

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



**Diferencias de los factores motivacionales para iniciar un negocio en  
emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023**

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

**AUTOR**

**Dora Brunella Velasquez Gutierrez**

**ASESOR**

**Linda Marita Cruz Pupuche**

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

**Chiclayo, 2024**

**Diferencias de los factores motivacionales para iniciar un negocio en  
emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023**

PRESENTADA POR

**Dora Brunella Velasquez Gutierrez**

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

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APROBADA POR

Jorge Augusto Mundaca Guerra

PRESIDENTE

Jessica Karin Solano Cavero

SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche

VOCAL

# Factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>www.scielo.org.mx</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>tesis.usat.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>produccioncientificaluz.org</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>regionysociedad.colson.edu.mx:8086</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Ana G. Méndez University</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>theibfr.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>9</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>12</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>13</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>18</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>18</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>20</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>24</b>

## Resumen

Con el tiempo, el emprendimiento femenino ha ganado un mayor reconocimiento en la sociedad, llegando a ser visto como un recurso valioso para lograr crecimiento a nivel personal, profesional y económico. Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo diferenciar los factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023. Teniendo como condición a las mujeres emprendedoras de la ciudad de Chiclayo y con la característica de ser emprendedoras jóvenes y establecidas, como metodología se empleó un enfoque cuantitativo, con técnica de encuesta conformado por 21 ítems y se llevó a cabo mediante una escala de tipo Likert propuesto por Mitchell (2003) con la característica que fue adaptado por Meyer y Krüger (2018) a 140 mujeres emprendedoras, donde el cuestionario fue repartido por medio de redes sociales. Los resultados evidencian que las emprendedoras jóvenes su motivación predominante es la independencia, lo que evidencia que emprenden por necesidad de logro e independencia y las emprendedoras establecidas su motivación más fuerte es a la contribución a otros, demostrando que el poder ayudar a otros y la sucesión las incentiva a la creación de negocios, comparando los resultados mostraron que existe una mínima diferencia significativa en el factor autorrealización.

**Palabras clave:** Emprendedores, creación de empresas, desarrollo económico, formación

**Clasificación JEL:** L26, M13, O1, M53

### **Abstract**

Over time, female entrepreneurship has gained greater recognition in society, becoming seen as a valuable resource to achieve growth on a personal, professional and economic level. That is why this research aims to differentiate the motivational factors to start a business in young and established entrepreneurs in the city of Chiclayo 2023. Having as a condition the entrepreneurial women of the city of Chiclayo and with the characteristic of being entrepreneurs young and established, as a methodology a quantitative approach was used, with a survey technique consisting of 21 items and was carried out using a Likert-type scale proposed by Mitchell (2003) with the characteristic that was adapted by Meyer and Krüger (2018). to 140 entrepreneurial women, where the questionnaire was distributed through social networks. The results show that young entrepreneurs' predominant motivation is independence, which shows that they undertake out of a need for achievement and independence, and established entrepreneurs' strongest motivation is to contribute to others, demonstrating that being able to help others and succession encourages them to create businesses, comparing the results showed that there is a minimal significant difference in the self-realization factor.

**Keywords:** Entrepreneurs, business creation, economic development, training

**JEL Classification:** L26, M13, O1, M53

## Introducción

El Índice Global de Emprendimiento (GEDI), comenta que Estados Unidos está ubicado en el primer lugar con respecto a los emprendedores y empresas pequeñas en desarrollo, en segundo lugar, Suiza, tercer lugar Canadá, cuarto lugar Reino Unido y en quinto lugar Australia (Benítez, 2023). El rol de la mujer ha tenido una evolución notoria con el transcurrir de los años, actualmente existe una responsabilidad compartida para los compromisos del hogar, la realidad es que cada vez son más las mujeres protagonistas en el mundo del emprendimiento (Castillo et al. 2022) es por ello que existen más de 1,3 millones de empresas, entre ellas se encuentran los tipos de empresas: micro empresas, pequeñas y medianas las cuales son dirigidas por dichas mujeres con instinto emprendedor, confirmando esto según un análisis que realizó la Cámara de Comercio de Lima, el 15% de las mujeres comenzaron sus emprendimientos a edades comprendidas entre 18 y 25 años, mientras que el 40% lo iniciaron entre los 16 y 30 años, un 35% emprendió entre los 31 y 40 años, y el restante 5% lo hizo en el rango de edades de 41 a 55 años (La República, 2022).

Estudios indican que un aumento de mujeres en la fuerza laboral producirá al país un crecimiento económico más acelerado, por ello es que el emprendimiento femenino se transforma en una manera de apoyarlas y aumentar su economía familiar (Communications, 2022). En países como México se realizaron estudios sobre las motivaciones de las emprendedoras, dando como resultado que la obtención de ingresos es el factor más relevante para iniciar un emprendimiento. Ahora, respecto a las motivaciones que potencian a las mujeres peruanas para la ejecución de sus emprendimientos, el 85% de ellas manejan pequeñas y medianas empresas, comenzaron su emprendimiento voluntariamente, en cambio el 8.9% emprendieron debido a la necesidad de generar ingresos adicionales (Baltodano & Lezama, 2020). Es primordial para el género femenino emprender un negocio y que este sea exitoso, logrando estar motivada y mantenerse económicamente estable.

En el año 2022, Perú se ubicó después de Colombia, México y Sudáfrica, figurando como el tercer país con mayor espíritu emprendedor, incluso en medio de situaciones adversas como la pandemia (El Peruano, 2023). Según Valle (2022), el 54% de los peruanos ya inicio su negocio propio, y el otro 36% está pensando en comenzar uno. El emprendimiento peruano representa uno de los mayores ingresos económicos del país, convirtiéndose en una alternativa para avanzar en sus carreras, ganar ingresos y lidiar con situaciones de discriminación (Mun & Jung, 2019). Según el Ministerio de Producción (2020), en el estudio titulado Perfil de la Mujer Emprendedora en el Perú, comenta que, con el transcurso del tiempo, las mujeres tienen dos

tipos diferentes de motivaciones, por oportunidades, el cual implica una decisión cuidadosamente evaluada de iniciar un negocio con el objetivo de lograr independencia económica, alcanzar metas sociales y aprovechar las oportunidades comerciales existentes. Por otro lado, la segunda motivación se relaciona con la necesidad, donde las razones predominantes incluyen la falta de empleo y la insatisfacción con la situación laboral actual. En este caso, las personas optan por emprender sus negocios como una vía para generar ingresos y asegurar su subsistencia económica.

