

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

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

**EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN
HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE
CHACHAPOYAS, 2023**

Autora: Bach. Leyli Denali Sanchez Rojas

Asesora: Mtra. Ester Roxana Muñoz Torres

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2024

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres: Demostenes y Zenaida, a mis hermanos: Deison, Yeni, Kharoll y Paola, y a toda mi familia que me apoyaron y son mi motivación para seguir día a día sobreponiéndome a todos los obstáculos.

También a mis amigos y compañeros que me apoyaron a lo largo del camino para llegar hasta aquí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesora la Mtra. Ester Roxana Muñoz Torres, por su guía y enseñanza en la elaboración de mi informe de tesis, a todos los docentes que me ayudaron a resolver algunas dudas que se presentaron a lo largo del desarrollo del informe.

Y finalmente agradezco al señor Willy Requejo, Gerente General de la empresa Hipermercados Requejo S.A.C de la ciudad de Chachapoyas por facilitarme la información y permitirme realizar mi estudio en su empresa

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. Jorge Luis Maicelo Quintana

Rector

Dr. Oscar Andrés Gamarra Torres

Vicerrector Académico

Dra. María Nelly Luján Espinoza

Vicerrectora de Investigación

Mag. Cirilo Lorenzo Rojas Mallqui

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023; del egresado Leyli Denali Sanchez Rojas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 05 de junio de 2024

Firma y nombre completo del Asesor

Mtra. Ester Roxana Muñoz Torres



JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



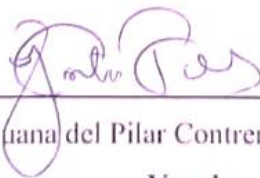
Dra. Maritza Revilla Bueloth

Presidente



Mag. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo

Secretario



Mag. Juana del Pilar Contreras Portocarrero

Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Emprendimiento de la Mujer en Hipermercados
Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023
presentada por el estudiante ()/egresado (x) Leyli Denali Sanchez Rojas
de la Escuela Profesional de Administración de Empresas
con correo electrónico institucional 7578030291@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 6 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (x) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 06 de julio del 2024


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

REPORTE TURNITIN

EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

Maria P.
Dra.: Marilza Revilla
Buehkh

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.unesum.edu.ec

Fuente de Internet

1%

2

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

3

www.dykinson.com

Fuente de Internet

<1%

4

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

5

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.unican.es

Fuente de Internet

<1%

7

doczz.net

Fuente de Internet

<1%

8

elmedicointeractivo.com

Fuente de Internet

<1%

9

mafiadoc.com

Fuente de Internet

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 18 de Julio del año 2024, siendo las 11:00 horas, el aspirante: LEYLI DEMALZ SANCHEZ ROJAS, asesorado por MAG LSTER ROSANA MUÑOZ TORRES defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN MERCADOS RÚRLES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023, para obtener el Título Profesional de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: DRA. MARTHA REVILLA BULLO II

Secretario: MAG. FRANKLIN OMAR ZAVALTA CHAVEZ ARROJO

Vocal: MAG. JUANA DEL PILAR CONTRERAS PORTOCARRERO

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS.....	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	vii
REPORTE TURNITIN	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	19
2.1. Metodología	19
2.2. Población, muestra y muestreo	19
2.3. Variable de estudio.....	22
2.4. Técnicas e instrumentos.....	24
III. RESULTADOS	25
3.1. Nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas.....	25
3.2. Factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas.....	26
3.3. Descripción de los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo.....	27
3.3.1. <i>Factor personal</i>	27
3.3.2. <i>Factor Familiar</i>	32
3.3.3. <i>Factor Social</i>	34
3.3.4. <i>Factor económico</i>	37
3.3.5. <i>Factor redes de apoyo</i>	39

