidades y el desarrollo integral de las mujeres rurales e indígenas, potenciado su autonomía, cultural, social, a través de la capacitación y el financiamiento productivo.

2.2.1.1. Dimensiones del emprendimiento

En nuestro contexto actual, el emprendimiento hace referencia a presentar soluciones concretas, que suelen presentarse a la faz de la sociedad se enfrenta a desafíos económicos y sociales que demandan una enseñanza con una perspectiva interdisciplinaria y contextualizada. (Orrego, 2008). El emprendimiento en atención al impacto que envuelve sobre la creación de puestos de trabajo y el impulso económico (Calvopiña y Moscoso, s. f.).



2.2.1.2. Tipos de emprendimiento

Los diferentes tipos de emprendimiento se manifiestan en diversos ámbitos, pero todos comparten el objetivo de desarrollar soluciones innovadoras y eficientes para los problemas existentes. El emprendimiento está abierto a cualquier persona interesada en innovar y buscar nuevos modelos de negocio. Por lo tanto, familiarizarse con las características de los distintos tipos de emprendimiento se considera una excelente manera de estimular la creatividad y promover el desarrollo de ideas originales (Rock, 2018). Según Oviedo y Yakusik (2015) argumentan los siguientes tipos de emprendimiento:

1. Los emprendedores externos: en este tipo de emprendimiento las personas desempeñan un papel fundamental al identificar nuevas oportunidades, desarrollar nuevas técnicas y establecer nuevas líneas de producción. Además, coordinan todas las actividades necesarias para la creación de nuevos productos. No solo se encargan de fortalecer proyectos estratégicos relevantes, sino que también optimizan sus capacidades de innovación. Por lo general, son los fundadores, dueños o socios de las empresas, y tienen una inclinación por experimentar con nuevas ideas.
2. Los emprendedores internos o intraemprendedores: este aspecto hace referencia a aquellos trabajadores que tengan visión empresarial, es relevante destacar que dedican un tiempo considerable a las ideas innovadoras desde dentro de las empresas, utilizando procesos abiertos que permiten recopilar, dar forma,



mejorar y canalizar estas ideas hacia un negocio exitoso. Esto resulta en beneficios y un crecimiento significativo para la empresa.

3. Los emprendedores creadores: se refiere a aquellos que deciden fundar una empresa estableciendo productos, servicio o tecnología propia o como también que desarrollaron por sí mismos.
4. Los emprendedores de franquicias: en esta perspectiva, la visión de algunos expertos indica que no todos son reconocidos como emprendedores, ya que se reconoce que poseen diferentes características emprendedoras. Además, es importante destacar la importancia de aprender y desarrollar habilidades y actitudes que fortalezcan las capacidades emprendedoras. En este contexto, las franquicias desempeñan un papel fundamental al reducir las barreras de entrada al mercado y mitigar el riesgo asociado con la creación de un negocio desde cero.
5. Los emprendedores por necesidad: este aspecto empieza cuando en ocasiones, muchas personas se ven sin opciones para garantizar su sustento personal o familiar, especialmente en momentos de crisis, donde la percepción del riesgo disminuye. Sin embargo, tras estos momentos críticos, surgen nuevas oportunidades. Es importante destacar que este tipo de emprendimiento suele carecer de una preparación técnica previa, ya que la urgencia de su situación los lleva a centrarse principalmente en la acción.
6. Los emprendedores por oportunidad: este tipo de emprendimiento surge cuando se detectaron problemas, el déficit o la insatisfacción en el mercado de consumo es percibido por algunas personas como una



oportunidad para aprovechar y capitalizar a través de sus ideas creativas e innovadoras para destacarse. Estas ideas surgen a partir de una observación que les permite salir de la dependencia de un empleo tradicional.

7. Los emprendedores de base científica tecnológica: este tipo de emprendimiento se caracteriza por contar con una formación académica sólida, especialmente en disciplinas científicas o ingenierías. Estos emprendedores suelen haber tenido una trayectoria vinculada a la investigación en diversos aspectos durante su carrera profesional. Además, tomar este tipo de decisión requiere iniciativas de financiación para llevar a cabo la etapa de investigación. y en lo posterior se pueda realizar el desarrollo de prototipo y patente, por ello, es muy imprescindible durante las primeras etapas, como también el poder sumar al equipo de personas con perfil comercial.
8. Los emprendedores de la industria digital: Se refiere a emprendedores que se dedican a desarrollar proyectos centrados en aprovechar las oportunidades que brinda Internet, el software en general y aplicaciones para dispositivos como smartphones, tablets y videojuegos, entre otros aspectos similares. Este segmento resulta atractivo para los inversionistas debido a las grandes expectativas de crecimiento y alto potencial que ofrece la economía digital.
9. Los emprendedores creativos: estas emprendedoras suelen dedicarse a proyectos en los sectores de diseño, moda, cine, teatro, editoriales y artes, donde su enfoque se centra en el producto y su capacidad de diferenciación. Aunque su crecimiento puede ser menos



acelerado en comparación con las empresas de base tecnológica, su impacto trascendental y su integración en el mercado son menos comunes pero igualmente valiosos.

10. Los emprendedores consultores: estas emprendedoras poseen una formación académica especializada en diversas disciplinas, como derecho, contabilidad, entre otros, y han adquirido una amplia experiencia en el mercado. Gracias a ello, están capacitadas para brindar asesoramiento a empresas u otros actores en diferentes áreas. emprendedoras, un hecho importante es que el emprendimiento de la consultoría comienza con uno o dos profesionales y generalmente, los emprendedores que se ajustan a este perfil cuentan con mayores recursos al momento de comercializar sus servicios.
11. Los emprendedores del sector gastronómico: Los emprendimientos en el sector de restaurantes y establecimientos de comida son altamente exigentes en la mayoría de los mercados, requiriendo una inversión inicial significativa en promedio. Esta industria demanda un conocimiento práctico para evitar errores al comienzo, ya que implica costos fijos considerablemente altos.
12. Los emprendedores con especialidad comercial: en este tipo de emprendimiento, los emprendedores comerciales destacan por su notable habilidad para generar respuesta comercial en el sector en el que se adentran. Además, en ocasiones, su profundo conocimiento del mercado les permite involucrarse en el desarrollo del producto para satisfacer las necesidades y deseos del cliente. De esta manera,



logran encontrar un equilibrio entre su habilidad comercial y la confianza generada por la calidad del producto, lo cual se traduce en resultados notables.

13. Los emprendedores sociales: los emprendimientos con este perfil se destacan por su enfoque en captar terreno en el mercado. En este sentido, existen diversos emprendimientos sin fines de lucro que se diferencian al gestionar sus operaciones considerando los impactos sociales y ambientales. Por otro lado, también encontramos proyectos con fines de lucro que buscan socios para su financiamiento, pero se distinguen por incorporar en sus estrategias y políticas de transparencia, así como por promover prácticas laborales que cumplan con la legislación vigente y construir relaciones positivas en la comunidad.

14. Los emprendedores del sector de agronegocios: esta categoría de emprendimientos se dedica a la integración en diversos sectores, ya que su enfoque principal es generar rentabilidad a través de la aplicación de conocimientos e innovación. Además, los proyectos en este ámbito, que están relacionados con la tecnología y la ciencia, así como el turismo rural y de aventura, son ejemplos de emprendimientos con un gran potencial para desarrollar nuevos mercados. (Oviedo y Yakusik, 2015).

Dentro de los tipos de emprendimiento se tiene en consideración a los tipos de emprendedores, dado que el emprendedor es un individuo que comparte las mismas necesidades psicológicas básicas que cualquier otro ser



humano, como la necesidad de afiliación y la necesidad de poder (Alcaraz, 2011). Por tanto, se muestran los siguientes:

- a. El emprendedor administrativo utiliza la investigación y la mejora continua para desarrollar nuevas y mejores formas de realizar tareas y actividades.
 - b. El emprendedor oportunista se centra en identificar y aprovechar las oportunidades que surgen, manteniéndose alerta ante los recursos y circunstancias que lo rodean.
 - c. El emprendedor adquisitivo se caracteriza por su constante búsqueda de innovación, lo cual le permite crecer y mejorar en lo que hace.
 - d. El emprendedor incubador tiene como objetivo el crecimiento y la búsqueda de independencia, estableciendo mecanismos autónomos que pueden convertirse en nuevos negocios, incluso a partir de uno existente.
 - e. El emprendedor imitador genera innovación al mejorar y adaptar elementos básicos ya existentes para desarrollar sus propios procesos.
- (Alcaraz, 2011).

2.2.1.3. Factor que motiva el emprendimiento

La motivación emprendedora es un factor crucial para fomentar el progreso de una sociedad, ya que proporciona herramientas para canalizar las acciones de los emprendedores y lograr el éxito. Esta motivación ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad en diferentes niveles, pero se ve fortalecida especialmente en épocas de globalización (Sastre, 2013).



Los elementos motivadores asociados al desarrollo de los procesos de emprendimiento productivo, tanto internos como externos, implican un análisis multidimensional de los aspectos individuales, familiares, sociales y económicos en los que las mujeres que desean embarcarse en una experiencia emprendedora se encuentran inmersas (Castro, 2019). Dentro del contexto cultural, tomando en consideración el origen y desarrollo social de las personas, desempeña un papel que influye en la formación y modelación de los emprendedores, el comportamiento emprendedor como algo que deseen o sea positivo (Morrison, 2000).

2.2.1.3.1. Factor individual

Se logran estimar como los factores sociales que influyen y moldean a la persona, brindan la oportunidad de que el individuo pueda desarrollarse en términos psicosociales, cognitivos y conductuales, permitiéndole crecer y progresar confrontar las diferentes situaciones y/o dificultades que se presente a lo largo de las etapas de la vida (Castañeda et al., 2021). Dentro de este factor se nombran aspectos que son importantes, tales como la motivación, que se encarga de medir siete dimensiones para los emprendimientos que abarcan un amplio rango de aspectos y tienen un alcance profundo, incluyendo el logro, los desafíos y el aprendizaje, la independencia y la autonomía, la seguridad financiera y el éxito, el reconocimiento y el estatus, la familia y sus roles, y la insatisfacción, son factores importantes a considerar. y por último la motivación social y/ comunitarias (Patiño, 2018).



Según Elam et al., (2019) se sostiene que la elección de emprender un negocio se puede entender a través de dos tipos de motivaciones: la motivación por necesidad y la motivación por oportunidad. Estas motivaciones desempeñan un papel crucial en el rendimiento de la empresa y en la toma de decisiones estratégicas por parte de los empresarios. Dentro del factor individual se toma en consideración a la educación, para ello el autor Castañeda et al., (2021) señalan la existencia de un aumento la inquietud de economistas, sociólogos y pedagogos por comprender la conexión entre la educación y el empleo ha despertado un interés creciente en considerar la educación como un factor explícito en la política laboral y los desafíos empresariales.

2.2.1.3.2. Factor contextual

Se trata de comprender al factor contextual, ya que es importante contar con información obtenida de emprendedores, organizaciones y del entorno en el que se lleva a cabo la actividad emprendedora. Además, la credibilidad suele surgir principalmente del entorno cercano al emprendedor, lo cual le brinda beneficios como fortalecer la imagen corporativa. (Autio et al., 2013). Según Julien (2010) manifiesta que las relaciones contextuales desempeñan un papel fundamental en la creación y el desarrollo de nuevos negocios. Por lo tanto, emprender es resultado del entorno y se ve influenciado por estímulos, apoyo y las condiciones tanto regionales como locales.

La competitividad de la industria, la dinámica del mercado y los recursos disponibles son condiciones que destacan inmediatamente las



posibilidades reales de crecimiento de las empresas. Además, las capacidades y habilidades del empresario desempeñan un papel importante al explicar el impacto de la voluntad y la motivación en el crecimiento económico. (Moreno, 2019). Para Castañeda et al., (2021) los factores contextuales son variables que provienen del entorno y abarcan tanto aspectos formales como informales. La gran mayoría de estas variables han demostrado tener influencia en el emprendimiento en diversas situaciones. No obstante, algunos contextos presentan escenarios muy particulares, como el conflicto armado.

2.2.2. Habilidades gerenciales

Las habilidades gerenciales están vinculadas a los recursos estratégicos necesarios en una organización para generar valor. Sin embargo, en nuestro país, estas habilidades son escasas a nivel gerencial, lo que representa un desafío significativo en las organizaciones. Esto es especialmente cierto en un mercado laboral caracterizado por la coexistencia de diversas generaciones con características y demandas distintas significativas (Aparicio y Medina, 2015). Para Cassab y Mayorca (2018) hacen referencia a las acciones emprendidas por los individuos, independientemente de su objetivo, se basan en las habilidades que cada persona posee. Estas habilidades les permiten descubrir oportunidades y perseguir iniciativas que generen ingresos propios y fomenten el desarrollo de la sociedad. En este sentido, las habilidades gerenciales reflejan actitudes de liderazgo en una persona.



Dentro de una organización se puede expresar a manera de conductas en cualquier momento, debido a que fueron desarrolladas por medio de la práctica, eso quiere decir, para lograrlo, es necesario emplear estrategias que sean utilizadas de manera deliberada, tal como se mencionó anteriormente. Las habilidades, en este contexto, se refieren a las capacidades o actitudes que se ponen en práctica en el momento de llevar a cabo las acciones. de manera consciente o inconsciente, esas acciones se emplean en trabajos concretos (García et al., 2017). Según Drucker (2002) refiere que el término "habilidad" tiene su origen en el latín "habilitas" y se refiere a la destreza, talento, pericia o aptitud para llevar a cabo una tarea específica. Una persona habilidosa es capaz de realizar una tarea o actividad con éxito debido a su destreza en la misma.