De igual modo, en nuestro contexto, se han llevado a cabo estudios comparativos entre varones y mujeres. No obstante, existen investigaciones sobre las motivacionales de las mujeres emprendedoras pero la información acerca de estudios comparativos netamente en el ámbito de emprendimiento femenino es escasa. De todos modos, no se ha investigado lo suficiente sobre el tema lo cual representa una barrera que impide comprender mejor al emprendimiento femenino; considerando que, la ciudad de Chiclayo, destaca por realizar actividades empresariales en donde podemos notar emprendimientos de diversos rubros, turismo, gastronomía, comercio, vestuario, etc.

Se realizó una junta de emprendedoras mujeres en Lambayeque, donde asistieron 147 empresarias, 4 mujeres empresarias contaron sus historias de como lograron emprender y estar donde están ahora. Una de las mujeres empresarias, dueña de una inmobiliaria, comentó que su familia era muy humilde y ella esperaba asistir a fiestas infantiles para que le den dulces y al día siguiente ir a venderlas a su colegio, demostrando el espíritu emprendedor y la motivación que cuentan las emprendedoras desde pequeñas para salir adelante. Según Indecopi (2019), las mujeres emprendedoras decidieron registrar su marca y hubo 4174 solicitudes, en el año 2020 el número aumentó a 5167, obteniendo un crecimiento de 23.79%, en el año 2021 siendo más precisos de enero a setiembre las mujeres emprendedoras registraron un promedio de 3829 solicitudes, demostrando que en el Perú existe el empoderamiento femenino y el espíritu emprendedor en las mujeres. Teniendo en cuenta que en Chiclayo existen emprendimientos mayores de 3 años de vigencia en el mercado y emprendimientos jóvenes menores de 3 años que han surgido durante la pandemia, ante las diferentes circunstancias presentadas se plantea la siguiente interrogante; ¿Existen diferencias entre los factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023?

La investigación es relevante para saber si existen diferencias entre los factores motivacionales para iniciar un negocio entre propietarias de emprendimientos jóvenes menores de 3 años en el mercado y propietarias de emprendimientos establecidos mayores de 3 años, con el fin de conocer los factores que las llevaron a impulsar sus negocios y así forjar

lineamientos que las permitan mantenerse en ellos. Por su parte la investigación brindará conocimientos sobre factores motivacionales que al reconocer lo que las impulsa podrán tomar decisiones informadas y alinear sus acciones con sus metas, lo que aumenta las posibilidades de éxito en sus emprendimientos.

Para lograr los propósitos del estudio se estableció como objetivo general: Diferenciar los factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023, con los siguientes objetivos específicos: Identificar los factores motivacionales predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes en la ciudad de Chiclayo 2023 e Identificar los factores motivacionales predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023.

### **Revisión de literatura**

Después de examinar las investigaciones, se encontró a Miranda et al. (2023), quienes identificaron los factores motivacionales para el emprendimiento en empresarias de Tabasco, ubicado en México, sus resultados indican que los factores intrínsecos, ganar dinero y la autonomía son las principales motivaciones para dichas empresarias. De igual manera Azlin et al. (2019), exploraron los factores motivacionales de las mujeres que emprenden un viaje en el ámbito empresarial en Malasia, dando como resultado que su principal motivación es construir un negocio para sus sucesores. Asimismo, Muhammad et al. (2020) investigaron los factores motivacionales en el emprendimiento femenino para liderar un negocio exitoso. Como resultado, se encontró que la auto independencia y la confianza contribuyen en la motivación de las emprendedoras. Además, Lai et al. (2022) investigaron sobre los factores motivacionales que influyen en las emprendedoras en el distrito Lundu de Sarawak en Malasia, el estudio concluyó que las emprendedoras estaban más motivadas por la necesidad de afiliación, posteriormente por la necesidad de logro y, por último, la necesidad de poder según la teoría de McClelland. Autores como Meyer y Krüger (2021), en su investigación determinaron qué factores motivacionales consideran más importantes y si estos factores difieren entre emprendedoras jóvenes y establecidas en el contexto sudafricano, se evidencia una pequeña diferencia en el factor autorrealización. Por otro lado, Dzananovic & Tandir (2020), en su estudio identificaron factores de empuje y atracción en las emprendedoras, dando como resultado que la teoría de empuje se centró en los estímulos externos en su mayoría negativos y la teoría de atracción se centra en los resultados positivos que motivan al individuo a hacer algo. El factor principal para las emprendedoras es el desempleo, seguido de la incapacidad de encontrar un trabajo adecuado debido a la situación del mercado laboral. Según Ruiz et al.

(2020), en su estudio identificaron las motivaciones para emprendedoras femeninas, dando como resultado que la principal motivación es la categoría vinculada con la autodeterminación (30%), la cual se respalda en gran medida por una fuerte inclinación hacia el emprendimiento, la formación de negocios y el logro personal. Autores como Bandeira et al. (2020), da como resultado que las emprendedoras tienen el anhelo de incrementar la independencia, detectar una oportunidad empresarial, alinear las acciones con los valores personales y seguir la vocación de sus sueños. Por último, Vásquez et al. (2020) sobre los factores que influyen en la probabilidad de que las mujeres emprendan, se observó que el crecimiento personal, la causa social y las relaciones interpersonales surgieron como los elementos más influyentes para comenzar un negocio.

Conforme a Orrego (2010), emprendimiento se refiere a la decisión individual de crear un negocio y afrontar obstáculos con el propósito de alcanzar una meta específica. Siguiendo con la explicación, Acs y Amorós (2018) sostienen que cualquier oportunidad identificada se considera una ventaja que despierta el interés emprendedor. Diversos autores han aportado a las investigaciones sobre el tema, Martins (2022) nos comenta que el emprendimiento es el cambio del mundo para la resolución de problemas, Independientemente de si pueden iniciar una transformación en la sociedad, desarrollar o comercializar un producto novedoso, entre otros aspectos. Finalmente, Pérez y Gardey (2021) comentan que un emprendimiento es la iniciativa de una persona que asume cualquier riesgo o que invierte en recursos con la finalidad de lograr una oportunidad que da el mercado.

Audaces (2022), el emprendimiento femenino es una sucesión para iniciar empresas manejadas por una o más mujeres, es importante fomentar el emprendimiento femenino por diversos motivos, el principal es considerar las mismas oportunidades laborales para hombres y mujeres, puesto que ambos cuentan con aptitud y habilidades de liderazgo. Con el emprendimiento femenino, se puede apoyar a dichas mujeres en momentos vulnerables, mejorando el nivel económico de sus familias. Según estudios llevados a cabo por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, el incremento en la participación de las mujeres en el mercado laboral se traduce en un aumento significativo del crecimiento económico (ONU MUJERES, 2015).