3.4. Establecimiento del nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo.....	41
IV. DISCUSIÓN	42
V. CONCLUSIONES:.....	44
VI. RECOMENDACIONES	46
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de puestos de acuerdo a secciones	20
Tabla 2. Distribución de las emprendedoras por sección	21
Tabla 3. Distribución de los puestos excluidos.....	22
Tabla 4. Operacionalización de la variable	23
Tabla 5. Escala de medición	24
Tabla 6. Edad de las emprendedoras.....	25
Tabla 7. Factores determinantes del emprendimiento femenino	26
Tabla 8. Implementación de cosas nuevas en tu emprendimiento.....	27
Tabla 9. Consideración de recursos disponibles (financieros, materiales, humanos y técnicos) antes de tomar decisiones	28
Tabla 10. Independencia económica como motivación para emprender.....	28
Tabla 11. Mejora de la calidad de vida a través del emprendimiento.....	29
Tabla 12. Formación emprendedora de entidades (talleres o cursos).....	30
Tabla 13. Desarrollo de la creatividad	30
Tabla 14. Identificación y consideración de riesgos	31
Tabla 15. Identificación y aplicación soluciones rápidas y únicas a los problemas	32
Tabla 16. Familiares con emprendimiento.....	32
Tabla 17. Apoyo familiar en el emprendimiento	33
Tabla 18. Consideración de opiniones y sugerencias familiares	34
Tabla 19. Desarrollo del liderazgo.....	34
Tabla 20. Delegación de funciones y responsabilidades de manera eficiente	35
Tabla 21. Aceptación de opiniones y nuevas ideas del equipo de trabajo.....	36
Tabla 22. Comunicación de ideas y defensa de opiniones de manera asertiva.....	36
Tabla 23. Obtención de financiamiento externo para el emprendimiento	37
Tabla 24. Apoyo económico familiar	38
Tabla 25. Manejo de finanzas personales	38
Tabla 26. Búsqueda de asesoría para mejores resultados en el emprendimiento	39
Tabla 27. Participación en programas o ferias de emprendimiento.....	39
Tabla 28. Búsqueda de especialistas para resolución de dudas	40
Tabla 29. Nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo	41

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como principal objetivo determinar el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023. Se empleó una metodología descriptiva básica, con un diseño no experimental, para la obtención de información, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas a 47 mujeres que se tomó como población muestral, las mismas que cuentan con su emprendimiento o espacio de ventas funcionando en Hipermercados Requejo de dicha ciudad, los resultados encontrados fueron que: el 89% de las mujeres encuestadas tiene un nivel medio de emprendimiento y que el 11% tienen un nivel bajo, además el 57% opina que el factor determinante del emprendimiento es el personal, el 38% menciona que es el económico y solo el 5% afirma que es el factor familiar. Llegando a la conclusión que la principal motivación personal para emprender de dichas mujeres es lograr su independencia económica y mejorar su calidad de vida y finalmente que el nivel medio y bajo de emprendimiento se debe a la falta de asesoría y asistencia a cursos formativos de emprendimiento.

Palabras clave: Asesoría, emprendimiento de la mujer, factor determinante, nivel.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the level of women's entrepreneurship in Hipermercados Requejo in the city of Chachapoyas, 2023. A basic descriptive methodology was used, with a non-experimental design, to obtain information, a questionnaire of 22 questions was applied to 47 women who were taken as the sample population, the same that have their enterprise or sales space operating in Hipermercados Requejo of that city, the results found were that: 89% of the women surveyed have a medium level of entrepreneurship and 11% have a low level, in addition 57% believe that the determining factor of entrepreneurship is personal, 38% mentioned that it is economic and only 5% said that it is the family factor. The conclusion is that the main personal motivation for entrepreneurship of these women is to achieve economic independence and improve their quality of life, and finally that the medium and low level of entrepreneurship is due to the lack of counseling and attendance at entrepreneurship training courses.

Keywords: Counseling, women's entrepreneurship, determinant factor, level.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento femenino hace referencia a una de las tantas formas en que las mujeres logran alcanzar el empoderamiento económico a través del aprovechamiento de oportunidades que sirven para el nacimiento de nuevas organizaciones, dichas mujeres deciden optar por esta opción impulsadas por diversos factores, ya sea porque se les presentó la oportunidad y decidieron aprovecharla, o en otros casos, porque fue la única opción viable para mejorar su calidad de vida (Alvarado et al., 2021).