2.2.2.1. Clasificación de las habilidades gerenciales

La relación de una gerente con sus empleados se hace muy significativo, por que involucra a los tratos con total respeto y la dignidad, ello se consigue por medio de formaciones directas concretas y mostrando una actitud positiva (Reyes, 2016). Todo directivo para poder conseguir ser eficiente, tiene el deber de desarrollar tres tipos de habilidades gerenciales, empezando por las técnicas, seguidas de las sociales o las humanas y por ultimo las conceptuales, estos tipos de aspectos son conocidos como estratégicas o intelectuales (Katz, 1974). En nuestro contexto actual, todo nivel gerencial espera que la persona tenga la capacidad de concentrar adaptar sus experiencia y habilidades a los procedimientos establecidos en una organización, lo cual implica destacar las competencias y el conocimiento comprobado que conducirán al logro exitoso de diversas

tareas y objetivos y cada más provocadores objetivos organizaciones (Dalziel et al., 1996).

Las personas tienen la capacidad de emplear de manera eficaz los recursos de la organización, contribuyendo el esfuerzo y la inteligencia, por esta razón surge la necesidad de mandar de forma óptima a las sujetos o de encauzarlas y movilizarlas hacia el logro del objetivo, la identificación de estas habilidades y recurso es altanera y se requiere el uso de instrumentos más confiables y validados para poder detectar y predecir con mayor precisión el comportamiento futuro de una persona (Pereda, 2016).

1. **Habilidades grupales:** es la capacidad de colaborar y cooperar en equipo para lograr metas comunes de manera habitual (Aparicio y Medina, 2015). Este tipo de habilidad es esencial para un buen desempeño gerencial, y existe un consentimiento en los diferentes grupos analizados, de esta forma, lo que destaca más es el liderazgo se define como la capacidad para desempeñarse eficazmente en roles gerenciales, lo cual genera mayor motivación, compromiso y acciones orientadas a la ejecución de estrategias, con el objetivo de alcanzar un éxito óptimo en la organización (Laura, 2021).
2. **Habilidades personales:** ee refiere al aspecto individual, donde la capacidad de autodirección influirá en el comportamiento de las personas. Se destacan habilidades fundamentales como el aprendizaje continuo, la gestión eficiente del tiempo, la inteligencia emocional y el manejo del estrés, la planificación estratégica y el crecimiento personal, la construcción de una visión personal y, por último, la toma de



decisiones (Pereda, 2016). La medida de un buen gerente radica en la excelencia de sus logros y resultados, ya que no se limita necesariamente al tiempo que dedica a su trabajo. Es fundamental poseer la capacidad de generar resultados sólidos y agregar valor a la organización (Laura, 2021).

3. **Habilidades conceptuales:** estas habilidades se refieren a la capacidad de visualizar el panorama general y consisten en reconocer los elementos que lo componen trascendentales que se presentan en situaciones y por ende se trata de comprender las relaciones entre ellos, en otras palabras, estas habilidades se dividen en dos categorías: habilidad conceptual, que se enfoca en las ideas y la comprensión de las personas, y habilidad técnica, que se relaciona con las tareas y los objetos concretos. La habilidad conceptual permite que las personas estén alineadas con los objetivos de la organización (García et al., 2017). En la perspectiva de Cleghorn (2005) logra estimar como, aquel que permite pensar en termino de modelos, marcos de referencia y las relaciones amplias, tales como se dan en los planes estratégicos de largo plazo. Esta habilidad se refiere a la capacidad de visualizar la empresa en su conjunto y, de esta manera, coordinar e integrar los intereses de la organización. Consiste en percibir a la empresa de manera sistémica e integral, con el fin de identificar sus componentes y reconocer los cambios que puedan afectarla de manera positiva o negativa (Aparicio y Medina, 2015).
4. **Habilidades humanas:** se refieren a las habilidades necesarias para que los gerentes puedan colaborar, persuadir, orientar y motivar a sus



empleados sin hacer distinciones basadas en la edad, el género, la clase o la condición. El objetivo es alcanzar los objetivos empresariales de manera inclusiva y equitativa (Ruiz, 2013). Para García et al., (2017) las habilidades humanísticas o sociales son extremadamente importantes en todos los niveles de jerarquía, ya que permiten una interacción efectiva entre los subordinados y los gerentes. Además, estas habilidades contribuyen al mejoramiento de las relaciones interpersonales, fomentando un buen clima laboral y, incluso, incrementando la productividad. Por su parte Manjarres (2017) dice que es la habilidad de interactuar de forma efectiva con las personas, refiere a la habilidad del gerente para desempeñarse de manera efectiva como un miembro integrante de un equipo, logrando así obtener la cooperación dentro del grupo que lidera.

5. Habilidades técnicas: suele ser considerada como aquel que se adquiere en la academia, durante la adquisición del transcurso profesional, es decir de la experiencia, hacen referencia a la habilidad de implementar los procedimientos en un área específica, comprendiendo y aplicando los conocimientos técnicos pertinentes al campo de acción y a la organización en cuestión. que tiene su cargo (García et al., 2017). Estas habilidades implican llevar a cabo las tareas que se realizan en las organizaciones de acuerdo con los métodos establecidos y los resultados disponibles, además de crear modelos de evaluación adecuados. (Laura, 2021). Según Cassab y Mayorca (2018) suele relacionarse con la capacidad de poder emplear a beneficio de los recursos necesarios para poder efectuar atareas concretas. Esta



habilidad implica tener un profundo conocimiento y experiencia en los procesos, técnicas y herramientas específicas del cargo o área en el que se desempeña. Se trata de la capacidad de utilizar de manera efectiva el conocimiento técnico, métodos, técnicas y recursos necesarios para llevar a cabo tareas específicas. (Manjarres, 2017).

2.2.3. Valor social

Los valores sociales son evaluaciones positivas o sobrevaloraciones de ciertos atributos sociales que son considerados subjetivamente importantes por un grupo o sociedad en particular. Su principal objetivo es facilitar la construcción del mundo social, promoviendo la interacción entre las personas y la realidad social. A través de los valores, las personas construyen su propia comprensión del mundo social, y a su vez, el sistema se encarga de difundir y legitimar las normas vigentes (Hernández, 1986). Asimismo, los valores sociales surgen como un elemento de integración social al permitir la identificación y conexión de las personas con los grupos que comparten un sistema de valores. Los valores sociales varían en función de los grupos, ya que cada grupo social o sociedad tiene su propio sistema de valores, que evoluciona y se transforma con el tiempo (Hernández, 1986).

Se tiene una gran inquietud por forjar el valor social en las organizaciones, en los aspectos de economía social como mercantil (Retolaza et al., 2014). La gran parte de las organizaciones y emprendimiento que idean valor social poseen objetivos sociales, a razón de que se trata de organizaciones de la sociedad civil como organismos de promoción, son organizaciones

sin fines de lucro (Beaumont, 2016). Primero se toca el tema de la creación de valor compartido, que hace referencia a las empresas que acrecientan un objetivo social a su propósito de creación de valor económico, como segunda instancia se trata de empresas que crean valor económico con el propósito de desempeñar sus fines (Beaumont, 2016).

El propósito de la gestión social consiste en generar valor para la sociedad, lo cual se evidencia cuando se logran satisfacer las necesidades sociales, pero, se tiene que hacer dos claridades, como la necesidad social no es igual a los satisfactores que brindan las organizaciones para poder satisfacerlas, dado que, una necesidad es una condición para la realización del ser humano, son dimensiones que nos hacen ser los que somos (Beaumont, 2016). El valor social de cualquier actividad debe establecerse a través de una comparación entre los resultados de dicha actividad y lo que estos representan para la sociedad en su totalidad. No se trata solo de realizar la actividad, sino de evaluar su impacto en la sociedad (Gutiérrez-Solana, 2018).

2.2.3.1. Creación de valor social

Las organizaciones generan valor en diversos niveles, como el económico, social y ambiental, debido a que las sociedades valoran y adoptan cada vez más los beneficios del compromiso empresarial. En respuesta, las instituciones se reorganizan para fomentar una actividad empresarial positiva, la cual es reconocida y recompensada (Castañeda et al., 2021). Según Hechavarria et al., (2012) afirma que la generación de valor social



consiste en la habilidad de ofrecer una propuesta de valor que no se enfoca exclusivamente en el aspecto económico.

Por su parte Sánchez et al., (2018) la creación de valor social se materializa a través de diversas prácticas, como el cuidado del medio ambiente, la promoción de la inclusión social, la responsabilidad social, las iniciativas que fomentan la creación de empleo, el desarrollo local y la cohesión social. Acotando a ello Hechavarria et al., (2012) afirma que en las sociedades donde las necesidades humanas básicas y materiales son prioritarias, los empresarios tienden a poner menos énfasis en la creación de valor económico y más en la creación de valor social. Por otro lado, en sociedades menos desarrolladas, los empresarios suelen centrarse principalmente en la generación de valor económico y no tanto en la creación de valor social.

Por su parte el autor después de haber realizado una investigación, y cuyos resultados logran estimar que, la gran parte lograron afirmar que el valor se refería a la satisfacción de los accionistas o dueños de las empresas, de los clientes y del personal, por otra parte, la generación de valor se debe fundamentar en una propuesta que diferencie de la empresa al de la competencia y, por último, el valor es un tema primordial para su desarrollo y el éxito empresarial (Orna, 2015).

2.2.3.2. Creación de valor social en emprendimiento

En nuestro contexto actual se vive muchas exigencias porque vivimos en un mundo globalizado, por ende hoy en día sobrellevan a los países a



buscar el desarrollo sostenible y generar valor, en lo económico, social y humano, por esta razón se logró impulsar la práctica del emprendimiento social, sin embargo su análisis tiene dificultad de no tener claridad en cuanto a su definición y conceptualización (Pérez et al., 2017). La creación del valor social se constituye como la primordial característica del emprendimiento social, el valor social tiene diferentes formas de manifestarse en los emprendimientos, promueve la inclusión social, satisfaciendo una necesidad social no atendida por el Estado, originando empleo estable, trabajando de forma respetuosa con el medio ambiente (Sánchez et al., 2018).



CAPITULO III

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

3.1. MÉTODO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN

El estudio se abordara desde el enfoque de investigación cuantitativa, la cual permite realizar estudios asociados al conteo numérico, de esta forma esta constituye al conjunto de secuencias organizados rigurosos (Hernández y Mendoza, 2018), así, en el estudio a partir de la construcción de conocimientos se generara desde la participación de actores emprendedoras en la región de Puno.

La investigación tendrá el método de correlacional, ya que, con el propósito de estudiar el comportamiento de las variables, así se pretende conocer el grado de relación de las variables de estudio, porque de explicará el tipo de emprendimiento empresarial que subyace en las mujeres artesanas en la región de Puno y su incidencia con las habilidades gerenciales.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación mediante la cual se abordará en básico Muñoz (2015), debido a que su propósito es generar conocimientos de tal forma



poder ampliar los conocimientos sobre el emprendimiento empresarial y las habilidades gerenciales en las mujeres, así contribuir con los saberes en el campo de la economía.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de análisis comprende al explicativo Muñoz (2015), para la cual es necesario contar con datos relevantes para determinar los hechos investigados.

3.4. DISEÑO DE INVETSIGACIÓN

Acorde al enfoque de estudio, se adoptará el diseño de investigación no experimental Hernández y Mendoza (2018), la cual a partir de la no manipulación deliberada de las variables permitirá realizar un análisis del emprendimiento empresarial de las mujeres artesanas. Por lo que, acorde a las variables de estudio esta no será variado, así el fenómeno de investigación del emprendimiento empresarial, habilidades gerenciales y la creación del valor social será conforme al contexto natural.

3.5. DESCRIPCIÓN DEL ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

El ámbito principal de investigación se centró en las empresas de artesanía de la región de Puno.

El departamento de Puno es uno de los veinticuatro departamentos que conforma nuestro país, su capital sinónima es Puno, su ciudad mas poblada es Juliaca, asimismo se encuentra ubicado en la zona Sur-Oriental del país, en ese sentido este departamento limita por el norte con el departamento



de Madre de Dios, por el este con la ciudad de Bolivia, por el suroeste con los departamentos de Tacna y Moquegua y por el oeste con los departamentos de Arequipa y Cuzco. El departamento de Puno está sostenido en su gran meseta lacustre por el bastión de la Cordillera Volcánica, seguido del círculo andino de la meseta del Titicaca, cuenta con extensión de 66 997 km², por ende, es el quinto departamento más extenso y se encuentra en el altiplano entre 3,812 y 5,500 m.s.n.m. y entre la ceja de selva y la selva alta entre los 4,200 y 500 m.s.n.m. Se fundó el 26 de abril de 1822 y creado como departamento, su principal Patrimonio Cultural es la fiesta de la Virgen de la Candelaria, ya que fue declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco, en los siglos siguientes se desarrollaron varias culturas andinas, sitios arqueológicos.

Administrativamente, el departamento se divide en 13 provincias, según los censos efectuados en el año 2017, la provincia más poblada es la provincia de San Román, en este departamento se efectúan actividades extractivas como la minería, ganadería, agricultura. Es el primer productor nacional de: estaño, fibra de alpaca, papas, carne de ovino, lana y quinua.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.6.1. Población:

En atención al diseño de investigación del tema de estudio de emprendimiento empresarial y habilidades gerenciales de mujeres artesanas en la región de Puno, la población considerada para el estudio está comprendida por el conjunto de mujeres que integran las empresas

artesanales en la región de Puno, según la Dirección Nacional de Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR, 2021) considera la existencia de 270 mujeres artesanas (Ver cuadro 1).