Según Peiró (2020), al hablar sobre motivación podemos decir que es beneficiosa para asistir a las personas a permanecer operantes, gracias a la motivación podrán lograr sus objetivos o satisfacer una necesidad determinada. Cada persona tiene una motivación diferente, es por ello que es importante saber cuál es su motivación para así poder laborar adecuadamente. Así mismo Chiavenato (2007) lo describe como la condición interna que motiva a una persona a

comportarse de manera que pueda lograr un objetivo específico o participar en una actividad para satisfacer necesidades individuales. Según Aktouf y Suárez (2012), también se destaca que la existencia de motivación está vinculada a la presencia de necesidades que requieren satisfacción, ya sea relacionada con el placer, un objetivo absoluto, la relatividad de los beneficios a obtener o incluso el lujo.

Con respecto a los factores motivacionales, Agrawal et al. (2018), afirma que existen diversos factores motivacionales que desencadenan la intervención de la mujer en las actividades empresariales. Así mismo, Briceño (2020) nos comenta que los factores motivacionales engloban las emociones ligadas al desarrollo personal, la apreciación en el ámbito profesional y las aspiraciones de autorrealización, los cuales se encuentran vinculados a las tareas ejecutadas por el individuo. El aprendizaje se erige como la principal fuente para alcanzar el progreso tanto a nivel personal como social.

El autor Mitchell (2003), utilizó diversas teorías para la creación del instrumento, se menciona a la Teoría de la Expectativa de la Motivación formulada por Vroom (1964), esta teoría estudia cómo se comportan los empleados en su lugar de trabajo y de cuanto más valore el resultado, más motivado estará en lograrlo, en especial cuando se trata de motivación, toma de decisiones y liderazgo. Cuando más esfuerzo ponen las personas para llegar al éxito, más seguros están de obtener una recompensa satisfactoria (Canal, 2021). Por otro lado, se encuentra la Teoría de la Motivación Humana propuesta por McClelland (1961) descubrió tres impulsos que se pensaba que eran universales: la necesidad de alcanzar metas, la necesidad de establecer relaciones sociales y la necesidad de ejercer influencia, con la particularidad de que los individuos tendrán diferentes características dependiendo de su motivación dominante (MindTools, 2023).

Así mismo, la Teoría de la Motivación e Higiene de Herzberg (1964) sostiene que tanto la satisfacción como la insatisfacción en el trabajo se encuentran en dos escalas separadas, cada una influenciada por diferentes factores. Los factores motivacionales contribuyen a incrementar la satisfacción en el trabajo, mientras que la presencia de factores de higiene ayuda a prevenir la insatisfacción laboral (Nickerson, 2023). Por último, la Teoría de la Jerarquía de las Necesidades de Maslow (1954) es un enfoque motivacional en el campo de la psicología que propone un modelo con cinco niveles de necesidades humanas. Estos niveles se representan comúnmente en forma de una pirámide jerárquica. A medida que ascendemos en la jerarquía, las necesidades van desde las más básicas, como las fisiológicas (alimentación y vestimenta) y la seguridad (seguridad laboral), incluyendo las necesidades de amistad y afecto, de estima y

de autorrealización. Conforme a esta teoría, es necesario atender primero las necesidades más básicas antes de poder abordar las necesidades de un nivel superior (McLeod, 2023).

La presente investigación, se basó en la propuesta por Mitchell (2003), que fue ligeramente adaptada por Meyer y Krüger (2021), donde expone un instrumento basado en 4 factores: autorrealización, estatus, contribución a otros e independencia. Esta propuesta se utilizó con el propósito de identificar las motivaciones más importantes para las emprendedoras de Sudáfrica: Como primer factor está la autorrealización, según Bernal (2002) ha sido comúnmente entendida como la inclinación intrínseca de los seres humanos hacia el desarrollo máximo de sus capacidades individuales, abarcando todo aquello que una persona única tiene el potencial de alcanzar. Autores como Carabantes (2023), lo define como un estado individual interior que no está sujeto a lograr objetivos o la obtención de cosas materiales, significa estar más a gusto y en paz con la vida.

El segundo factor, estatus, representa una motivación de gran importancia que proporciona una perspectiva distinta y matizada del éxito en el ámbito empresarial. Según la investigación de Wach et al. (2016), el logro del éxito empresarial se puede alcanzar cuando los emprendedores cumplen su motivación de obtener un determinado estatus a través de sus negocios, incluso si logran un éxito económico significativo. Como tercer factor, independencia, las mujeres que optan por emprender y ven en ello una vía para lograr la superación económica y desarrollarse, se encuentran motivadas tanto por su situación precaria y desventajosa en términos laborales, profesionales o familiares, como por su deseo de alcanzar un pleno desarrollo que responde a factores como los intrínsecos y el logro de metas personales o el anhelo de crecimiento (Avcı y Gümüş, 2022).

De acuerdo con Aguilar et al. (2014), la búsqueda del emprendimiento por parte de las mujeres está impulsada por la independencia, que se relaciona con el cumplimiento de metas personales. Por último, la contribución a otros, según la RAE (2023), es una ayuda que lleva a cabo una persona para alguien o algo, también se puede definir cómo ayudar a una persona en algún sentido. Para las emprendedoras la contribución a otros se define en la ayuda de las personas, ya sean externas o internas a su entorno que logran ayudarlas para llevar a cabo un propósito.

### **Materiales y métodos**

El enfoque de este estudio fue cuantitativo, ya que se emplearon análisis estadísticos (Hernández et al., 2010). De igual manera, según su fin es de tipo básica, porque buscó generar conocimiento científico y recopilar datos, asimismo, el diseño que se trabajó es no

experimental, ya que, no se manipularon variables, de corte transversal y de tipo según su alcance descriptivo-comparativo, puesto que se realizó una comparación entre las poblaciones.

La investigación fue aplicada en la ciudad de Chiclayo, en cuanto a la población se aplicó a las emprendedoras jóvenes (menos de 3 años en el mercado) y establecidas (más de 3 años en el mercado) que conforman la asociación ASPEM, se consideró una muestra intencional, la asociación está conformada por 500 personas, de tal manera que el cuestionario fue enviado a las 148 emprendedoras, entre ellas propietarias de emprendimientos jóvenes (74) y propietarias de emprendimientos establecidos (74).