En tal sentido, actualmente muchas mujeres alrededor del mundo buscan emprender de una u otra forma, tal como menciona el Global Entrepreneurship Monitor (2023), América Latina es la región con mayor incidencia de emprendimientos femeninos, así mismo menciona que el país con mayor porcentaje de mujeres emprendedoras con edades entre los 18 y 64 años es Guatemala con un 28,2% seguido por Colombia con un 26,1% y Chile con 25,20%. A nivel nacional el emprendimiento femenino tiene una notable presencia del 42,9%, es decir del total de emprendedores, 1,3 millones de micro y pequeñas empresas pertenecen a mujeres, ya sea porque empezaron desde cero o en reducidos casos las adquirieron estando ya en funcionamiento (Encuesta Nacional de Hogares, 2022).

Dicha situación, también se refleja en la región Amazonas donde, según el (INEI, 2018), del total de emprendimientos que se encuentran funcionando, el 54,2% es conducido por mujeres, es decir, más de la mitad de ellos nacieron y son dirigidos exclusivamente por mujeres que impulsadas por diversos factores o motivos decidieron embarcarse en esta gran aventura y responsabilidad que significa emprender, además de todos los riesgos y obstáculos que se presentan a lo largo del camino a recorrer.

De acuerdo con Bygrave et al. (2021), los factores que influyen o conllevan al emprendimiento en general suelen ser muchos, sin embargo en su libro "Entrepreneurship" los define o agrupa en 5, los cuales los denomina como factores: personales, que básicamente están enfocados en la iniciativa y en las causas que impulsan esta decisión; familiares, específicamente trata de explicar las razones del entorno familiar que determinan o influyen en la decisión de emprender; sociales, contempla las habilidades sociales y de liderazgo que impulsan a las mujeres a incluirse en el mercado; económicos, que va ligado a la forma o manera de conseguir financiamiento para realizar sus proyectos y finalmente redes de apoyo, que se enfoca en la asesoría que es necesaria para desarrollarse en cualquier ámbito.

En ese contexto, se desarrollaron y se siguen desarrollando muchas investigaciones sobre el emprendimiento femenino en distintos lugares del mundo, los cuales buscan dar a conocer la realidad de los emprendimientos, además de cuáles son los factores que determinan o conllevan a las mujeres a tomar la decisión de inmiscuirse en el sector empresarial, lo que demuestran tales investigaciones es que la mayoría de las mujeres emprendedoras lo hacen por necesidad, buscando solventar sus gastos del hogar, a pesar de todas las limitantes que pueden encontrar en su camino como el apoyo de su familia, la escasez de capital para empezar y en muchos otros casos también las limitaciones gubernamentales; sin embargo, son los emprendimientos femeninos los que contribuyen de manera muy importante a la economía de un país (Cámara de Comercio de Lima, 2019).

En Colombia, Pérez et al. (2023), realizó una investigación con el fin principal de identificar y describir todos los factores que de cierta manera determinan o influyen en el emprendimiento femenino en la región de Sucre – Colombia, en la cual encontró que tanto los factores externos (apoyo gubernamental y apoyo financiero) así como los internos (apoyo familiar y apoyo educacional) tienen un grado de influencia medio en la intención emprendedora de las mujeres de la región, recalcando principalmente la importancia de considerar dichos factores y además las situaciones que podrían afectar y condicionar de cierta manera la ejecución o puesta en marcha de los emprendimientos femeninos en dicha región.

En cambio, González (2020), en su investigación de pregrado realizada en Ecuador, contempló como objetivo general analizar la situación actual de la inserción de la mujer rural del Cantón Puerto López en el emprendimiento y su participación socioeconómica sostenible en dicha actividad productiva, aplicó una encuesta y entrevista a 357 mujeres que residen en dicho Cantón, finalmente concluyó; que dado el bajo porcentaje de mujeres con estudios superiores la mayoría de ellas desconoce de algún programa de emprendimiento que se haya realizado en su lugar de residencia, además que se determina que existe un porcentaje alto de escasez de inserción de las mujeres rurales en los emprendimientos y no realizan actividades productivas, pero también se identifica varios factores limitantes para dicha inserción, tales como: la falta de tiempo, responsabilidad familiar y pocas oportunidades por parte del estado.