Tabla 2 Asociación artesanal en la región de Puno

Asociación artesanal	Integrantes
Artisanos del Puerto Muelle de Puno	30
Asociaciones de Juli	15
ADAPA Asociación distrital de artesanos productores de Acora	50
Asociación de artesanas de la provincia de Ilave	30
Mesa Artesanía Puno	60
COLOFAR Lampa	10
Juliaca CITE Camélidos Sudamericanos	35
COLOFAR Ayaviri	40
Total	270

Nota: población de artesanos mujeres considerada para el estudio. (DIRCETUR, 2021).

3.6.2. Muestra

Tratándose de un estudio cuantitativo el diseño muestral corresponderá al muestreo probabilístico, de tipo de muestra aleatorio simple, la cual permitirá el cálculo de la muestra acorde a la formula establecida:

$$n = \frac{z^2 * N * p * q}{i^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = tamaño muestral

N = tamaño de la población

Z = valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z_{\alpha=0.05} = 1.96$ y

$Z_{\alpha=0.01} = 2.58$

P = prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($p=0.5$)

Q= prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($q=0.5$)

i = error que se prevé cometer si es del 5% $i=0.05$.

Aplicando primera formula:

$$n = \frac{(1.96)^2 270 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (270 - 1) + 1.96^2 + 0.5 * 0.5} = 160$$

Para el estudio de la formula se establece que la muestra corresponderá a 160 mujeres artesanas de la región de Puno.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

3.7.1. Técnica de la investigación.

En primer punto se considera la revisión de documentos, donde permite recabar información de revistas, libros, legislación y otros. De esta forma con la recolección de información permite identificar las discusiones existentes.

La segunda técnica de investigación aplicada es la encuesta, la cual permite recabar información de modo rápido y eficaz.

3.7.2. Instrumentos de la investigación. -

El primer instrumento de estudio corresponde a la ficha bibliográfica.

El segundo instrumento de investigación que será aplicado es el cuestionario.

3.8. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

3.8.1. Validez del instrumento

Desarrollar la validez de una investigación a partir del juicio de expertos implica demostrar que el enfoque metodológico, los procedimientos y los resultados de la investigación son confiables y pertinentes en función de la opinión de personas que son consideradas expertas en el campo de estudio.

Así, para la investigación se prosiguió a proporcionar a los expertos los resultados de tu investigación y solicita sus opiniones sobre la coherencia de los resultados con las teorías y conocimientos previos en el campo.

3.8.2. Confiabilidad del instrumento

Para el procesamiento de datos, el instrumento de investigación será medido para su validación y confiabilidad, por ende, el cuestionario empleado fue realizado mediante el coeficiente de Alpha de Cronbach, donde el rango de medición comprende:

Tabla 3 Escala de Alpha de Cronbach

Alpha de cronbach	Consistencia
0 – 0.2	Muy baja
0.2 – 0.4	Baja
0.4 – 0.6	Moderada
0.6 – 0.8	Bueno
0.8 – 1.0	Alta

Nota: estructura de Alpha de Cronbach. (Hernández y Mendoza, 2018).

Conforme a la escala de Alpha de Cronbach, el cuestionario obtuvo una valoración de 1.0 lo se considera en alto, ello posibilita que la confiabilidad es aceptable.

3.9. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARA LA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para el análisis y corroboración de hipótesis se realizó a partir de coeficiente de Pearson, esta permite medir el grado de asociación entre dos o mas variables de estudio, en ese sentido para medir el grado de relación de las variables de emprendimiento empresarial, habilidades gerenciales y valor social, donde:

Cuadro 2 coeficiente de Pearson

Pearson	Significado
± 0.01 a ± 0.19	Muy baja
± 0.20 a ± 0.39	Baja
± 0.40 a ± 0.69	Moderado
± 0.70 a ± 0.89	Alta
± 0.90 a ± 0.99	Muy alta
+1	Positiva
-1	Negativa
0	Nula

Nota: escala de coeficiente de Spearman.

CAPITULO VI

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Tabla 4 Motivación para el reto empresarial

		Te sientes motivada para asumir reto empresarial					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	5	0	0	0	0	5
		% del total	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	29	13	5	1	1	49
		% del total	18,1%	8,1%	3,1%	0,6%	0,6%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	20	11	2	5	1	39
		% del total	12,5%	6,9%	1,3%	3,1%	0,6%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	13	8	1	4	4	30
		% del total	8,1%	5,0%	0,6%	2,5%	2,5%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	22	8	4	1	2	37
		% del total	13,8%	5,0%	2,5%	0,6%	1,3%	23,1%
Total		Recuento	89	40	12	11	8	160
		% del total	55,6%	25,0%	7,5%	6,9%	5,0%	100,0%

Nota: Encuesta dirigido a mujeres emprendedoras de asociación de artesanía.

De la Tabla 1, podemos observar que el 3,1% (18 a 24 años), 18.1% (25 a 31 años), el 12.5% (32 a 38 años), 8.1% (39 a 45 años) y 13.8% (46 años a mas) de las mujeres artesanas se siempre se encuentran motivadas para asumir retos empresariales. En aproximación al caso nos da cuenta que las mujeres presentan alta motivación para asumir retos empresariales en rubro artesanal,

asi, según Ordoñez et al., (2021) el emprendimiento es generar la creatividad, esto es llenar de expectativa frente a si mismo. Esto se encuentra orientado a que las mujeres muestran motivación para el reto empresarial. Por otro lado, se infiere que el emprendimiento empresarial y el logro de esta se encuentra asociado con la idea y la demanda comercial, de ahí, que en lugares turísticos la demanda por objetos culturales posee relevancia para hacer empresa.

Tabla 5 Sentimiento de felicidad y autorrealizada el dirigir una empresa

		Te hace sentir feliz y autorrealizada el dirigir una empresa					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	1	3	0	1	0	5
		% del total	0,6%	1,9%	0,0%	0,6%	0,0%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	25	13	7	2	2	49
		% del total	15,6%	8,1%	4,4%	1,3%	1,3%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	18	10	5	6	0	39
		% del total	11,3%	6,3%	3,1%	3,8%	0,0%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	11	9	7	2	1	30
		% del total	6,9%	5,6%	4,4%	1,3%	0,6%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	16	12	5	1	3	37
		% del total	10,0%	7,5%	3,1%	0,6%	1,9%	23,1%
Total		Recuento	71	47	24	12	6	160
		% del total	44,4%	29,4%	15,0%	7,5%	3,8%	100,0%

De la Tabla 2, los resultados obtenidos muestran que el 1.9% (18 a 24 años), el 15,6% (25 a 31 años), el 11.3% (32 a 38 años), el 6.9% (39 a 45 años) y el 10% (46 años a más) siempre muestran entusiasmo de estar feliz y autorrealizada al dirigir una empresa. Estos datos muestran que la mayoría de las mujeres que emprendieron empresa en producción de prendas de vestir en la Región de Puno muestran satisfacción en si misma. La concepción del emprendimiento en la mujer se sitúa al rol que desempeña como trabajadora y empresaria (Ordonez et al., 2021), esto conlleva a la satisfacción laboral, es decir, el involucramiento y compromiso con su empresa. Para la satisfacción de la empresa debe de

concurrir con el surgimiento de autonomía, puesto que el emprendimiento empresarial esta asociado dinamicidad económica por generar actividad en el mercado. En ese sentido, las mujeres artesanas a partir del producto de prensas de vestir generan valores empresariales.

Tabla 6 Dificultad al iniciar el emprendimiento de negocio

		Te fue dificultoso iniciar en el emprendimiento de tu negocio					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	1	3	0	0	1	5
		% del total	0,6%	1,9%	0,0%	0,0%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	18	14	6	7	4	49
		% del total	11,3%	8,8%	3,8%	4,4%	2,5%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	11	8	11	4	5	39
		% del total	6,9%	5,0%	6,9%	2,5%	3,1%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	10	5	10	2	3	30
		% del total	6,3%	3,1%	6,3%	1,3%	1,9%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	14	6	13	2	2	37
		% del total	8,8%	3,8%	8,1%	1,3%	1,3%	23,1%
Total		Recuento	54	36	40	15	15	160
		% del total	33,8%	22,5%	25,0%	9,4%	9,4%	100,0%

De la Tabla 3, podemos observar que 1.9% (18 a 24 años), casi siempre presentaron dificultades al momento de emprender su empresa, el 11.3% (25 a 31 años), siempre presentaron dificultad, el 6,9% (32 a 46 años a mas) presentaron siempre dificultad al momento de emprender. De este panorama se infiere que las dificultades durante el emprendimiento empresarial se ubican en ingresar a la asociación artesanal, cumplir con los requisitos de la asociación y los requisitos que es necesario para constituirse como micro empresa. Estas renuencias impiden el propósito trazado para el emprendimiento empresarial, lo que se ubica en problemas de gestión. Los problemas que presentan en el proceso de emprendimiento empresarial constituyen un desafío, estas aluden

que la estabilidad del emprendimiento es inestable debido a que se encuentra asociado con la producción y ventas diarias, así, el emprendimiento está sujeta a condiciones del negocio.

Tabla 7 Orientación para potenciar el negocio

		Recibiste alguna orientación para potenciar tu negocio					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	3	1	0	0	1	5
		% del total	1,9%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	26	11	3	1	8	49
		% del total	16,3%	6,9%	1,9%	0,6%	5,0%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	19	7	5	2	6	39
		% del total	11,9%	4,4%	3,1%	1,3%	3,8%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	19	6	2	2	1	30
		% del total	11,9%	3,8%	1,3%	1,3%	0,6%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	19	12	1	1	4	37
		% del total	11,9%	7,5%	0,6%	0,6%	2,5%	23,1%
Total		Recuento	86	37	11	6	20	160
		% del total	53,8%	23,1%	6,9%	3,8%	12,5%	100,0%

De la Tabla 4, podemos observar que el 1.9% (18 a 24 años), el 16.3% (24 a 31 años), el 11.9% (32 a 46 años a mas), en su mayoría de las mujeres artesanas encuestadas consideraron que para el emprendimiento empresarial recibieron orientación para potenciar su negocio de prendas de vestir. Este panorama permite mostrar que en la mayoría de las mujeres para iniciar con el emprendimiento empresarial recibieron apoyo, procediendo esta desde su entorno familiar o de la asociación a donde pertenece. En ese sentido se infiere que para una mujer el emprendimiento empresarial está caracterizado en que necesariamente requiere apoyo, así, el generar una empresa bajo el contexto cultural de mujeres que no poseen grado de instrucción completa requiere necesariamente la intervención de terceros para que el modelo de emprendimiento tenga éxito. Es así, que el emprendimiento resulta el desarrollo

económico y progreso haciendo inclusión en las comunidades rurales y oportunidades (Contreras et al., 2020), de ahí, que el emprendimiento empresarial en mujeres no surge solo, sino bajo influencia social y del propio sexo femenino, lo que se fortalece con su constitución.

Tabla 8 Oportunidad para sobresalir emprendimiento empresarial

		Sientes que el negocio fue una oportunidad para sobresalir					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Estado civil	Casada	Recuento	46	14	8	2	2	72
		% del total	28,7%	8,8%	5,0%	1,3%	1,3%	45,0%
	Soltera	Recuento	50	9	6	3	5	73
		% del total	31,3%	5,6%	3,8%	1,9%	3,1%	45,6%
	Conviviente	Recuento	11	0	0	2	2	15
		% del total	6,9%	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%	9,4%
Total		Recuento	107	23	14	7	9	160
		% del total	66,9%	14,4%	8,8%	4,4%	5,6%	100,0%

De la Tabla 5, se observa que el 6.9% de mujeres emprendedoras en convivencia, el 31.3% de mujeres solteras y el 28.7% de mujeres en condiciones de casada consideran que el emprendimiento de negocio constituye una oportunidad para sobresalir. Como se puede apreciar, las mujeres manifiestan que iniciar un negocio permite el empoderamiento en la sociedad y su reconocimiento social, de ahí, las mujeres emprendedoras son vistas como independientes económicamente, es decir, el dirigir su propia empresa permite generar nuevas habilidades y destrezas, además comprende nuevos estatus para la mujer. Según Orrego (2008), el emprendimiento constituye un desafío económico y social que permite la generación de empleo, por ello las mujeres emprendedoras solo reciben beneficios del negocio, sino también enfrentan problemas para sobresalir de su contexto sociocultural.