La técnica que se empleó para la recolección de datos fue la encuesta con el instrumento cuestionario; el cual fue propuesto por Mitchell (2003) con la característica que fue adaptado por Meyer y Krüger (2018), y que consta de 4 factores. Además, para las preguntas asociadas con el primer factor ‘autorrealización’ tiene 7 ítems, el segundo factor ‘estatus’ 6 ítems, el tercer factor ‘contribución a otros’ 4 ítems y, por último, el cuarto factor ‘independencia’ 4 ítems, dando un total de 21 ítems. Para la medición del cuestionario se utilizó la escala Likert del 1 al 5 (1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4= De acuerdo y 5=Totalmente de acuerdo). De igual modo, el instrumento fue evaluado por análisis factorial en donde la prueba de Kaizer-Meyer-Olkin (KMO) arrojó un resultado de 0,812 y una prueba de chi-cuadrado de Barlett de 1240.282 y significancia en  $<0,001$ . Se determinó la confiabilidad del instrumento con el coeficiente Alfa de Cronbach con un índice de 0,961 y coeficiente Beta de Rajú con un índice de 0,92.

Posteriormente, para el procedimiento de análisis, nos contactamos con una de las asociadas del grupo ASPEM que envió el link del cuestionario a las mujeres emprendedoras vía Google Forms, a través del grupo de WhatsApp en donde se encuentra nuestra muestra, el tiempo de espera fue entre 2-3 semanas en Julio del 2022 para la recolección de encuestas, una vez finalizado el tiempo, se le agradeció a cada una de las emprendedoras que nos ayudaron a responder las encuestas. Los datos obtenidos de la encuesta fueron exportados a Excel 2016 y procesados mediante el programa SPSS 25 para su análisis respectivo y, por último, se aplicó la prueba de Mann-Whitney para contrastar hipótesis, una herramienta utilizada para la comparación de dos grupos independientes (Flores et al., 2017).

### **Resultados y discusión**

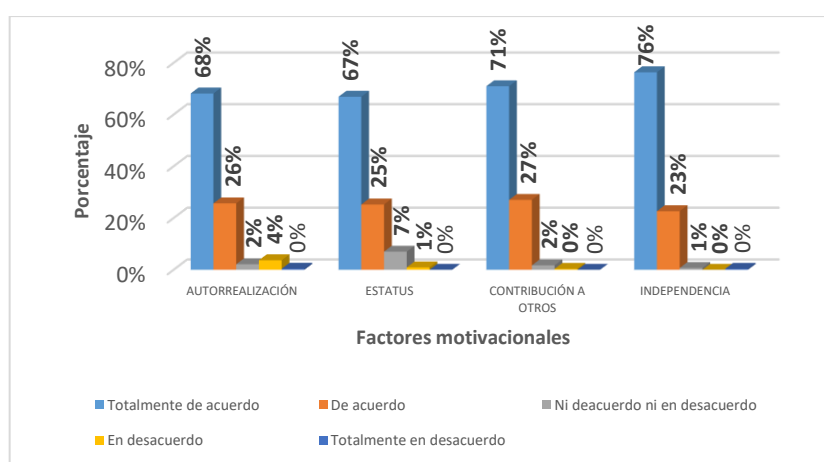
Se llevaron a cabo encuestas a 148 mujeres emprendedoras en Chiclayo. Los hallazgos indican que la población se distribuye en los siguientes grupos de edad: 20 a 29 años (37.2%), 30 a 39 años (26.4%), 40 a 49 años (23%), y 50 a 55 años (13.5%). Además, el 54.7% son mujeres solteras y el 60.1% cuenta con educación superior completa; a su vez, solo el 47.3%

no tienen hijos. De igual importancia, destacan con su emprendimiento en los rubros de repostería y comercio. Finalmente, el 50% de emprendimientos femeninos tienen más de 3 años en el mercado.

Con respecto al primer objetivo específico: Identificar los factores motivacionales predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes en la ciudad de Chiclayo 2023.

**Figura 1**

*Factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes*



La motivación más significativa para las emprendedoras jóvenes de edades entre 20 y 55 años es la independencia con un 76%, enfatizando su deseo de crecimiento personal, productividad y autonomía en el ámbito laboral, demostrando que muchas mujeres ven el emprendimiento como una vía para tomar las riendas de sus propias carreras y liberarse de las restricciones de un empleo tradicional, datos que al ser comparados con lo encontrado por Muhammad et al. (2020) la principal motivación se encuentra vinculado con la auto independencia y la confianza.

En segundo lugar, se encuentra el factor contribución a otros, con un 71%, demostrando que las emprendedoras de 20 entre 39 años expresan un fuerte interés en ayudar a las personas a través de sus negocios, reflejando una creciente conciencia sobre la responsabilidad social empresarial y el impacto positivo en la comunidad, al compararlo con el estudio de Azlin et al. (2019) la principal motivación es construir un negocio para sus sucesores.

En tercer lugar, la motivación autorrealización con un 68%, reconociendo el deseo por alcanzar sus aspiraciones personales y profesionales a través del emprendimiento, resultados que al ser comparados con Vásquez et al. (2020) los factores más influyentes son el desarrollo personal, el propósito social y las conexiones entre individuos.

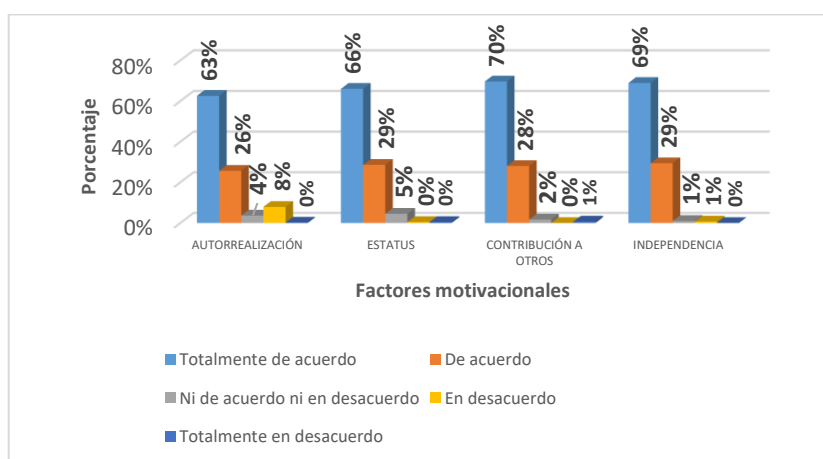
Por último, la motivación estatus, pues este representa un 67% del rango de edad entre 50 y 55 años, tienen una aspiración de mejorar su estatus social, motivados por el anhelo de reconocimiento y el deseo de fortalecer sus lazos en su entorno, teniendo en cuenta los datos de Dzananovic y Tandır (2020), difieren identificando factores de empuje y atracción, dando como resultado que la teoría de empuje se centró en los estímulos externos en su mayoría negativos y la teoría de atracción se centra en los resultados positivos que motivan al individuo a hacer algo.