En nuestro país, una de las investigaciones más importantes en relación con el emprendimiento femenino la realizó Saucedo (2020), dicha investigación tenía como fin encontrar el nivel de emprendimiento de las mujeres de Trujillo, para la obtención de

resultados, aplicó una encuesta a 117 mujeres que ya tienen su emprendimiento funcionando, afirmando que la mayoría de ellas tiene un nivel medio de emprendimiento y muy pocas tenían un nivel bajo, finalmente concluyendo que el alto porcentaje de mujeres con nivel de emprendimiento medio se debe a que ellas se capacitan constantemente en temas a fines para poder desarrollar de manera positiva sus actividades emprendedoras, haciendo énfasis en la importancia de la capacitación y asesoría para la obtención de resultados más rápidos y positivos.

Finalmente, Meza (2022), también realizó un estudio importante en nuestro país, al cual tituló como, “Desarrollo del emprendimiento femenino, Lima Norte, 2022”, el principal objetivo que consideró en dicha investigación fue determinar si existía alguna relación presente entre el emprendimiento de la mujer y algunas de las dimensiones como: educación, ingresos y fracaso, para lo cual aplicó a 30 mujeres emprendedoras una encuesta, en donde obtuvo como resultado que más de la mitad de ellas se encuentran en nivel óptimo y solo un pequeño porcentaje (2,08%) tiene un nivel deficiente, esto porque la educación según la mayoría de las encuestadas está en un alto nivel, lo que ha contribuido de manera positiva con el emprendimiento, concluyendo finalmente que; sí hay relación positiva entre el emprendimiento y sus dimensiones, además que la principal motivación para emprender es obtener ingresos para su hogar.

De acuerdo a las investigaciones que se han realizado tanto a nivel internacional como nacional y a los datos presentados donde se observa que el porcentaje de mujeres emprendedoras en Amazonas es mucho mayor con relación a los varones, fue necesario realizar este estudio, en el cual, el objetivo general estuvo enfocado en determinar el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023.

Dicho Hipermercado se encuentra ubicado en el Jirón Ortiz Arrieta N° 372, a media cuadra del mercado municipal, en la ciudad de Chachapoyas, región Amazonas; las actividades a las que se dedica son principalmente actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados, es decir, los propietarios alquilan puestos o espacios dentro de su establecimiento para que los emprendedores (mujeres y varones) puedan vender diversos productos, dentro de los cuales se observan frutas, verduras, ropa, zapatos, artesanías entre otros, existe un total de 85 puestos los cuales están divididos en las diferentes secciones.

Teniendo la información detallada de las actividades a las que se dedica la empresa donde se va a llevar a cabo la investigación, se estableció los objetivos específicos del estudio,

los cuales están enfocados en identificar los factores determinante del emprendimiento femenino y así mismo también describir cada uno de los factores que de cierta manera condicionan o propician el emprendimiento de dichas mujeres, cabe mencionar que se tomó como referencia los 5 factores que se mencionaron anteriormente.

Para llevar a cabo la investigación se empleó una metodología descriptiva básica, con un diseño no experimental, dado que solo se observó el desarrollo del emprendimiento de la mujer sin realizar ninguna manipulación en su contexto, para la obtención de los resultados necesarios, se aplicó un cuestionario de 22 preguntas con una escala de medición de Likert a 47 mujeres, las mismas que fueron tomadas como muestra para el desarrollo del estudio.

Después del análisis de los resultados obtenidos, se observa que la gran mayoría de estas mujeres emprendedoras tienen un nivel medio de emprendimiento, reflejando el conocimiento que tienen sobre algunos temas como por ejemplo finanzas personales, financiamiento externo y el apoyo de su entorno familiar; sin embargo hay que tener en cuenta el 11% de mujeres que tienen un nivel bajo, evidenciando las deficiencias que existen en los conocimientos de las emprendedoras sobre diversos aspectos como: educación empresarial y asesoría.