Tabla 9 *Negocio surge por necesidad de actividades*

		Sientes que el negocio surge por necesidad de actividades					Total	
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	
Grado de instrucción	Sin estudios	Recuento	5	4	2	0	0	11
		% del total	3,1%	2,5%	1,3%	0,0%	0,0%	6,9%
	Primaria incompleta / completa	Recuento	27	4	2	0	3	36
		% del total	16,9%	2,5%	1,3%	0,0%	1,9%	22,5%
	Secundaria incompleta	Recuento	27	6	1	2	1	37
		% del total	16,9%	3,8%	0,6%	1,3%	0,6%	23,1%
	Secundaria completa	Recuento	36	11	1	1	3	52
		% del total	22,5%	6,9%	0,6%	0,6%	1,9%	32,5%
	Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento	5	1	1	2	0	9
		% del total	3,1%	0,6%	0,6%	1,3%	0,0%	5,6%
Universidad incompleta	Recuento	9	0	0	0	0	9	
	% del total	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%	
Universidad completa	Recuento	3	1	1	1	0	6	
	% del total	1,9%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	3,8%	
Total		Recuento	112	27	8	6	7	160
		% del total	70,0%	16,9%	5,0%	3,8%	4,4%	100,0%

De la Tabla 6, los resultados obtenidos se infieren que el 3.1% de las mujeres emprendedoras en rubro de artesanía sin haber concluido sus estudios el emprendimiento lo realizan por necesidad económica; el 16.9% quienes no concluyeron sus estudios primarios y secundarios consideran que el emprendimiento siempre es importante; el 22.5% de mujeres quienes concluyeron sus estudios secundarios manifiestan que el emprendimiento siempre es necesario como actividad económica; el 3.1% y 5.6% de mujeres emprendedoras que no concluyeron y concluyeron sus estudios superiores manifiestan la necesidad de la actividad económica como vida. De este panorama se infiere que el emprendimiento constituye aquel impacto que genera empleo y dinamicidad de la económica (Calvopiña y Moscoso, s.f.), en ese sentido, las

mujeres emprendedoras en rubro de artesanía comprenden que cada surgimiento de negocio no solo beneficia a ellas en si mismo, sino a otros de forma directa e indirecta, esto es, al influencia directa al dinamizar la económica de producción de lana de alpaca y otros, y de forma indirecta al resto de negocios que ofrecen productos al turismo.

Tabla 10 Genera valor económico

Tabla cruzada Grado de instrucción*Consideras que el negocio generar valor económico

		Consideras que el negocio generar valor económico					Total	
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	
Grado de instrucción	Sin estudios	Recuento	5	4	2	0	0	11
		% del total	3,1%	2,5%	1,3%	0,0%	0,0%	6,9%
	Primaria incompleta/completa	Recuento	27	4	2	0	3	36
		% del total	16,9%	2,5%	1,3%	0,0%	1,9%	22,5%
	Secundaria incompleta	Recuento	27	6	1	2	1	37
		% del total	16,9%	3,8%	0,6%	1,3%	0,6%	23,1%
	Secundaria completa	Recuento	36	11	1	1	3	52
		% del total	22,5%	6,9%	0,6%	0,6%	1,9%	32,5%
	Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento	5	1	1	2	0	9
		% del total	3,1%	0,6%	0,6%	1,3%	0,0%	5,6%
	Universidad incompleta	Recuento	9	0	0	0	0	9
		% del total	5,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%
	Universidad completa	Recuento	3	1	1	1	0	6
		% del total	1,9%	0,6%	0,6%	0,6%	0,0%	3,8%
Total		Recuento	112	27	8	6	7	160
		% del total	70,0%	16,9%	5,0%	3,8%	4,4%	100,0%

De la Tabla 7, podemos observa que el 3.1% de mujeres emprendedoras empresarial sin estudios, el 16.9% sin estudios concluidos en educación primaria y secundaria, el 22.5% de mujeres con estudios de secundaria completa; el 3.1% y 5.6% de mujeres con superior completa manifiesta la importancia de generar el emprendimiento para originar el valor económico. De los datos encontrados podemos inferir que el emprendimiento y el valor económico tiene asociatividad

debido a elevar el nivel de vida de las personas al apostar por la innovación en la producción de prendas de vestir con base de lana de alpaca y vicuña. Por ello, es necesario indicar la contribución del emprendimiento empresarial, esto es los efectos positivos que origina.

Tabla 11 *Genera transmisión de valor cultural*

		Consideras que el negocio genera transmisión de valor cultural					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	4	0	0	1	0	5
		% del total	2,5%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	34	10	1	2	2	49
		% del total	21,3%	6,3%	0,6%	1,3%	1,3%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	26	8	4	1	0	39
		% del total	16,3%	5,0%	2,5%	0,6%	0,0%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	20	5	1	1	3	30
		% del total	12,5%	3,1%	0,6%	0,6%	1,9%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	24	9	2	1	1	37
		% del total	15,0%	5,6%	1,3%	0,6%	0,6%	23,1%
Total		Recuento	108	32	8	6	6	160
		% del total	67,5%	20,0%	5,0%	3,8%	3,8%	100,0%

De la Tabla 8, podemos observar de los resultados el 2.5% (18 a 24 años), el 31.3% (25 a 31 años), el 16.3% (32 a 38 años), el 12.5% (29 a 45 años) y el 15% (mas de 46 años) consideran que el emprendimiento empresarial de la mujer siempre genera transmisión de valor cultural, ello se encuentra orientado a generar una cultura de emprendimiento de negocios y valorar la cultura propia que se transmite a partir de objetos de artesanía puesta a mercado. Para Contreras et al., (2020) considera que la apertura de negocios permite una oportunidad para disminuir el índice de pobreza y realizar una integración social, en cuanto a esta postura, el valor cultural empieza a tomar posición al tomar un valor económico, esto es, que todo objeto comerciable se sitúa a generar un ingreso, es así que la cultura empieza a generar un capital en la mujer.

Tabla 12 Genera competitividad

		Consideras que el negocio genera competitividad					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Grado de instrucción	Sin estudios	Recuento	5	0	0	3	3	11
		% del total	3,1%	0,0%	0,0%	1,9%	1,9%	6,9%
	Primaria incompleta/completa	Recuento	26	6	0	4	0	36
		% del total	16,3%	3,8%	0,0%	2,5%	0,0%	22,5%
	Secundaria incompleta	Recuento	26	6	1	2	2	37
		% del total	16,3%	3,8%	0,6%	1,3%	1,3%	23,1%
	Secundaria completa	Recuento	35	10	5	1	1	52
		% del total	21,9%	6,3%	3,1%	0,6%	0,6%	32,5%
Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento	5	3	0	0	1	9	
	% del total	3,1%	1,9%	0,0%	0,0%	0,6%	5,6%	
Universidad incompleta	Recuento	2	4	2	1	0	9	
	% del total	1,3%	2,5%	1,3%	0,6%	0,0%	5,6%	
Universidad completa	Recuento	3	0	3	0	0	6	
	% del total	1,9%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	3,8%	
Total	Recuento	102	29	11	11	7	160	
	% del total	63,7%	18,1%	6,9%	6,9%	4,4%	100,0%	

De la Tabla 9, los resultados muestran que el 3.1% de mujeres emprendedoras sin concluir estudios, el 16.3% con primaria y secundaria inconclusa, el 21.9% con secundaria completa, el 3.1% y 1.3% con superior concluida y sin concluir consideran que el emprendimiento de negocio genera competitividad, esto se encuentra orientado a que en la asociación existe competitividad entre mujeres emprendedoras. Es necesario resaltar la competitividad como un elemento sustancial en el mercado que permite determinar la capacidad empresarial, la competitividad posibilita a que las mujeres emprendedoras mejoren en la producción y que tengan calidad, así la competitividad se encuentra asociado con la innovación del producto.

4.2. HABILIDADES GERENCIALES

Tabla 13 Apoyo permanente de su entorno familiar

		Consideras tener apoyo permanente de su entorno familiar					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Estado civil	Casada	Recuento	49	13	6	2	2	72
		% del total	30,6%	8,1%	3,8%	1,3%	1,3%	45,0%
	Soltera	Recuento	53	14	6	0	0	73
		% del total	33,1%	8,8%	3,8%	0,0%	0,0%	45,6%
	Conviviente	Recuento	9	3	3	0	0	15
		% del total	5,6%	1,9%	1,9%	0,0%	0,0%	9,4%
Total		Recuento	111	30	15	2	2	160
		% del total	69,4%	18,8%	9,4%	1,3%	1,3%	100,0%

De la Tabla 10, podemos observar que el 30.6% de mujeres casadas en el momento del emprendimiento siempre contaron con el apoyo de su entorno familiar, el 33.1% de mujeres solteras consideran que en el emprendimiento empresarial siempre contaron con el apoyo de su entorno familiar, mientras que el 5.6% de mujeres convivientes manifestaron que siempre contaron con el apoyo de su entorno familiar. De los datos inferimos que el apoyo familiar toma relevancia al influir en el proceso del emprendimiento familiar, en ese sentido, el crecimiento del emprendimiento en el rubro artesanal su éxito parte desde la cultura organizacional, esto es la familia como una micro empresa, así, la mujer no solo se involucra en el negocio de forma individual, sino genera la participación logrando un red de emprendimiento empresarial.

Tabla 14 Lidera labores de la asociación para lograr un alto desempeño

		Lidera la labor de la asociación para lograr un alto desempeño					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	4	0	0	0	1	5
		% del total	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	29	15	3	2	0	49
		% del total	18,1%	9,4%	1,9%	1,3%	0,0%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	25	7	4	3	0	39
		% del total	15,6%	4,4%	2,5%	1,9%	0,0%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	18	10	0	0	2	30
		% del total	11,3%	6,3%	0,0%	0,0%	1,3%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	20	9	2	4	2	37
		% del total	12,5%	5,6%	1,3%	2,5%	1,3%	23,1%
Total		Recuento	96	41	9	9	5	160
		% del total	60,0%	25,6%	5,6%	5,6%	3,1%	100,0%

De la Tabla 11, podemos observar que el 2.5% (18 a 24 años); el 18.1% (25 a 31 años), el 15.6% (32 a 38 años) y el 11.3% (39 a 45 años) de las mujeres encuestadas consideran liderar un alto desempeño, ello guarda asociación con las habilidades gerenciales, lo que implica obtener el máximo resultado de eficacia dentro de la organización, por dende las habilidades directivas constituye aquella administración efectiva (Anapan, 2019). Por ende en el trabajo grupal o en asociación se aprecia un trabajo para generar un adecuado desempeño, esto es, mejorar el rendimiento de la organización, puesto que se requiere de mejorar la calidad deservicio, asi el concepto de liderar en la asociación de emprendimiento de empresa artesanal permite influir en cada socia de alcanzar logros.

Tabla 15 *Anima y motiva a la asociación para lograr mentas*

		Anima y motiva a la asociación para lograr mentas					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	2	2	0	0	1	5
		% del total	1,3%	1,3%	0,0%	0,0%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	31	12	4	1	1	49
		% del total	19,4%	7,5%	2,5%	0,6%	0,6%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	27	6	2	3	1	39
		% del total	16,9%	3,8%	1,3%	1,9%	0,6%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	20	4	3	2	1	30
		% del total	12,5%	2,5%	1,9%	1,3%	0,6%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	27	8	2	0	0	37
		% del total	16,9%	5,0%	1,3%	0,0%	0,0%	23,1%
Total		Recuento	107	32	11	6	4	160
		% del total	66,9%	20,0%	6,9%	3,8%	2,5%	100,0%

De la Tabla 12, de los resultados podemos observar que el 19.4%, 16.9 y 12.5% de mujeres emprendedoras manifiestan de forma positiva poseer buenos ánimos y una alta motivación para lograr las metas trazadas. Así, la motivación constituye aquella actividad que permite materializar el propósito trazado para la satisfacción de necesidades y expectativa, en ese sentido la motivación permite alcanzar en la organización. Para mejorar el desempeño de las socias surge la búsqueda y el mecanismo de disponer del ánimo, refiere que las habilidades gerenciales permiten mediante la motivación obtener la satisfacción de la asociación. Para García et al., (2017) el desarrollo de las habilidades gerenciales el uso de estrategias para incrementar las capacidades y actitudes, de ahí que cada mujer emprendedora construye estrategias de ánimo y motivación.

Tabla 16 Producción de relaciones positivas en la asociación

		Produce relaciones positivas en la asociación					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	4	1	0	0	0	5
		% del total	2,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	27	11	5	2	4	49
		% del total	16,9%	6,9%	3,1%	1,3%	2,5%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	13	13	2	6	5	39
		% del total	8,1%	8,1%	1,3%	3,8%	3,1%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	13	11	0	3	3	30
		% del total	8,1%	6,9%	0,0%	1,9%	1,9%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	21	13	0	0	3	37
		% del total	13,1%	8,1%	0,0%	0,0%	1,9%	23,1%
Total		Recuento	78	49	7	11	15	160
		% del total	48,8%	30,6%	4,4%	6,9%	9,4%	100,0%

De la Tabla 13, podemos observar que el 16.9% (25 a 31 años), 13.1% (46 años a mas) y 8.1% (32 a 45 años) de las mujeres emprendedoras, sobre las habilidades empresariales consideran generar relaciones positivas en la asociación, en ese sentido, el emprendimiento no solo es el negocio y su éxito, sino que también esta comprende el desarrollo personal y las relaciones positivas entre socias, asi las conexiones interpersonales permite la creación de apoyo. Las relaciones positivas en el entorno de trabajo esta orientadas a las habilidades de empatía y compromiso, en cuanto al entorno de emprendimiento empresarial están orientadas al desarrollo de la dinámica económica. Por tanto, las relaciones en el emprendimiento se encuentran determinadas por las oportunidades que estas brindan.

Tabla 17 Autonomía y decisión para crear acciones y soluciones

		Posee autonomía y decisión para crear acciones y soluciones						
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	1	2	0	1	1	5
		% del total	0,6%	1,3%	0,0%	0,6%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	17	11	9	10	2	49
		% del total	10,6%	6,9%	5,6%	6,3%	1,3%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	16	6	12	3	2	39
		% del total	10,0%	3,8%	7,5%	1,9%	1,3%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	18	3	5	4	0	30
		% del total	11,3%	1,9%	3,1%	2,5%	0,0%	18,8%
	46 años a mas	Recuento	20	6	7	3	1	37
		% del total	12,5%	3,8%	4,4%	1,9%	0,6%	23,1%
Total		Recuento	72	28	33	21	6	160
		% del total	45,0%	17,5%	20,6%	13,1%	3,8%	100,0%

De la Tabla 14, podemos observar de los resultados que el 10.6% (25 a 31 años), 10.4% (32 a 38 años), el 11.3% (39 a 45 años) y el 12.5% (45 años a mas) manifiestan una valoración positiva respecto a la autonomía y decisión para crear acciones y soluciones. La autonomía en la toma de decisión permite resolver problemas, asimismo la capacidad de autonomía conlleva a cometer errores y de esta pueda aprender, en ese sentido estas se ubican en las habilidades personales que refiere a la autodirección, esto es en poder gestionar la inteligencia emocional y desarrollar la vision de la toma de decisiones (Pereda, 2016).