Teniendo estos resultados se infiere que las emprendedoras jóvenes ven el emprendimiento primordialmente como una manera de desarrollarse personalmente y ser autónomas, alcanzando un balance entre su vida profesional y personal. Ya no se trata solo de la búsqueda de ingresos o el éxito comercial; cada vez más, el emprendimiento se percibe como una vía para el crecer y la realización de metas individuales. Las mujeres están optando por el emprendimiento como una forma de tomar las riendas de sus vidas, perseguir sus pasiones y alcanzar sus aspiraciones profesionales y personales, podemos notar que al realizar la comparación con los resultados de los autores son casi similares a excepción del factor estatus.

Con respecto al segundo objetivo específico: Identificar los factores motivacionales predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023.

**Figura 2**

*Factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras establecidas*



La figura 2 demuestra que las emprendedoras establecidas en el rango de 30 a 55 años que tienen más de 3 años en el negocio, se motivan más por la contribución a otros con un 70% mostrando un fuerte compromiso con la sociedad y la preocupación por asegurar el bienestar de sus familias, ya que muchas de ellas pueden estar considerando la sucesión y el legado que

dejan a las futuras generaciones, teniendo en cuenta los datos de Miranda et al. (2023), difieren identificando que la obtención de ingresos se encuentra entre sus principales motivaciones.

Como segunda motivación, se encuentra la independencia, que predomina en las mujeres de edades entre 20 y 39 años con un 69%, valorando la autonomía y buscan un equilibrio en sus vidas, lo que refleja una generación que aprecia la flexibilidad y la libertad en sus carreras, datos que al ser comparados con Bandeira et al. (2020), da como resultado que las emprendedoras tienen el anhelo de incrementar la independencia, alinear las acciones con los valores personales y seguir la vocación de sus sueños.

En tercer lugar, la motivación estatus, con un 66%, la cual refiere que las mujeres entre los 40 y 49 años emprenden con un deseo de alcanzar una mejor posición social dentro de su entorno cercano, lo que podría estar relacionado con la búsqueda de reconocimiento, respeto en su comunidad y red de contactos, considerando los resultados de Lai et al. (2022), difieren identificando que las emprendedoras están más motivadas por la necesidad de afiliación, seguido de la necesidad de logro y la de poder.

Por último, la motivación de autorrealización, con un 63%, entre las emprendedoras establecidas de 40 a 55 años. Este grupo disfruta de aplicar sus conocimientos y habilidades, así como seguir aprendiendo, pero es interesante notar que el 8% de ellas marcó en desacuerdo en los ítems relacionados con la búsqueda de retos y la motivación a través de experiencias negativas, si bien valoran la autorrealización, pueden enfrentar desafíos y momentos difíciles que no necesariamente las motivan, teniendo en cuenta los datos de Ruiz et al. (2020), la principal motivación es la categoría vinculada con la autodeterminación, la cual se respalda en gran medida por una fuerte inclinación hacia el emprendimiento, la formación de negocios y el logro personal.

Con estos resultados se infiere que las emprendedoras establecidas ven el emprendimiento primordialmente como una manera de tener un impacto positivo en la comunidad, no solo están enfocadas en maximizar sus ganancias personales, sino que también son responsables en su función como agentes de cambio en la comunidad, están motivadas a abordar problemas sociales y económicos, aportando soluciones que beneficien a un público más amplio que solo ellas mismas o sus empresas, podemos notar que al realizar la comparación con los resultados de los autores difieren con nuestros resultados, porque los autores son de diferentes países por ende en diferentes contextos.

Para responder al objetivo general: Diferenciar los factores motivacionales para mantener un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023.

Los resultados se determinaron mediante la U de Man-Whitney, en donde en el caso de que el valor de p sea menor de 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se asume que existe diferencia. Con ello, se dice que se acepta la hipótesis nula en donde no existe diferencia, puesto que los valores de p son mayores que 0.05.

**Tabla 1**

*Prueba U de Mann-Whitney entre dos muestras independientes (emprendedoras jóvenes y emprendedoras establecidas)*

Factor motivacional	Estadístico	p
Autorrealización	2313	0.096
Estatus	2632	0.670
Contribución a otros	2696	0.858
Independencia	2471	0.238

*Nota:  $H_a \mu \text{ Jóvenes} \neq \mu \text{ Establecidas}$*

Los factores motivacionales para iniciar un negocio siguen siendo las mismas tanto para negocios establecidos como para negocios jóvenes, aunque en la motivación autorrealización se puede apreciar que tiene una p de 0.096 demostrando que podría existir una pequeña diferencia entre emprendedoras jóvenes y establecidas. Las emprendedoras jóvenes precisamente en el ítem 6 “Me gusta perseguir retos” y en el ítem 7 “Mis experiencias o desafíos con el trabajo me motivan a continuar con mi propio negocio” tienen un promedio alto, a diferencia de las emprendedoras establecidos en el ítem 6 y el ítem 7 cuentan con un promedio bajo. Demostrando que a las emprendedoras jóvenes (-3) les motiva los retos o desafíos que conlleve tener un negocio, en cambio a las emprendedoras establecidas (+3) no las motiva iniciar un negocio precisamente por tener que pasar desafíos o dificultades para mantenerlo exitoso.

Los resultados denotan que hay una pequeña diferencia significativa en el factor autorrealización, datos que al ser comparados con Meyer y Krüger (2021), en su investigación obtuvieron como resultado que existe una diferencia significativa en el factor autorrealización. Con estos resultados se infiere que no existe una diferencia como tal, pero si existe una mínima diferencia en dicho factor, debido a que las emprendedoras jóvenes están dispuestas a afrontar retos y desafíos para la iniciación de su negocio, a comparación con las emprendedoras establecidas, podemos notar que los resultados coinciden con el contexto sudafricano, en donde existe una mínima diferencia entre el factor autorrealización porque pasar por experiencias negativas las desmotiva.