En conclusión, la importancia de la investigación sobre el emprendimiento femenino radica en que los resultados presentados puede servir como base y antecedente para que se implementen políticas públicas en la ciudad de Chachapoyas y la región Amazonas en general, donde se busque fortalecer las habilidades emprendedoras y además se facilite el lanzamiento y supervivencia de los emprendimientos dirigidos por mujeres, fomentando así la igualdad de oportunidades.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Metodología

Enfoque de la investigación

El enfoque que tuvo la investigación fue cuantitativo, porque a través del uso de la estadística se determinó y estableció el nivel de emprendimiento y también se identificó los factores determinantes presentes en todas las mujeres emprendedoras de Hipermercados Requejo ubicado en la ciudad de Chachapoyas, recopilando datos para facilitar dicho proceso (Sampieri, 2014).

Tipo de investigación

El tipo de investigación fue básica, porque a través del desarrollo de la misma se buscó ampliar el conocimiento sobre un problema o fenómeno en específico (Sampieri, 2014).

En tal caso, se buscó conocer sobre el nivel de emprendimiento que actualmente presenta la mujer en Hipermercados Requejo, además se identificó cuáles fueron los factores que de cierta forma determinaron o afectaron directamente al emprendimiento femenino.

Alcance de la investigación

El alcance que se tuvo fue descriptivo, debido a que se describió de manera detallada todos los factores determinantes en el emprendimiento presentes en las mujeres que cuentan con puestos de mercadería en dicho mercado, a través de la recopilación de los datos necesarios (Hernández et al, 2018).

Diseño de la investigación

El diseño con el que contó es no experimental, que es el que se desarrolla sin manipular ni alterar ninguna de las variables, es decir, se midió y observó la variable emprendimiento femenino en su estado natural sin ninguna alteración (Hernández et al, 2018).

2.2. Población y muestra

Población

La población hace referencia a un grupo completo de elementos, personas, cosas o unidades de análisis accesibles, que comparten atributos o características

determinadas en un contexto específico donde se realizará un estudio (Condori-Ojeda, 2020).

En Hipermercados Requejo se cuenta con un total de 85 puestos de venta de los diferentes productos que están distribuidos en secciones como: ropa, restaurante, zapatos, verduras, frutas, pescado, etc. Dicho número de puestos corresponde a un total de 85 emprendedores, lo cuáles serán tomados como población de estudio. Fuente, Requejo (agosto, 2023). A continuación, detallaremos la distribución de puestos de acuerdo a las secciones:

Tabla 1

Distribución de puestos de acuerdo a secciones

Sección	Puestos
Abarrotes	4
Zapatería	2
Artesanía	3
Celulares	2
Ropa	14
Frutas	17
Verduras	21
Productos lácteos	6
Pescado	3
Restaurante	5
Picarones	2
Emoliente	4
Pan	2
Total	85

Muestra

De acuerdo con Hernández et al. (2018) la muestra es un pequeño grupo perteneciente a la población general, de la cual se recolectó los datos que fueron necesarios y los resultados obtenidos se generalizaron a toda la población de interés (p. 196).

En cuanto a la muestra, no es necesario aplicar ninguna fórmula para calcular su número, dado que la población es pequeña y se tiene acceso a ella, sin embargo,

fue necesario emplear criterios de inclusión y exclusión los cuales sirvió para determinar una cantidad exacta, los cuales se detallan a continuación:

• **Criterio de inclusión:**

- Género: Femenino
- Edad: 18 años a más
- Experiencia emprendedora: Se incluyó a todas las mujeres que hayan iniciado un emprendimiento.
- Ubicación: todas las mujeres que cuenten con un puesto de venta dentro de Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas.
- Tipo de emprendimiento: emprendimiento en cualquier sección (comida, pescado, ropa, etc.)

Tabla 2

Distribución de las emprendedoras por sección

Sección	Cantidad
Pescado	1
Restaurante	3
Ropa	8
Verduras	19
Frutas	15
Pan	1
Total	47

De acuerdo a los criterios de inclusión se tiene un total de 47 mujeres emprendedoras, a las cuales se les aplicó el instrumento de recolección para la obtención de los datos requeridos. (Anexo N° 4).