Tabla 18 Innova para generar competitividad en el negocio

		Es innovadora para generar competitividad en el negocio					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Grado de instrucción	Sin estudios	Recuento	7	4	0	0	0	11
		% del total	4,4%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%
Primaria incompleta / completa		Recuento	21	7	3	1	4	36
		% del total	13,1%	4,4%	1,9%	0,6%	2,5%	22,5%
Secundaria incompleta		Recuento	22	10	3	2	0	37
		% del total	13,8%	6,3%	1,9%	1,3%	0,0%	23,1%
Secundaria completa		Recuento	34	10	2	4	2	52
		% del total	21,3%	6,3%	1,3%	2,5%	1,3%	32,5%
Superior no universitario (institutos superiores y otros)		Recuento	6	2	0	0	1	9
		% del total	3,8%	1,3%	0,0%	0,0%	0,6%	5,6%
Universidad incompleta		Recuento	6	0	0	2	1	9
		% del total	3,8%	0,0%	0,0%	1,3%	0,6%	5,6%
Universidad completa		Recuento	3	2	1	0	0	6
		% del total	1,9%	1,3%	0,6%	0,0%	0,0%	3,8%
Total		Recuento	99	35	9	9	8	160
		% del total	61,9%	21,9%	5,6%	5,6%	5,0%	100,0%

De la Tabla 15, se observa que el 4.4% (sin estudios), 3.8% (superior no universitario) y 1.9% (universitario completo), 13.1% (primaria incompleta), 13.8% (secundaria incompleta) y 31.3% (secundaria completa) de forma positiva consideran que la innovación del producto genera competitividad en el negocio. Esto permite inferir que las mujeres emprendedoras acorde al rubro comercial manifiestan tener saberes sobre innovación del producto, es así que el emprender permite generar idea de producto para satisfacer al cliente. Por ello, la capacidad de aprender se sitúa para el desarrollo personal y del negocio (Pereda, 2016).

Tabla 19 comunicación como medio para mantener un clima favorable

		Genera comunicación como medio mantener un clima favorable					Total
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	
Grado de instrucción	Sin estudios	4	5	1	1	0	11
		2,5%	3,1%	0,6%	0,6%	0,0%	6,9%
	Primaria incompleta/completa	16	10	3	1	6	36
		10,0%	6,3%	1,9%	0,6%	3,8%	22,5%
	Secundaria incompleta	23	2	2	1	9	37
		14,4%	1,3%	1,3%	0,6%	5,6%	23,1%
	Secundaria completa	31	14	0	1	6	52
		19,4%	8,8%	0,0%	0,6%	3,8%	32,5%
Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento	7	0	0	1	1	9
	% del total	4,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,6%	5,6%
Universidad incompleta	Recuento	5	3	0	1	0	9
	% del total	3,1%	1,9%	0,0%	0,6%	0,0%	5,6%
Universidad completa	Recuento	2	2	1	0	1	6
	% del total	1,3%	1,3%	0,6%	0,0%	0,6%	3,8%
Total	Recuento	88	36	7	6	23	160
	% del total	55,0%	22,5%	4,4%	3,8%	14,4%	100,0%

De la Tabla 16, los resultados indican que el 3.1% (sin estudio) casis siempre generan comunicación para mantener un clima favorable, mientras que el 10% (primaria incompleta), 14.4% (secundaria incompleta), 19.4% (secundaria completa) manifiestan una valoración positiva sobre la comunicación como una forma de generar clima favorable. De los resultados inferimos que las mujeres que no cuentan con estudios concluidos poseen mayor interés por mantener una comunicación, así según García et al., (2017) admite una buena interacción y mejora de las relaciones interpersonales que incrementa la productividad, por tanto, la comunicación toma valoración al mejorar el clima laboral en la organización empresarial.

Tabla 20 *Coopera para generar estrategias de competencia*

		Coopera para generar estrategias de competencia					Total	
			Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
		Siempre						
Asociación artesanal al que pertenece	Asociación del Puerto Muelle de Puno	Recuento	13	3	4	2	2	24
		% del total	8,1%	1,9%	2,5%	1,3%	1,3%	15,0%
	Asociación de Juli	Recuento	6	1	1	0	0	8
		% del total	3,8%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	5,0%
	Asociación distrital de artesanos productores de Acora	Recuento	20	4	3	1	1	29
		% del total	12,5%	2,5%	1,9%	0,6%	0,6%	18,1%
	Asociación de artesanos de la provincia de Ilave	Recuento	12	4	1	2	0	19
		% del total	7,5%	2,5%	0,6%	1,3%	0,0%	11,9%
	Asociación Artesanía Puno	Recuento	23	5	5	1	2	36
		% del total	14,4%	3,1%	3,1%	0,6%	1,3%	22,5%
	Asociación COLOFAR Lampa	Recuento	2	3	0	1	0	6
		% del total	1,3%	1,9%	0,0%	0,6%	0,0%	3,8%
	Asociación CITE Camélidos Sudamericano	Recuento	7	3	4	2	1	17
		% del total	4,4%	1,9%	2,5%	1,3%	0,6%	10,6%
	COLOFAR Ayaviri	Recuento	11	3	2	5	0	21
		% del total	6,9%	1,9%	1,3%	3,1%	0,0%	13,1%
Total		Recuento	94	26	20	14	6	160
		% del total	58,8%	16,3%	12,5%	8,8%	3,8%	100,0%

De la Tabla 17, podemos observar que el 8.1% la Asociación Puerto muelle de Puno, 12.5% la Asociación de Juli, el 12.5% Asociación distrital de artesanos productores de Acora, el 7.5% Asociación de artesanos de la provincia de Ilave, el 14.4% Asociación Artesanía Puno, el 1.3% Asociación COLOFAR Lampa, el 4.4% Asociación CITE Camélidos Sudamericano y el 6.9% COLOFAR Ayaviri, siempre cooperan para generar estrategias de competencia, de ello destacamos a los productores de Acora y Puno quienes poseen mayor organización para generar competencia en el mercado de artesanía en prendas de vestir y otros. Para Ruiz (2013) precisa el generar capacidades para el logro de los objetivos

empresariales, en el escenario de producción de artesanía, las asociaciones cooperan a partir de estrategias para la competitividad.

Tabla 21 *Conocimientos sobre el negocio iniciado*

Grado de instrucción			Posee conocimientos sobre el negocio iniciado					Total
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	
Sin estudios	Recuento		11	0	0	0	0	11
	% del total		6,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,9%
Primaria incompleta/completa	Recuento		30	4	1	0	1	36
	% del total		18,8%	2,5%	0,6%	0,0%	0,6%	22,5%
Secundaria incompleta	Recuento		29	5	2	1	0	37
	% del total		18,1%	3,1%	1,3%	0,6%	0,0%	23,1%
Secundaria completa	Recuento		35	12	1	3	1	52
	% del total		21,9%	7,5%	0,6%	1,9%	0,6%	32,5%
Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento		7	2	0	0	0	9
	% del total		4,4%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	5,6%
Universidad incompleta	Recuento		5	3	0	0	1	9
	% del total		3,1%	1,9%	0,0%	0,0%	0,6%	5,6%
Universidad completa	Recuento		4	0	1	1	0	6
	% del total		2,5%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	3,8%
Total	Recuento		121	26	5	5	3	160
	% del total		75,6%	16,3%	3,1%	3,1%	1,9%	100,0%

De la Tabla 18, podemos observar que el 18.8% y 18.1% (primaria incompleta y secundaria incompleta), el 21.9% con secundaria completa, el 4.4% con superior incompleto, el 3.1% con universidad incompleto y el 2.5% con universidad completa manifiestan de forma positiva que tienen conocimiento sobre el negocio iniciado. De los resultados inferimos sobre los conocimientos sobre el negocio referido a la artesanía en prendas de vestir surgen de la práctica cotidiana, así para producir prendas a partir de tejido necesariamente concurren nociones de práctica diaria, debido a que las habilidades se construyen en la cotidianidad. Según Manjarres (2017) es el involucramiento de conocimientos técnicos para la

ejecución de la producción, lo cual corresponde a la producción de prendas de vestir mediante tejidos de lana a mano.

Tabla 22 *Conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado*

		Posee conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado					Total	
		Siempre	Casi siempre		A veces	Casi nunca		Nunca
Grado de instrucción	Sin estudios	Recuento	0	2	2	2	5	11
		% del total	0,0%	1,3%	1,3%	1,3%	3,1%	6,9%
	Primaria incompleta/completa	Recuento	2	7	6	5	16	36
		% del total	1,3%	4,4%	3,8%	3,1%	10,0%	22,5%
	Secundaria incompleta	Recuento	10	8	3	2	14	37
		% del total	6,3%	5,0%	1,9%	1,3%	8,8%	23,1%
	Secundaria completa	Recuento	9	13	13	5	12	52
		% del total	5,6%	8,1%	8,1%	3,1%	7,5%	32,5%
	Superior no universitario (institutos superiores y otros)	Recuento	0	3	2	2	2	9
		% del total	0,0%	1,9%	1,3%	1,3%	1,3%	5,6%
	Universidad incompleta	Recuento	0	0	2	2	5	9
		% del total	0,0%	0,0%	1,3%	1,3%	3,1%	5,6%
	Universidad completa	Recuento	0	2	1	0	3	6
		% del total	0,0%	1,3%	0,6%	0,0%	1,9%	3,8%
Total	Recuento	21	35	29	18	57	160	
	% del total	13,1%	21,9%	18,1%	11,3%	35,6%	100,0%	

De la Tabla 19, los resultados encontrados indican que el 3.1% de mujeres sin estudios, el 10% de mujeres con estudios de prima incompleta y el 8.8% de mujeres sin concluir estudio secundarios no tienen conocimientos sobre el uso de tecnología para la competitividad comercial, el 8.1% de emprendedoras con secundaria completa casi siempre y a veces tiene nociones sobre uso de tecnología para generar competitividad, el 1.9% con estudio superior no universitario casi siempre hacen uso de tecnología para generar competitividad, mientras en el 3.1% y 1.95 de cuentan con estudios universitarios incompleto y completos siempre hacen uso de tecnología para la competitividad. Este

panorama muestra que el uso de la tecnología constituye una herramienta para generar competitividad, asimismo, esta origina la incorporación del producto en el mercado global.

4.3. CREACIÓN DE VALOR SOCIAL

Tabla 23 La búsqueda del progreso social

		Sientes que el negocio comprende la búsqueda del progreso social					Total	
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	
Asociación artesanal al que pertenece	Asociación del Puerto Muelle de Puno	Recuento	13	7	2	1	1	24
		% del total	8,1%	4,4%	1,3%	0,6%	0,6%	15,0%
	Asociación de Juli	Recuento	6	1	1	0	0	8
		% del total	3,8%	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	5,0%
	Asociación distrital de artesanos productores de Acora	Recuento	18	6	3	1	1	29
		% del total	11,3%	3,8%	1,9%	0,6%	0,6%	18,1%
	Asociación de artesanos de la provincia de Ilave	Recuento	10	4	2	2	1	19
		% del total	6,3%	2,5%	1,3%	1,3%	0,6%	11,9%
	Asociación Artesanía Puno	Recuento	12	14	5	4	1	36
	% del total	7,5%	8,8%	3,1%	2,5%	0,6%	22,5%	
Asociación COLOFAR Lampa	Recuento	4	0	2	0	0	6	
	% del total	2,5%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	3,8%	
Asociación CITE Camélidos Sudamericano	Recuento	7	6	0	2	2	17	
	% del total	4,4%	3,8%	0,0%	1,3%	1,3%	10,6%	
COLOFAR Ayaviri	Recuento	9	5	2	1	4	21	
	% del total	5,6%	3,1%	1,3%	0,6%	2,5%	13,1%	
Total	Recuento	79	43	17	11	10	160	
	% del total		49,4%	26,9%	10,6%	6,9%	6,3%	100,0 %

De la Tabla 20, se tiene que el 8.1% la Asociación Puerto muelle de Puno, 3.8% la Asociación de Juli, el 11.3% Asociación distrital de artesanos productores de Acora, el 6.3% Asociación de artesanos de la provincia de Ilave, el 7.5% Asociación Artesanía Puno, el 2.5% Asociación COLOFAR Lampa, el 4.4%

Asociación CITE Camélidos Sudamericano y el 5.6% COLOFAR Ayaviri consideran que el emprendimiento empresarial se sitúa como la búsqueda de progreso social, en ese sentido, el negocio posiciona a la mujer en un mejor nivel de vida. Para Retolaza et al, (2014) precisa que el valor social es forjar la economía social como mercantil, por tanto la creación de empresa en una mujer se sitúa en el escenario de generar un cambio positivo de bienestar subjetivo (Clark et al., 2004).