## **Conclusiones**

Es importante notar que las emprendedoras jóvenes, denotan una mayor motivación al momento de iniciar un emprendimiento, al factor independencia, seguido de la contribución a otros, posteriormente la autorrealización y por último el estatus, demostrando que las emprendedoras jóvenes están más motivadas por la necesidad de lograr algo y crecer personalmente, permitiendo que los negocios perduren con el tiempo.

Las emprendedoras establecidas, mostraron que el factor motivacional más importante es la contribución a otros, seguido de la independencia, posteriormente el estatus y, por último, la autorrealización, lo cual demuestra que las emprendedoras establecidas están más influenciadas por ayudar a las demás personas y por la sucesión familiar.

Para finalizar, los resultados de la comparación entre las emprendedoras jóvenes (menores de 3 años en el mercado) y establecidas (mayores de 3 años en el mercado), demostraron que no existe diferencia significativa entre los factores, a excepción de una mínima diferencia en relación al factor autorrealización, donde las emprendedoras establecidas hacen visible su temor al llevar a cabo desafíos o retos que conlleva iniciar un emprendimiento a diferencia de las emprendedoras jóvenes (están dispuestas a asumir retos).

## **Recomendaciones**

Las emprendedoras jóvenes deben aumentar su participación en programas de capacitación en finanzas personales y para sus negocios realizados por la Cámara de mujeres emprendedoras y empresarias, con la finalidad de comprender cómo administrar sus finanzas de manera efectiva, controlar los costos y tomar decisiones financieras sólidas para sus negocios, además de conectar con mentoras que puedan guiarlas en el desarrollo de habilidades de liderazgo, fortaleciendo su capacidad de ser líderes y la toma de decisiones.

Con respecto a las emprendedoras establecidas, deben impulsar la educación secundaria y superior a sus sucesores, ya sean hijos o familiares, con el fin de que este siga con las empresas y la generación sostenible de empleos, estableciendo las bases para que las futuras generaciones puedan llevar adelante el negocio con éxito, manteniendo su legado y contribuyendo al crecimiento económico.

Se encomienda a la líder de las emprendedoras pertenecientes de la asociación ASPeM, establecer un plan de acción conjunto con el fin de contactar con autoridades locales y presentar una propuesta a fin de obtener apoyo estatal con respecto a charlas, talleres y eventos destinados a abordar los temores y desafíos asociados al inicio y mantenimiento de un negocio. Asimismo, en lo particular, la contratación de un coaching puede ser una estrategia efectiva para motivar a

las emprendedoras, proporcionándoles orientación específica en su viaje empresarial, especialmente en lo que respecta a los desafíos y obstáculos que puedan encontrar.

## Referencias

- Acs, Z. J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_nlinks&pid=S22197168202100040026900001&lng=en](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S22197168202100040026900001&lng=en)
- Agrawal, V., Mohan, A & Agarwal, S. (2018). Motivational and success factors: through the lens of women entrepreneurship. [https://www.researchgate.net/publication/328971832\\_Motivational\\_and\\_success\\_factors\\_through\\_the\\_lens\\_of\\_women\\_entrepreneurship](https://www.researchgate.net/publication/328971832_Motivational_and_success_factors_through_the_lens_of_women_entrepreneurship)
- Aguilar, N., Sandoval, M. y Surdez, E. (2014). La gestión empresarial femenina en pequeñas empresas del giro industrial. *Acta Universitaria*, 24(1), 73-80. <https://doi.org/10.15174/au.2014.710>
- Aktouf, O., & Suárez, T. (2012). *Administración. Tradición, revisión y renovación*. México: Pearson.
- Audaces (2022). *Emprendimiento femenino: ¿Cómo actúan las mujeres en el fortalecimiento del sector industrial?*. <https://audaces.com/es/emprendimiento-femenino-como-actuan-las-mujeres-en-el-fortalecimiento-del-sector-industrial/>
- Avcı, N. & Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul Business Research*, 51 (1). <https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.910006>
- Azlin, S. A., Afiza, A. A., Marziah, M. & Arlinah, A. R. (2019). Women Entrepreneurs in Malaysia: What drives them to venture into business?. IJEAT. <https://ir.uitm.edu.my/66180/1/66180.pdf>
- Azlin, S. A., Afiza, A. A., Marziah, M. & Arlinah, A. R. (2019). Women Entrepreneurs in Malaysia: What drives them to venture into business?. IJEAT. <https://ir.uitm.edu.my/66180/1/66180.pdf>
- Baltodano, L. & Lezama, K. (2020). Felicidad en el trabajo de mujeres emprendedoras de la ciudad de Trujillo, Perú. *Redalyc Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 16(31). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i31.3204>
- Bandeira, P., Amorim M. & Oliveira, M. (2020). Emprendimiento femenino: estudio comparativo entre hombres y mujeres sobre motivaciones para el emprendimiento. *Revista de Psicología, Organizaciones y Trabajo*, 20(3), 1105-1113. <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>
- Benítez, C. (2023). Findstack: La lista definitiva de estadísticas de emprendedores 2023, <https://findstack.es/resources/entrepreneur-statistics/>

- Briceño, M. (2020, 30 de abril). Factores que determinan la motivación por aprender en estudiantes universitarios. <https://www.lamjol.info/index.php/recsp/article/view/9789/11557>
- Canal, M. (2021, 30 de septiembre). *Teoría de la expectativa de Vroom: Cómo motivar al personal y aumentar el rendimiento*. <https://www.tsw.co.uk/blog/leadership-and-management/vrooms-expectancy-theory/>
- Carabantes, F. (2023). *¿Qué es la autorrealización?* <https://coachingmiradaconsciente.com/desarrollo-personal/que-es-autorrealizacion/>
- Castillo, D. C. C., Reinoso, J. R. R., & Alvarado, A. V. M. (2022). Factores que determinan la sostenibilidad de los emprendimientos liderados por mujeres y la virtualidad. *Proquest*. <https://www.proquest.com/openview/125024aebbcba943551f19f9097d0c63/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ta edición)
- Communications (2022, 13 de octubre). *Emprendimiento femenino: romper la barrera de la conciliación, la digitalización y la financiación*. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/emprendimiento-en-femenino-romper-la-barrera-de-la-conciliacion-la-digitalizacion-y-la-financiacion/>
- Dzananovic, D. & Tandır, N. (2020). Motivational and limiting factors for female entrepreneurship. *ResearchGate*. [https://www.researchgate.net/publication/339129186\\_Motivational\\_and\\_Limiting\\_Factors\\_for\\_Female\\_Entrepreneurship](https://www.researchgate.net/publication/339129186_Motivational_and_Limiting_Factors_for_Female_Entrepreneurship)
- El peruano (2023, 15 de abril). Día Mundial del Emprendimiento: Perú es el cuarto país donde más personas emprenden un negocio. <https://www.elperuano.pe/noticia/210182-dia-mundial-del-emprendimiento-peru-es-el-cuarto-pais-donde-mas-personas-emprenden-unnegocio#:~:text=Esta%20actitud%20de%20apertura%20hacia,el%20emprendimiento%20en%20tiempo%20inflacionarios.>
- Flores, R. E., Miranda, M. G. & Villasis, M. A. (2017). *El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada*. *Estadística inferencial*. <https://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v64n3/2448-9190-ram-64-03-0364.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación (sexta edición)*. México: McGrawHill,. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Indecopi (2022, 29 de diciembre). Indecopi: Se incrementa en 136% la participación de las mujeres en el registro de marcas en últimos 7 años. *Gob.pe*.