• **Criterio de exclusión:**

- Género: Masculino
- Experiencia emprendedora: Se excluyó a mujeres que no estaban directamente relacionadas con las actividades emprendedoras (empleadas).

Tabla 3*Distribución de los puestos excluidos*

Sección	Puestos
Abarrotes	4
Zapatería	2
Artesanía	3
Celulares	2
Ropa	6
Frutas	2
Verduras	2
Productos lácteos	6
Pescado	2
Restaurante	2
Picarones	2
Emoliente	4
Pan	1
Total	38

Tomando en consideración los criterios de exclusión se tiene a 23 emprendedores y 15 empleadas; excluyendo así a un total de 38 puestos de venta, los cuales no formarán parte de la muestra.

2.3. Variable de estudio

Emprendimiento de la mujer

El emprendimiento de la mujer hace referencia a una de las formas en que las mujeres logran alcanzar el empoderamiento económico a través del aprovechamiento de oportunidades que sirven para el nacimiento de nuevas organizaciones (Alvarado et al., 2021).

Tabla 4*Operacionalización de la variable*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Emprendimien to de la mujer	El emprendimiento de la mujer hace referencia a una de las formas en que las mujeres logran alcanzar el empoderamiento económico a través del aprovechamiento de oportunidades que sirven para el nacimiento de nuevas organizaciones. (Alvarado et al. 2020).	Personal	Iniciativa	2	Cuestionario
			Toma de decisiones	3	
			Motivación	4 y 5	
			Educación	6	
			Creatividad	7	
		Familiar	Riesgo	8	
			Innovación	9	
		Social	Entorno familiar	10, 11 y 12	
			Liderazgo	13 y 14	
		Económico	Comunicación	15 y 16	
			Medios de financiamiento	17 y 18	
Redes de Apoyo	Educación financiera	19			
	Asesoría	20, 21 y 22			

2.4. Técnicas e instrumentos

De acuerdo con Arias (2019) la recolección de datos incluye las distintas formas a través de las cuales se logra adquirir los resultados.

- **Técnica:** Se empleó una técnica muy conocida que es la encuesta presencial, con el único fin de recolectar toda la información que fue necesaria para el desarrollo de la investigación.
- **Instrumento:** Se empleó como instrumento un cuestionario con una escala de medición de Likert, que cuenta con 23 preguntas de las diferentes dimensiones del emprendimiento femenino, fue aplicado a 47 mujeres que conforman la muestra que anteriormente se estableció, todos los resultados obtenidos y mediante la tabulación se logró determinar y establecer el nivel de emprendimiento, así como también facilitó la identificación y descripción de los factores determinantes.

Tabla 5

Escala de medición

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

III. RESULTADOS

Los siguientes resultados fueron obtenidos en el cuestionario que fue aplicado a 47 mujeres que tienen su emprendimiento funcionando en un puesto y/o espacio de Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas en el año 2023.

Tabla 6

Edad de las emprendedoras

Ítem	Fi	Porcentaje (%)
18 - 25	17	36%
26 - 30	3	7%
31 a más	27	57%
Total	47	100%

Interpretación: Como se detalla en la tabla, la gran mayoría de mujeres representadas por el 57% estuvo en un rango de edad de 31 años a más, siendo este el porcentaje más alto, seguido por el 36% de ellas que se encuentra entre los 18 a 25 años, finalmente solo el 7% está entre los 26 y 30 años.

3.1. Nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas.

De acuerdo a los resultados del estudio, una cantidad significativa de encuestadas representadas por el 11% se encuentra en un nivel bajo de emprendimiento, las causas de esto es que la gran mayoría de ellas no recibe formación emprendedora, ni asesorías externas, lo que conlleva a un desconocimiento en el manejo de las actividades empresariales y por ende a tener resultados poco alentadores para embarcarse en proyectos más ambiciosos, otro de los factores causantes de este nivel bajo de emprendimiento es que muchas de ellas no cuentan con familia o entorno emprendedor, por lo mismo, no tienen un modelo ni guía de cómo enfrentar desafíos y problemas que se vayan presentando.