Tabla 24 Barreras sociales dificulto al iniciar su negocio

		Aprecia que las barreras sociales dificulto al iniciar su negocio					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Estado civil	Casada	Recuento	44	23	3	2	0	72
		% del total	27,5%	14,4%	1,9%	1,3%	0,0%	45,0%
	Soltera	Recuento	48	16	5	2	2	73
		% del total	30,0%	10,0%	3,1%	1,3%	1,3%	45,6%
	Conviviente	Recuento	7	6	1	0	1	15
		% del total	4,4%	3,8%	0,6%	0,0%	0,6%	9,4%
Total	Recuento	99	45	9	4	3	160	
	% del total	61,9%	28,1%	5,6%	2,5%	1,9%	100,0%	

De la Tabla 21, se muestra que el 27.5% de mujeres casadas manifiestan positivamente la dificultad de proseguir con el emprendimiento empresarial fue las barreras sociales, el 30% de mujeres solteras manifiestan la barrera social como impedimento de iniciar el negocio, mientras que el 4.4% de mujeres convivientes indican la barrera social como la dificultad de emprender un negocio. De este panorama inferimos que las barreras sociales aun siguen constriñendo a las mujeres a emprender negocio, ello por las propias creencias que interfieren y limitan el desarrollo económico.

Tabla 25 Resultado de bienestar social al iniciar el negocio

		Aprecias que tuvo bienestar social al iniciar el negocio						
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Edad de mujeres artesanas	18 a 24 años	Recuento	3	1	0	0	1	5
		% del total	1,9%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	3,1%
	25 a 31 años	Recuento	8	7	13	9	12	49
		% del total	5,0%	4,4%	8,1%	5,6%	7,5%	30,6%
	32 a 38 años	Recuento	7	9	8	9	6	39
		% del total	4,4%	5,6%	5,0%	5,6%	3,8%	24,4%
	39 a 45 años	Recuento	8	8	6	5	3	30
		% del total	5,0%	5,0%	3,8%	3,1%	1,9%	18,8%
	46 años a más	Recuento	7	4	11	7	8	37
		% del total	4,4%	2,5%	6,9%	4,4%	5,0%	23,1%
Total		Recuento	33	29	38	30	30	160
		% del total	20,6%	18,1%	23,8%	18,8%	18,8%	100,0%

De la Tabla 22, se indica que el 1.9% (18 a 24 años) si aprecia positivamente el bienestar social, el 8.1% (25 a 31 años) a veces se aprecia el bienestar social al emprender el negocio, el 5.6% (32 a 38 años) casi siempre aprecian el incremento de bienestar social, el 5% (39 a 45 años) casi siempre muestra bienestar social al iniciar el negocio, mientras que el 6.9% (46 años a mas) a veces muestran bienestar social al emprender el negocio. De este panorama inferimos que el emprender empresa muestra mayor bienestar en mujeres jóvenes, mientras que en mujeres adultas el bienestar social se ubica en nivel intermedio, cada negocio iniciado genera beneficios y como consecuencia trae bienestar social desarrollando la dinamicidad económica.

Tabla 26 Resultado de calidad de vida en la actualidad

		Siente que tiene mayor calidad de vida en la actualidad					Total	
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca		
Estado civil	Casada	Recuento	51	10	8	1	2	72
		% del total	31,9%	6,3%	5,0%	0,6%	1,3%	45,0%
	Soltera	Recuento	53	9	6	2	3	73
		% del total	33,1%	5,6%	3,8%	1,3%	1,9%	45,6%
	Conviviente	Recuento	13	2	0	0	0	15
		% del total	8,1%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	9,4%
Total		Recuento	117	21	14	3	5	160
		% del total	73,1%	13,1%	8,8%	1,9%	3,1%	100,0%

De la Tabla 23, se muestra que el 31.9% las mujeres casadas al emprender el negocio la calidad de vida de si mismas ha variado, el 33.1% de mujeres solteras considera que su calidad de vida al emprender negocio se ha incrementado, mientras que el 8.1% de mujeres convivientes indica que la calidad de vida por los ingresos percibidos del negocio tuvo un incremento en la calidad de vida. Este panorama refleja que el emprendimiento empresarial hace referencia a la creación de valor económico (Beaumont, 2016).

Tabla 27 Valora su fuente de ingreso

			Considera valioso su fuente de ingreso					
			Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total
Asociación artesanal al que pertenece	Asociación del Puerto Muelle de Puno	Recuento	17	5	1	1	0	24
		% del total	10,6%	3,1%	0,6%	0,6%	0,0%	15,0%
	Asociación de Juli	Recuento	7	0	0	1	0	8
		% del total	4,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	5,0%
	Asociación distrital de artesanos productores de Acora	Recuento	19	5	4	0	1	29
		% del total	11,9%	3,1%	2,5%	0,0%	0,6%	18,1%
	Asociación de artesanos de la provincia de Ilave	Recuento	14	3	0	1	1	19
		% del total	8,8%	1,9%	0,0%	0,6%	0,6%	11,9%
	Asociación Artesanía Puno	Recuento	27	5	2	0	2	36
		% del total	16,9%	3,1%	1,3%	0,0%	1,3%	22,5%
Asociación COLOFAR Lampa	Recuento	6	0	0	0	0	6	
	% del total	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	
Asociación CITE Camélidos Sudamericano	Recuento	12	2	1	1	1	17	
	% del total	7,5%	1,3%	0,6%	0,6%	0,6%	10,6%	
COLOFAR Ayaviri	Recuento	13	4	3	1	0	21	
	% del total	8,1%	2,5%	1,9%	0,6%	0,0%	13,1%	
Total	Recuento	115	24	11	5	5	160	
	% del total	71,9%	15,0%	6,9%	3,1%	3,1%	100,0%	

De la Tabla 24, se muestra que el 10.6% la Asociación Puerto muelle de Puno, 4.4% la Asociación de Juli, el 11.9% Asociación distrital de artesanos productores de Acora, el 8.8% Asociación de artesanos de la provincia de Ilave, el 16.9% Asociación Artesanía Puno, el 3.8% Asociación COLOFAR Lampa, el 7.5% Asociación CITE Camélidos Sudamericano y el 8.1% COLOFAR Ayaviri consideran valioso su fuente de ingreso, debido a que el emprendimiento empresarial de las mujeres se constituye como un medio que beneficia a partir de ingresos económicos y construye valor social que origina inclusión social y satisfacción (Sánchez et al., 2018).

4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1. Contrastación de hipótesis 1

Para el análisis de corroboración de hipótesis específica 1, se analizó mediante el coeficiente de Spearman, mediante el uso del programa estadístico SPSS v. 27. Donde se formuló la hipótesis:

Ho: Los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres no se relaciona directamente con las habilidades gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno.

Ha: Los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres se relaciona directamente con las habilidades gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno.

Tabla 28 *Análisis de relación de emprendimiento empresarial y habilidades gerenciales*

Correlaciones			
		Emprendimient o empresarial	Habilidades gerenciales
Emprendimiento empresarial	Correlación de Pearson	1	,829
	Sig. (bilateral)		,004
	N	160	160
Habilidades gerenciales	Correlación de Pearson	,829	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	160	160

Nota: elaboración acorde a datos de encuesta a mujeres emprendedoras, 2021

Podemos observar para el análisis estadístico se cotejó la hipótesis nula (Ho) e Hipótesis alterna (Ha), considerando un nivel de confianza de 95%.

Asimismo la significancia corresponde a 0.05, por lo que, se rechaza la



hipótesis nula, y con un 95% de confianza se acepta la hipótesis alterna, de donde se concluye que existe relación entre el emprendimiento empresarial y las habilidades gerenciales en mujeres de las distintas asociaciones de artesanía de la región de Puno, dado que el p-valor (0.004) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0.05$), de ahí se considera que la hipótesis alterna por lo que el emprendimiento empresarial guarda asociación con las habilidades gerenciales.

De los datos encontrados es necesario analizar que a mayores emprendimientos empresariales en mujeres que implica en lanzar y administrar un negocio esta se asocia positivamente con las habilidades gerenciales que implica aquel conjunto que permite el proceso administrativo, de ahí es necesario recalcar la intervención del emprendimiento, los tipos de emprendimiento y los factores que motivan a iniciar un negocio de rubro de artesanía en donde sobresale que el tipo de emprendimiento externo, interno, necesidad y creativos resalta mas al sentir que el negocio constituye una oportunidad, necesidad, valor económico y la transmisión de cultura mediante la competitividad, que fortalece las habilidades gerenciales generando un logro positivo en lo personal, grupal, humana y técnica.

4.4.2. Contrastación de hipótesis 2

Para el análisis de corroboración de hipótesis específica 2, se analizó mediante el coeficiente de Spearman, mediante el uso del programa estadístico SPSS v. 27. Donde se formuló la hipótesis:

Ho: Las habilidades gerenciales de las mujeres no tiene asociación directamente con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno.

Ha: Las habilidades gerenciales de las mujeres se asociación directamente con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno.

Tabla 29 Análisis de relación de habilidades gerenciales y creación de valor social

Correlaciones			
		Habilidades gerenciales	Creación de valor social
Habilidades gerenciales	Correlación de Pearson	1	,869
	Sig. (bilateral)		,006
	N	160	160
Creación de valor social	Correlación de Pearson	,869	1
	Sig. (bilateral)	,006	
	N	160	160

Nota: elaboración acorde a datos de encuesta a mujeres emprendedoras, 2021

Podemos observar para el análisis estadístico se cotejo la hipótesis nula (Ho) e Hipótesis alterna (Ha), considerando un nivel de confianza de 95%. Asimismo la significancia corresponde a 0.05, por lo que, se rechaza la hipótesis nula, y con un 95% de confianza se acepta la hipótesis alterna, de donde se concluye que existe relación entre las habilidades gerenciales y la creación de valor social en mujeres de las distintas asociaciones de artesanía de la región de Puno, dado que el p-valor (0.006) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0.05$), de ahí se considera que la hipótesis alterna



por lo que las habilidades gerenciales tiene asociación con la creación de valor social.

De los datos es necesario realizar un análisis donde las habilidades gerenciales, es vital importancia para crear el valor social en mujeres de las asociaciones de artesanía de la región de Puno; puesto que se aprecia la contribución a partir de la organización se genera oportunidades para el ingreso propios, de esta forma refleja la construcción de liderazgo en la organización donde se construye en la mujer habilidades grupales de dirección de la asociación, personales en la toma de decisiones y soluciones de problemas, humanas al mantener un clima laboral y técnica al generar conocimiento sobre el negocio, esta influye en la creación de valor social denotando que el negocio emprendido cambia su bienestar social.

4.4.3. Contrastación de hipótesis 3

Para el análisis de corroboración de hipótesis específica 3, se analizó mediante el coeficiente de Spearman, mediante el uso del programa estadístico SPSS v. 27. Donde se formuló la hipótesis:

Ho: El tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres incide directamente con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno.

Ha: El tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres incide directamente con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno.

Tabla 30 Análisis de relación de emprendimiento empresarial y la creación de valor social

Correlaciones			
		Emprendimiento empresarial	Creación de valor social
Emprendimiento empresarial	Correlación de Pearson	1	,830
	Sig. (bilateral)		,008
	N	160	160
Creación de valor social	Correlación de Pearson	,830	1
	Sig. (bilateral)	,008	
	N	160	160

Nota: elaboración acorde a datos de encuesta a mujeres emprendedoras, 2021

Podemos observar para el análisis estadístico se cotejo la hipótesis nula (H_0) e Hipótesis alterna (H_a), considerando un nivel de confianza de 95%. Asimismo la significancia corresponde a 0.05, por lo que, se rechaza la hipótesis nula, y con un 95% de confianza se acepta la hipótesis alterna, de donde se concluye que existe relación entre el emprendimiento empresarial y la creación de valor social en mujeres de las distintas asociaciones de artesanía de la región de Puno, dado que el p-valor (0.008) es menor al nivel de significancia ($\alpha=0.05$), de ahí se considera que la hipótesis alterna por lo que el emprendimiento empresarial tiene asociación con la creación de valor social.

Es necesario resaltar que el emprendimiento empresarial es fundamental para el beneficio de las mujeres artesanas debido a que crea valor social en la región de Puno; puesto que el emprendimiento empresarial innova y busca posicionar a la mujer en una condición de bienestar de tal forma el crecimiento de participación de mujeres es cada vez mas visible al dinamizar la economía, además, esta promueve la existencia de valores sociales debido a que esta permite la



integración social e inclusión en la sociedad, debido a que esta se relaciona con grupos de sistema de valores, en ese sentido las asociaciones de artesanía crean valores en economía, social y ambiental adoptando el beneficio empresarial.



CONCLUSIONES

PRIMERA.- El emprendimiento empresarial que poseen las mujeres guarda relación significativa con las habilidades gerenciales y la creación de valor social en la región de Puno, debido a que los tipos de emprendimiento de negocio que se manifiesta en mujeres artesanas genera oportunidad de dirigir y liderar en la organización para incluir socialmente en actividades económicas.

SEGUNDA.- El emprendimiento empresarial de mujeres guarda una relación significativa con las habilidades gerenciales en la región de Puno, debido a que a partir de la intervención de mujeres productoras en rubro de artesanía permite la dinamicidad de la economía local en turismo y se fortalece las habilidades de dirección de empresa, tomando en cuenta la construcción de mujeres líderes en dirigir organizaciones.

TERCERA.- Las habilidades gerenciales de mujeres poseen relación significativa con la creación de valores sociales en la región de Puno; porque mediante el aprovechamiento de oportunidades se genera las habilidades empresariales que reflejan actitudes de liderazgo, por tanto el emprendimiento está orientado al enfoque social lo que se manifiesta la inclusión social de la mujer en la economía.

CUARTA.- El tipo de emprendimiento empresarial guarda relación significativa con la creación de valores sociales en la región de Puno, debido a que las mujeres generan negocios por oportunidad lo que permite la creación de valores sociales con el propósito de mejorar las condiciones de vida de las mujeres a partir del desarrollo empresarial que busca solucionar la desigualdad.