- <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/684123-indecopi-se-incrementa-en-136-la-participacion-de-las-mujeres-en-el-registro-de-marcas-en-ultimos-7-anos>
- La República (2022, 8 de marzo). Día de la mujer: 63% de peruanas lidera un emprendimiento. *La República*. <https://larepublica.pe/economia/2022/03/08/dia-de-la-mujer-63-de-peruanas-lideran-un-emprendimiento>
- Lai, L. Y., Shazali, J., Diana, E. & Poh, Y. T. (2022). The Motivation of Female Social Entrepreneurs in Lundu District, Sarawak, Malaysia. <https://acortar.link/EbUQCm>
- Martins, N. (2022, 3 de enero) *¿Qué es el emprendimiento? Conceptos y definiciones de emprendimiento en 2022*. <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- McLeod, S. (2023, 26 de julio). *Jerarquía de necesidades de Maslow*. <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Meyer, N. & Kruger, N. (2021). Motivational factors of South African female entrepreneurs: differences between young and established. *Forum Scientiae Oeconomia*. [https://doi.org/10.23762/FSO\\_VOL9\\_NO1\\_5](https://doi.org/10.23762/FSO_VOL9_NO1_5)
- MindTools (2023). *Teoría de la motivación humana de McClelland*. <https://www.mindtools.com/aznjntj/mcclellands-human-motivation-theory>
- Ministerio de la producción. (2020). *Perfil de la mujer emprendedora en el Perú 2020*. [https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentospublicaciones/publicacionesanuales/item/download/926\\_2561eae419b4312b1a87a90192954b7e](https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentospublicaciones/publicacionesanuales/item/download/926_2561eae419b4312b1a87a90192954b7e)
- Miranda Sánchez, J. D., Sandoval Caraveo, M. del C., & Berttolini Díaz, G. M. (2023). Factores motivacionales que determinan el emprendimiento de las mujeres en Tabasco, México. *Región Y Sociedad*, 35, e1712. <https://doi.org/10.22198/rys2023/35/1712>
- Mitchell, B. C. (2003). Emprendedores africanos: un análisis de su motivación para iniciar su propio negocio. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 6(4), 724-743. DOI: 10.4102/sajems.v6i4.1514.
- Morales, O. (2023, 30 de mayo). La mujer emprendedora en el Perú: escenario pospandemia. *La República*. <https://rpp.pe/columnistas/oswaldomorales/la-mujer-emprendedora-en-el-peru-escenario-pospandemia-noticia-1487505?ref=rpp>
- Muhammad, A. H., Surjit, V. & Farheen, A. (2020). Exploring the motives and success factors behind women entrepreneurs in india. <https://doi.org/10.1007/ss11135-020-01046-x>

- Mun, E. & Jung, J. (2018). Policy Generosity, Employer Heterogeneity, and Women's Employment Opportunities: The Welfare State Paradox Reexamined. *American Sociological Review*, 83(3), 508-535. <https://doi.org/10.1177/0003122418772857>
- Nickerson, Ch. (2023, 26 de julio). *La teoría bifactorial de la motivación-higiene de Herzberg*. <https://www.simplypsychology.org/herzbergs-two-factor-theory.html>
- ONU MUJERES. (2015, febrero). *Hechos y cifras: Empoderamiento económico*. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>
- Orrego, C. (2010). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Científica Pensamiento Y Gestión*, 83,27. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/848>
- Peiró, R. (2020). *Motivación*. <https://economipedia.com/definiciones/motivacion-2.html>
- Pérez, P. J. & Gardey, A. (2010, 8 de julio). *Emprendimiento - Qué es, características, definición y concepto*. <https://definicion.de/emprendimiento/>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2023). *Diccionario panhispánico de dudas*. Recuperado el 30 de agosto de 2023. <https://www.rae.es/dpd/contribuir>
- Ruiz, M, Peña J. & Prieto, J. (2020). Caracterización y motivaciones para el emprendimiento femenino en MIPYMES de Villavicencio – Colombia. Scielo, 146-166. <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n2/2539-0554-tend-21-02-146.pdf>
- Torriani, Y. (2020, 7 de diciembre). Crece liderazgo de mujeres en emprendimientos. *La Cámara*. <https://lacamara.pe/crece-liderazgo-de-mujeres-en-emprendimientos/>
- Valle, A. (2023, 15 de marzo). Conoce tres consejos para potenciar el emprendimiento en los estudiantes. *Andina*. <https://andina.pe/INGles/noticia-conoce-tres-consejos-para-potenciar-emprendimiento-los-estudiantes-932749.aspx>
- Vásquez-Pauca, M. A., Zuñiga Vasquez, M. E., Castillo-Acobo, R. Y., y Arias Gonzáles, J. L. (2020). Factors that influence the decision of Peruvian women to become entrepreneurs. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(Especial 8), 1036-1047. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.20>
- Velásquez, M. (2023). Caracterización y Motivaciones para el Emprendimiento Femenino: caso de mujeres en Virú, La Libertad, Perú. *Instituto de Investigaciones Sociales*. <https://doi.org/10.58552/riius.v2i1.44>
- Wach, D., Stephan, U. & Gorgievski, M. Más que dinero: desarrollo de una medida integradora multifactorial del éxito empresarial. DOI: 10.1177/0266242615608469.