SUGERENCIAS

PRIMERA.- A los investigadores en ciencias contables y administrativas realizar estudios con enfoque mixto sobre el emprendimiento empresarial y el empoderamiento de la mujer en diversos negocios que permite el reconocimiento e inclusión en la actividad económica

SEGUNDA.- en consideración a las habilidades gerenciales realizar estudios sobre las habilidades blandas en mujeres artesanas de la región de Puno, toda vez que es necesario desarrollar y fortalecer el crecimiento empresarial.

TERCERA.- A los profesionales en contabilidad y administración es necesario revisar y reflexionar sobre el presente estudio, debido a que pone en evidencia la necesidad de apoyar el emprendimiento empresarial a mujeres con la finalidad de generar oportunidad de inserción al mercado.

CUARTA.- las autoridades y conforme a la normatividad 31168 impulsar el emprendimiento empresas de artesanía de la región de Puno con capacitación y orientación en administración, toda vez que ello posibilita la inclusión de la mujer y su empoderamiento en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acero, Y. (2017). *“La mujer rural en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de Atuncolla – Puno 2016”* [Tesis].
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/4573/THMacapyr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor éxito* (Cuarta edición).
https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXTO_GUIA_1_El_e_m_p_r_e_n_d_e_d_o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Alvarez, A., & Cáceres, M. P. (2017). *Diagnóstico de motivos del emprendimiento femenino en la asociación de mujeres empresarias del Perú (capítulo Arequipa)*, 2017 [Tesis].
https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15388/1/ALVAREZ_VALLE_ANA_DIA.pdf
- Aparicio, M., & Medina, J. (2015). *Habilidades gerenciales que demandan las empresas en el Perú: “Un análisis comparativo”*. [Tesis].
http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1650/Monica_Tesis_maestria_2015.pdf?sequence=1
- Autio, E., Dahlander, L., & Frederiksen, L. (2013). Exposición de información, evaluación de oportunidades y acción empresarial: Una investigación de una comunidad de usuarios en línea. *Diario de la Academia de Administración*, 56(5), 48-71.
- Banco Mundial. (2022, febrero 17). *Mujeres en sectores dominados por hombres*. World Bank.
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/02/22/mujeres-en-sectores-dominados-por-hombres>



- Beaumont, M. (2016). *Gestión social: Estrategia y creación de valor*. Primera edición.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/54214/Gesti%C3%B3n%20Social%20-%20M.%20Beaumont.pdf>
- Calvopiña, D., & Moscoso, H. (s. f.). Las dimensiones del emprendimiento con orientación a la gestión del turismo. *Revista de contabilidad y auditoria*.
<http://fade.esPOCH.edu.ec/docs/contauditar/Articulo7.pdf>
- Cassab, P., & Mayorca, D. (2018). Habilidades gerenciales en mujeres comerciantes cabeza de hogar y economía familiar. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 84.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1922>
- Castañeda, C., Jayme, G., & Wakabayashi, L. (2021). *Factores del emprendimiento y su influencia en la creación de valor social* [Trabajo de investigación presentado en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Magister en Gestión Empresarial].
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2598/2021_MAGEM_19-1_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, A. (2019). *Factores motivacionales asociados a la actitud emprendedora de las mujeres que participan en los programas de emprendimiento productivo* [Tesis].
<https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/9902/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cerdán, R., & Sarmiento, S. (2020). *Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019* [Tesis].



https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8726/cer_d%c3%a1n_mra-sarmiento_chsd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chávez, M. (2019). *Emprendimiento social femenino y su incidencia en el desarrollo social de la provincia de Cusco en los años 2013- 2016* [Tesis].

https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4342/253T20191070_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cleghorn, L. (2005). *Gestión ética para una organización competitiva*. San Pablo.

Conexión ESAN. (2019, agosto 21). *Emprendimientos por mujeres: Las muestras de su mayor participación empresarial*.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/emprendimientos-por-mujeres-las-muestras-de-su-mayor-participacion-empresarial>

Ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal, Ley N° 29073, (2007).

<https://spij.minjus.gob.pe/spij-ext-web/detallenorma/H946913>

Ley que promueve el empoderamiento de las mujeres rurales e indígenas, Ley

N° 31168, (2021). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/ley-que-promueve-el-empoderamiento-de-las-mujeres-rurales-e-ley-n-31168-1943530-3>

Contreras, P., Vargas, E., Cruz, G., & Serrano, R. (2020). Emprendimientos femeninos: De lo económico a lo sustentable. *Revista Espacios*, 41(31).

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p18.pdf>

Dalziel, M., Cubeiro, J., & Fernández, G. (1996). *Las competencias: Clave para una Gestión Integrada de los Recursos Humanos*. Deusto, Bilbao.

Dirección Nacional de & Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

(2021). Estadísticas. *DIRCETUR PUNO*.

<https://dirceturpuno.gob.pe/comercio-exterior/estadisticas/>



- Drucker, P. (2002). *Los desafíos de la gerencia del siglo XXI*. Norma.
- Elam, A., Brush, C., Greene, P., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). *Monitor de Emprendimiento Global: Informe de Emprendimiento de Mujeres* 2018/2019.
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405>
- Ferrel, D. (2018). *Emprendedorismo y habilidades gerenciales de egresados de la escuela profesional de Ingeniería Civil de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Periodo—2017* [Tesis].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3634/253T20181003_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, F., Boom, E., & Molina, S. (2017). Habilidades del gerente en organizaciones del sector palmicultor en el departamento del Cesar – Colombia. *Revista Científica «Visión de Futuro»*, 21(2).
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357955446001.pdf>
- Gonzáles, S., Quispe, S., & Watanabe, J. (2015). *La mujer empresaria en la región Puno* [Tesis].
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8851>
- Gutiérrez-Solana, F. (2018). La investigación como valor social de la Universidad, el caso del SUE. *UTE. Revista de Ciències de l'Educació, Número Monográfico*.
<https://raco.cat/index.php/UTE/article/view/357103/449029>
- Hechavarria, D., Ingram, A., Justo, R., & Terjesen, S. (2012). *¿Son las mujeres más propensas a impulsar el emprendimiento social y ambiental?* DOI: 10.4337/9781849804622.00016.



- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos*. Naciones Unidas, CEPAL, Div. de Asuntos de Género.
- Hernández, C. (1986). Los valores sociales, un instrumento para el conocimiento social del niño: Su reflejo en la comunicación publicitaria. *Infancia y Aprendizaje*, 35(36), 109-122.
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la invetsigacion: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill.
- Julien, P. (2010). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento*. Saraiva.
- Katz, R. (1974). "Habilidades de un Administrador Eficaz". *Harvard Business Review*, 52, 90-102.
- Laura, Z. (2021). *Empoderamiento de la mujer y habilidades gerenciales en el logro de la responsabilidad social empresarial de las empresas de artesanías de la región Puno* [Tesis].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/16545/Zoraima_Julieta_Laura_Castillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Manjarres, R. (2017). *Desarrollo de las competencias y habilidades gerenciales de los emprendedores del fondo emprender SENA regional Sucre* [Tesis].
<https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3359/0072984.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, J. (2019). *Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno*.



- Morrison, A. (2000). Emprendimiento: ¿qué lo desencadena? *Revista Internacional de Emprendimiento Comportamiento e Investigación*, 6(2), 59-71.
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. Oxford.
- Ordoñez, D., Castillo, A., & Rodríguez, I. (2021). Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación. *Población y Desarrollo*, 27(52).
<http://scielo.iics.una.py/pdf/pdfce/v27n52/2076-054x-pdfce-27-52-69.pdf>
- Orna, J. (2015). Creación de valor en la empresa: La estrategia continua. *QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 23(43).
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/11604/10398>
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20).
<https://www.redalyc.org/pdf/1513/151312829001.pdf>
- Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Manual de Emprendedorismo*.
https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gk-e-att/info_11_01.pdf
- Parrado, K., & Pardo, L. (2019). *Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado o social ante el estado fallido. Estudio de casos de mujeres profesionales entre las edades de 18 a 45 años [Tesis]*.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1672&context=trabajo_social
- Patiño, M. (2018). *Emprendimiento femenino: Las barreras que genera el machismo en el ecosistema startup peruano. Gestión*.
<https://gestion.pe/economia/management-empleo/emprendimiento->



femenino-barreras-genera-machismo-ecosistema-startup-peruano-225498-noticia/?ref=gesr.

Pereda, F. (2016). *Análisis de las habilidades directivas. Estudio aplicado al sector público de la provincia de Córdoba* [Tesis].
<https://core.ac.uk/download/pdf/60903131.pdf>

Pérez, J., Jiménez, S., & Gómez, O. (2017). Emprendimiento social: Una aproximación teórica-práctica. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago.3-18>

Retolaza, J. L., Ruiz, M., San-Jose, L., & Barrutia, J. (2014). Cuantificación del valor social: Propuesta metodológica y aplicación al caso de Lantegi Batuak. *Zerbitzuan*, 55.
https://www.researchgate.net/publication/314810351_Cuantificacion_del_valor_social_propuesta_metodologica_y_aplicacion_al_caso_de_Lantegi_Batuak

Reyes, K. (2016). *Habilidades gerenciales y desarrollo organizacional (Estudio realizado con gerentes de los hoteles inscritos en la Asociación de Hoteles de Quetzaltenango)* [Tesis].
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2016/05/43/Reyes-karla.pdf>

Rock, R. (2018, diciembre 29). *¿Qué tipos de emprendimiento existen? Descubre cuál se identifica mejor con tu negocio.* Rockcontent blog.
<https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>

Rodríguez, C., Suárez, C., Torres, M., López, Y., & Nupan, H. (2020). *Proyecto de emprendimiento social—Artesanías de USME: “emprendiendo por un mañana mejor con empleo digno y amor, por nuestras madres cabeza de hogar”* [Tesis].



<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/36052/ylopezpen.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Ruiz, E. (2013). *Enseñanza y aprendizaje de habilidades*. Caracas.

Sánchez, J., Martín, S., Bel Durán, P., & Pérez, G. (2018). *Educación y formación en emprendimiento social: Características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social*.
<http://dx.doi.org/10.5209/REVE.62492>

Sánchez, Y., Macías, M., & Mendoza, J. (2021). Diferencias en los determinantes del éxito en el emprendimiento en México, una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94).
<https://www.redalyc.org/journal/290/29069612023/29069612023.pdf>

Sastre, R. (2013). La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Revista Digital Ciencias Administrativas, FCE, UNLP*, 1(1).
<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/download/586/554/2417>

Schumpeter, J. (1942). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Harper y Brothers.

Valencia, D. (2018). *Propuesta de emprendimiento para la disminución de la vulnerabilidad económica de las madres cabeza de familia* [Tesis].
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12949/DanibiaPatricia_ValenciaQuinchia_2018.pdf?sequence=2

Valencia, L. (2018). *El emprendimiento empresarial en el sector artesanal y su impacto en el desarrollo sostenible en la provincia de Santa Elena-Ecuador* [Tesis]. <https://core.ac.uk/download/pdf/323344881.pdf>



- Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* [Tesis].
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/145034#page=1>
- Vigil, V. (2022). *Empoderamiento de la mujer artesana y rol en el efecto económico en la actividad turística del distrito de Monsefú, 2021* [Tesis].
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4867/1/TL_VigilVargasValeria.pdf
- Villalba, J. (2020). *Factores de éxito del proyecto de desarrollo de productos artesanales competitivos que, a través del fortalecimiento de capacidades, promovieron el empoderamiento de la mujer artesana Shipibo Konibo. El caso del asentamiento urbano Cantagallo, distrito del Rímac, Lima* [Tesis].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/19670/VILLALBA_D%C3%8DAZ_JOSEFA_DORIS%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y



ANEXO



ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PU<NO – 2022						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
¿Qué relación existe entre el emprendimiento empresarial de la mujer las habilidades gerenciales en la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno-2021?	Explicar la relación que existe entre el emprendimiento empresarial de la mujer las habilidades gerenciales y la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno-2021	El emprendimiento empresarial que tiene las mujeres tiene una relación directa con las habilidades gerenciales y la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno-2021.	Variable 1 Emprendimiento de la mujer	Dimensiones Tipos de emprendimiento Factor que motiva Habilidades Habilidad grupal	<ul style="list-style-type: none"> Enfoque: cuantitativo Método: correlacional-comparativo Nivel: explicativo Tipo: básico Temporal: transversal Población: artesanas de la región de Puno Muestra: artesanas de la región de Puno 	<ul style="list-style-type: none"> Técnica: cuestionario Instrumento: encuesta
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS ESPECIFICO	Variable 2 Habilidades gerenciales	Habilidad personal Habilidad técnica		
¿Como los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres y se relaciona con las habilidades gerenciales en	Determinar los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres y su relación con las habilidades gerenciales en	Los tipos de emprendimiento que tienen las mujeres se relaciona directamente con las habilidades				



las empresas de artesanía de la región de Puno?	las empresas de artesanía de la región de Puno	gerenciales en las empresas de artesanía de la región de Puno	Variable 3	Responsabilidad social		
¿Cómo las habilidades gerenciales de las mujeres se relacionan con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno?	Determinar las habilidades gerenciales de las mujeres y su relación con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno	Las habilidades gerenciales de las mujeres se relacionan directamente con la creación de valor social en las empresas de artesanía de la región de Puno	Valor social	Valores		
¿Cómo el tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres se relaciona con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno?	-Identificar el tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres y su incidencia con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno.	-El tipo de emprendimiento empresarial de las mujeres se relacionan directamente con la creación de valor social en las empresarial de artesanía de la región de Puno.		Medio ambiente		



ANEXO N°2 CUESTIONARIO PRE CODIFICADO

UNIVERSIDAD ANDINA NESTOR CACERES ESCUELA DE POS GRADO MAESTRIA EN:

Cuestionario dirigido a mujeres artesanas de la región de Puno

Esta encuesta se desarrolló con el propósito de recopilar datos que acredite el resultado de la investigación sobre *“EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022”*, por lo cual requerimos su pertinente cooperación al momento del llenado de este presente cuestionario, los datos recopilados serán confidenciales y agradezco de antemano su cooperación.