## Anexos

### Anexo 1: Instrumento

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Hola, mi nombre es Dora Brunella Velásquez Gutiérrez, soy estudiante de Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, estudiante de la escuela de Administración de Empresas. El objetivo de la encuesta es describir los factores motivacionales para generar un emprendimiento según propietarias de emprendimientos establecidos en la ciudad de Chiclayo 2023. La información obtenida en este cuestionario es privada y solo para fines académicos.

<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

#### Edad

- 20 - 29 años
- 30 - 39 años
- 40 - 49 años
- 50 – 55 años

#### Años del negocio

- 3 años
- 4 años
- 5 años
- 6 años a más

#### Estado civil

- Casada
- Soltera
- Divorciada
- Viuda

#### Nivel educativo

- Secundaria incompleta
- Secundaria completa

- Educación superior incompleta
- Educación superior completa

**Número de hijos**

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4 a más |

**Tipo de negocio** \_\_\_\_\_

Dimensión	N°	Ítems	ESCALA				
			1	2	3	4	5
AUTORREALIZACION	1	Prefiero tener flexibilidad en mi vida					
	2	Me gusta ser creativa y usar mis talentos					
	3	Me gusta aplicar mis conocimientos, habilidades y aprender continuamente					
	4	Me gusta ser innovadora y estar al tanto de los avances en mi negocio					
	5	Disfruto de la autorrealización y lo asociado a mi negocio					
	6	Me gusta perseguir retos					
	7	Mis experiencias negativas o frustraciones con el trabajo me motivan a continuar con mi propio negocio					
ESTATUS	8	Deseo una mejor estabilidad económica					
	9	Quiero mejorar el estatus de mi familia dentro de la comunidad					
	10	Disfruto de los beneficios indirectos de tener un estatus más alto en la comunidad					
	11	Quiero alcanzar una posición más alta/reconocimiento en la sociedad					
	12	Quiero demostrar que soy dueña de un negocio exitoso					
	13	Me gusta tener influencia en mi comunidad					
CONTRIBUCION A OTROS	14	Me gusta ser valorada en el entorno laboral					
	15	Quiero contribuir en la sociedad					
	16	Quiero darme más seguridad a mí y a mi familia mejorando mi posición financiera					
	17	Me gusta contribuir directamente al éxito del negocio					
INDEPENDENCIA	18	Prefiero ser independiente y tener el control de mi propia vida					
	19	Me gusta tener un equilibrio entre la vida laboral y personal					
	20	Prefiero ser mi propia jefa					
	21	Me gusta la libertad de poder adaptar mi propio enfoque al trabajo					

## Anexo 2: Cuadro de operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Factores motivacionales	Briceño (2020) nos dice que tiene que ver con los sentimientos en conjunto con el crecimiento personal, reconocimiento profesional y las necesidades de autorrealización.	Autorrealización	Flexibilidad Creatividad Conocimiento y habilidades Innovación Autorrealización Retos Experiencia
		Estatus	Estabilidad económica Estatus familiar Beneficios Reconocimiento Negocio exitoso Influencia
		Contribución a otros	Mercado Sociedad Seguridad Exito del negocio
		Independencia	Control en su vida Equilibrio Lider Libertad

## Anexo 3: Resultados de la identificación de factores motivacionales entre dos muestras (emprendedoras jóvenes y emprendedoras establecidas)

		Factores motivacionales			
		Autorrealización	Estatus	Contribución a otros	Independencia
Totalmente de acuerdo	Grupo < 3 años de experiencia	68%	67%	71%	76%
De acuerdo		26%	25%	27%	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		2%	7%	2%	1%
En desacuerdo		4%	1%	0%	0%
Totalmente en desacuerdo		0%	0%	0%	0%
Totalmente de acuerdo	Grupo >3 años de experiencia	63%	66%	70%	69%
De acuerdo		26%	29%	28%	29%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		4%	5%	2%	1%
En desacuerdo		8%	0%	0%	1%
Totalmente en desacuerdo		0%	0%	1%	0%

## Anexo 4: Resultados de la diferenciación de los factores motivacionales entre dos muestras (emprendedoras jóvenes y emprendedoras establecidas)

		Factores motivacionales			
		Autorrealización	Estatus	Contribución a otros	Independencia
Totalmente de acuerdo	Diferencia	6%	1%	1%	7%
De acuerdo		0%	3%	1%	7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		2%	2%	0%	0%
En desacuerdo		4%	0%	0%	1%
Totalmente en desacuerdo		0%	0%	1%	0%

## Anexo 5: Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo general	Variable	Indicadores	Ítems
¿Existe diferencias entre los factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023?	<p>Diferenciar los factores motivacionales para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes y establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los factores motivacionales predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras jóvenes en la ciudad de Chiclayo 2023.</li> <li>- Identificar los factores motivaciones predominantes para iniciar un negocio en emprendedoras establecidas en la ciudad de Chiclayo 2023.</li> </ul>	<p>Factores motivacionales</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Autorrealización</p> <p>Estatus</p> <p>Contribución a otros</p> <p>Independencia</p>	<p>Flexibilidad</p> <p>Creatividad</p> <p>Conocimiento y habilidades</p> <p>Innovación</p> <p>Autorrealización</p> <p>Retos</p> <p>Experiencias</p> <hr/> <p>Estabilidad económica</p> <p>Estatus familiar</p> <p>Beneficios</p> <p>Reconocimiento</p> <p>Negocio exitoso</p> <p>Influencia</p> <hr/> <p>Mercado</p> <p>Sociedad</p> <p>Seguridad</p> <p>Exito del negocio</p> <hr/> <p>Control de su vida</p> <p>Equilibrio</p> <p>Líder</p> <p>Libertad</p>	<p>-Item 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7</p> <p>-Item 8, 9, 10, 11, 12 y 13</p> <p>-Item 14, 15, 16 y 17</p> <p>-Item 18, 19, 20 y 21</p>
<p>Diseño y tipo de investigación</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Comparativo</p>	<p><b>Población, muestra y muestreo</b></p> <p><b>Población:</b> Emprendedoras jóvenes (menos de 3 años en el mercado) y establecidas (más de 3 años en el mercado) que conforman la asociación ASPEM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Muestra:</b> 147 emprendedoras</li> <li>- <b>Muestreo:</b> Intencional</li> </ul>	<p><b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	<p><b>Procedimiento y procesamiento de datos</b></p> <p>Contactarnos, enviar el link, esperar para la resolución y dar agradecimiento</p> <p>Uso de SPSS V25 y el Microsoft Excel 2016</p> <p>U de Mann-Whitney</p>	