Características sociodemográficas

1. Para usted ¿A qué edad corresponde?

- a) 18 a 24 años
- b) 25 a 31 años
- c) 32 a 38 años
- d) 39 a 45 años
- e) 46 años a mas

2. Para usted ¿Cuál es su idioma nativo?

- a) Quechua
- b) Aymara
- c) Otro nativo

3. Para usted ¿Cuál es su estudio alcanzado?

- a) Sin estudios
- b) Primaria incompleta/ completa
- c) Secundaria incompleta
- d) Secundaria completa
- e) Superior no universitario (institutos superiores y otros)
- f) Universidad incompleta
- g) Universidad completa



4. Para usted ¿Cuál es su ingreso económico?

- a) Menor a s/. 500.00
- b) De s/. 500.00 a s/. 750.00
- c) De 750.00 a s/. 1000.00
- d) De s/. 1000.00 a s/ 1500.00
- e) De s/. 1500.00 a s/. 2000.00
- f) Mayor a s/. 2000.00

5. Para usted ¿a qué asociación artesanal pertenece?

- a) Asociación del Puerto Muelle de Puno
- b) Asociación de Juli
- c) Asociación distrital de artesanos productores de Acora
- d) Asociación de artesanos de la provincia de Llave
- e) Asociación Artesanía Puno
- f) Asociación COLOFAR Lampa
- g) Asociación CITE Camélidos Sudamericano
- h) COLOFAR Ayaviri

6. Para usted ¿Cuál es su estado civil?

- a) Casada
- b) Soltera
- c) Conviviente



Emprendimiento empresarial

Escala valorativa	Símbolo	Puntaje
Siempre	S	1
Casi siempre	CS	2
A veces	AV	3
Casi nunca	CN	4
Nunca	N	5

N°	Items	S	CS	AV	CN	N
	Dimensiones del emprendimiento					
1	Te sientes motivada para asumir reto empresarial					
2	Te hace sentir feliz y autorrealizada el dirigir una empresa					
3	Te fue dificultoso iniciar en el emprendimiento de tu negocio					
4	Recibiste alguna orientación para potenciar tu negocio					
	Tipos de emprendimiento					
5	Sientes que el negocio fue una oportunidad para sobresalir					
6	Sientes que el negocio surge por necesidad de actividades					
7	Consideras que el negocio genera el valor económico					
8	Consideras que el negocio genera transmisión de valor cultural					
9	Consideras que el negocio genera competitividad					
	Factor que motivan el emprendimiento					
10	Consideras tener apoyo permanente de su entorno familiar					



Habilidades gerenciales

Escala valorativa	Símbolo	Puntaje
Siempre	S	1
Casis siempre	CS	2
A veces	AV	3
Casi nunca	CN	4
Nunca	N	5

N°	Items	S	CS	AV	CN	N
Habilidades grupales						
1	Lidera la labor de la asociación para lograr un alto desempeño					
2	Anima y motiva a la asociación para lograr mentas					
4	Produce relaciones positivas en la asociación					
Habilidades personales						
4	Posee autonomía y decisión para crear acciones y soluciones					
5	Es innovadora para generar competitividad en el negocio					
Habilidades humanas						
6	Genera comunicación como medio mantener un clima favorable					
7	Coopera para generar estrategias de competencia					
Habilidades técnicas						
8	Posee conocimientos sobre el negocio iniciado					
9	Posee conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado					



Valor social

Escala valorativa	Símbolo	Puntaje
Siempre	S	1
Casis siempre	CS	2
A veces	AV	3
Casi nunca	CN	4
Nunca	N	5

N°	Items	S	CS	AV	CN	N
	Creación de valor social					
1	Sientes que el negocio comprende la búsqueda del progreso social					
2	Aprecia que las barreras sociales dificulto al iniciar su negocio					
3	Aprecias que tuvo bienestar social al iniciar el negocio					
4	Siente que tiene mayor calidad de vida en la actualidad					
5	Considera valioso su fuente de ingreso					



ANEXO N° 3. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES

1. Factores motivacionales	Necesidad de logro
	Necesidad de reconocimiento
	Necesidad de desarrollo personal
	Percepción del beneficio económico
	Baja necesidad de poder y estatus
	Necesidad de independencia
	Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
	Necesidad de escape, refugio o subsistencia
2. Características personales	Iniciativa personal
	Capacidad de decisión
	Aceptación de riesgos moderados
	Orientación hacia la oportunidad
	Estabilidad emocional/autocontrol
	Orientación hacia metas específicas
	Locus de control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos)
	Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre
	Es receptivo en sus relaciones sociales
	Posee sentido de urgencia/tiempo valioso
	Honestidad/integridad y confianza
	Perseverancia/constancia
	Responsabilidad personal
	Es individualista
Es optimista	
3. Características físicas	Energía
	Trabaja con ahínco
4. Características intelectuales	Versatilidad/flexibilidad
	Creatividad/imaginación/innovación
	Búsqueda de la verdad e información
	Planificación y seguimiento sistemático de resultados



	Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
	Visión comprensiva de los problemas
	Capacidad para solucionar problemas
	Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad para conseguir recursos
	Gerente/administrador de recursos
	Patrón de factores de producción
	Exige eficiencia y calidad
	Dirección y gestión de la empresa
	Red de contacto
	Comunicación

Nota: La siguiente tabla muestra que un emprendedor es aquella que identifica la oportunidad y la organización de los recursos necesarios para poner en progreso siguiendo los siguientes aspectos que se detallan en el siguiente cuadro. Tomado de (Alcaraz, 2011).



Validación del instrumento **CARTA DE PRESENTACIÓN**

Dr.

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de posgrado de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con lo cual optar el grado de doctor.

El título nombre del proyecto de investigación es:

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo N° 1: Carta de presentación
2. Anexo N°2: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

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

Atentamente.

Dr.

D.N.I:



ANEXO 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable : emprendimiento	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: emprendimiento							
1	Te sientes motivada para asumir reto empresarial							
2	Te hace sentir feliz y autorrealizada el dirigir una empresa							
3	Te fue dificultoso iniciar en el emprendimiento de tu negocio							
4	Recibiste alguna orientación para potenciar tu negocio							
	Dimensión 2: Tipos de emprendimiento							
5	Sientes que el negocio fue una oportunidad para sobresalir							
6	Sientes que el negocio surge por necesidad de actividades							
7	Consideras que el negocio genera el valor económico							
8	Consideras que el negocio genera transmisión de valor cultural							
9	Consideras que el negocio genera competitividad							
	Dimensión 3: Factor que motivan el emprendimiento							
10	Consideras tener apoyo permanente de su entorno familiar							



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 202.

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: habilidades gerenciales	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Habilidades grupales							
1	Lidera la labor de la asociación para lograr un alto desempeño							
2	Anima y motiva a la asociación para lograr metas							
3	Produce relaciones positivas en la asociación							
	Dimensión 2: Habilidades personales							
4	Posee autonomía y decisión para crear acciones y soluciones							
5	Es innovadora para generar competitividad en el negocio							
	Dimensión 3: Habilidades humanas							
6	Genera comunicación como medio mantener un clima favorable							
7	Coopera para generar estrategias de competencia							
	Dimensión 4:							
8	Posee conocimientos sobre el negocio iniciado							
9	Posee conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado							



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: valor social	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Creación de valor social							
1	Sientes que el negocio comprende la búsqueda del progreso social							
2	Aprecia que las barreras sociales dificulto al iniciar su negocio							
3	Aprecias que tuvo bienestar social al iniciar el negocio							
4	Siente que tiene mayor calidad de vida en la actualidad							
5	Considera valioso su fuente de ingreso							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:



Especialidad del evaluador:

1 Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr.

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de posgrado de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con lo cual optar el grado de doctor.

El título nombre del proyecto de investigación es:

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo N° 1: Carta de presentación
2. Anexo N°2: Certificado de validez de contenido de los instrumentos

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

Atentamente.

Dr.

D.N.I:



ANEXO 5

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable : emprendimiento	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: emprendimiento							
1	Te sientes motivada para asumir reto empresarial							
2	Te hace sentir feliz y autorrealizada el dirigir una empresa							
3	Te fue dificultoso iniciar en el emprendimiento de tu negocio							
4	Recibiste alguna orientación para potenciar tu negocio							
	Dimensión 2: Tipos de emprendimiento							
5	Sientes que el negocio fue una oportunidad para sobresalir							
6	Sientes que el negocio surge por necesidad de actividades							
7	Consideras que el negocio genera el valor económico							



8	Consideras que el negocio genera transmisión de valor cultural							
9	Consideras que el negocio genera competitividad							
	Dimensión 3: Factor que motivan el emprendimiento							
10	Consideras tener apoyo permanente de su entorno familiar							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Puno, de junio del 202.

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: habilidades gerenciales	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Habilidades grupales							
1	Lidera la labor de la asociación para lograr un alto desempeño							
2	Anima y motiva a la asociación para lograr metas							
3	Produce relaciones positivas en la asociación							
	Dimensión 2: Habilidades personales							
4	Posee autonomía y decisión para crear acciones y soluciones							
5	Es innovadora para generar competitividad en el negocio							
	Dimensión 3: Habilidades humanas							
6	Genera comunicación como medio mantener un clima favorable							
7	Coopera para generar estrategias de competencia							
	Dimensión 4:							
8	Posee conocimientos sobre el negocio iniciado							
9	Posee conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado							



Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: valor social	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Creación de valor social							
1	Sientes que el negocio comprende la búsqueda del progreso social							
2	Aprecia que las barreras sociales dificulto al iniciar su negocio							
3	Aprecias que tuvo bienestar social al iniciar el negocio							
4	Siente que tiene mayor calidad de vida en la actualidad							
5	Considera valioso su fuente de ingreso							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:



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

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

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

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



CARTA DE PRESENTACIÓN

Dr.

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de posgrado de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, se requiere validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi trabajo de investigación y con lo cual optar el grado de doctor.

El título nombre del proyecto de investigación es:

EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

1. Anexo N° 1: Carta de presentación
 2. Anexo N°2: Certificado de validez de contenido de los instrumentos
- Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Dr.
D.N.I:



ANEXO 6

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable: emprendimiento	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: emprendimiento							
1	Te sientes motivada para asumir reto empresarial							
2	Te hace sentir feliz y autorrealizada el dirigir una empresa							
3	Te fue dificultoso iniciar en el emprendimiento de tu negocio							
4	Recibiste alguna orientación para potenciar tu negocio							
	Dimensión 2: Tipos de emprendimiento							
5	Sientes que el negocio fue una oportunidad para sobresalir							
6	Sientes que el negocio surge por necesidad de actividades							
7	Consideras que el negocio genera el valor económico							



8	Consideras que el negocio genera transmisión de valor cultural							
9	Consideras que el negocio genera competitividad							
	Dimensión 3: Factor que motivan el emprendimiento							
10	Consideras tener apoyo permanente de su entorno familiar							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Puno, de junio del 202.

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: habilidades gerenciales	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Habilidades grupales							
1	Lidera la labor de la asociación para lograr un alto desempeño							
2	Anima y motiva a la asociación para lograr metas							
3	Produce relaciones positivas en la asociación							
	Dimensión 2: Habilidades personales							
4	Posee autonomía y decisión para crear acciones y soluciones							
5	Es innovadora para generar competitividad en el negocio							
	Dimensión 3: Habilidades humanas							
6	Genera comunicación como medio mantener un clima favorable							
7	Coopera para generar estrategias de competencia							
	Dimensión 4:							
8	Posee conocimientos sobre el negocio iniciado							
9	Posee conocimientos sobre uso de tecnología para generar competitividad en el mercado							



Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:

Especialidad del evaluador:

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

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

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

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



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2022

Nº	Variable 2: valor social	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	Dimensión 1: Creación de valor social							
1	Sientes que el negocio comprende la búsqueda del progreso social							
2	Aprecia que las barreras sociales dificulto al iniciar su negocio							
3	Aprecias que tuvo bienestar social al iniciar el negocio							
4	Siente que tiene mayor calidad de vida en la actualidad							
5	Considera valioso su fuente de ingreso							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Puno, de junio del 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: DNI:



Especialidad del evaluador:

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital:

Fecha de entrega: 29 /11/2023

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Marina Teofila Quispe Castillo

Dirección: av. Manuel Nuñez Butron N° 429 - Caracoto

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 41428970

Teléfono: 951492372 email: marina_77_c@hotmail.es

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Doctorado

Escuela Profesional o Mención: En Contabilidad Y Finanzas

Título o Grado Académico a optar: Doctor En Contabilidad Y Finanzas

Asesor: Dr. Segundo Ortiz Cansaya

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LA MUJER Y HABILIDADES GERENCIALES EN LA CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE ARTESANÍAS DE LA REGIÓN DE PUNO – 2021

Palabras claves, (3 a 5 términos): Emprendimiento empresarial, emprendimiento de la mujer,

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV 1, 2?

2

1 Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

2 Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación. Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez” consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Contabilidad Económica – P66


Firma de Autor



huella digital

29 de noviembre del 2023

Fecha