Sin embargo existe un 89% de mujeres emprendedoras que según nos muestra los resultados están en un nivel medio de emprendimiento, dado que saben aprovechar las fuentes de financiamiento externo como préstamos otorgados por bancos u otras entidades financieras tanto para el inicio de sus negocios como también para el crecimiento de los mismos, además de participar en algunas ferias donde van

creciendo y dándose a conocer en el mercado en el que se desenvuelven, igualmente con el desarrollo del liderazgo e innovación en sus emprendimientos.

Finalmente, se observa que ninguna de las encuestadas alcanzó el nivel alto en emprendimiento, dejando claro que si bien, existen algunos factores que han influido de manera positiva en el desarrollo del emprendimiento, tal es el caso del factor personal y social, hay otros factores como el entorno familiar y redes de apoyo donde existe notorias deficiencias lo que conlleva a tener los resultados obtenidos.

Los resultados presentados responden al objetivo general que se planteó en la investigación, el cual fue determinar el nivel de emprendimiento de las mujeres que conformaron la muestra de estudio.

3.2. Factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas.

Tabla 7

Factores determinantes del emprendimiento femenino

Factor	Fi	Porcentaje (%)
Personal	27	57%
Familiar	2	5%
Social	0	0%
Económico	18	38%
Redes de apoyo	0	0%
Total	47	100%

Interpretación: En la tabla destacan principalmente dos factores que son cruciales y determinantes en el emprendimiento femenino, los cuales son los personales y económicos. Se observa que el factor personal determinó más de la mitad de emprendimientos femeninos, representado por el 57% del total, esto indica que la mayoría de ellas decidió emprender por factores personales, dentro del cual figura: la principal motivación que es ser independiente económicamente, así como mejorar su calidad de vida, considerando también en todo momento los riesgos que implica adentrarse en un mundo desconocido, en ese sentido, un número importante de mujeres emprendedoras representadas por el 38% ve como factor determinante y significativo el económico, dado que en gran medida el acceso a financiamiento y el

contexto económico puede impulsar o detener las ideas emprendedoras de muchas mujeres, finalmente en comparación con los factores anteriormente mencionados solo una mínima cantidad del 5% menciona que la influencia familiar determina levemente a decisión de emprender, esto porque son pocas las mujeres que en el contexto específico estudiado cuentan con familia emprendedora.

3.3. Descripción de los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo.

3.3.1. Factor personal

✓ Iniciativa

Tabla 8

Implementación de cosas nuevas en tu emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	24	51%
Casi siempre	20	43%
Siempre	3	6%
Total	47	100%

Interpretación: Esta tabla indica que existe iniciativa y disposición de las mujeres emprendedoras para implementar cosas nuevas en su emprendimiento, ya sea métodos de pago, promociones, etc. Aunque se observa que la frecuencia con la que se tiene esta iniciativa e implementación suele variar mínimamente, la cual va desde a veces hasta una minoría que siempre pone en marcha cosas nuevas, demostrando así su actitud positiva y su mentalidad innovadora.

✓ **Toma de decisiones**

Tabla 9

Consideración de recursos disponibles (financieros, materiales, humanos y técnicos) antes de tomar decisiones

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	2%
A veces	28	60%
Casi siempre	16	34%
Siempre	2	4%
Total	47	100%

Interpretación: La tabla especifica que la gran mayoría de mujeres emprendedoras considera a veces y casi siempre los recursos con los que cuenta antes de tomar cualquier decisión que implique el futuro de su emprendimiento, estos resultados evidencian que por lo general la gestión de recursos, aunque de manera empírica y la toma de decisiones tiene una importancia significativa para dichas mujeres.

✓ **Motivación**

Tabla 10

Independencia económica como motivación para emprender

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	39	83%
Siempre	8	17%
Total	47	100%

Interpretación: Los resultados presentados en la tabla muestran que el motivo principal para emprender de las mujeres es lograr su independencia económica, dado el contexto actual donde se resalta mucho más la participación de la mujer en los diferentes ámbitos, ellas

buscan tener un soporte económico ya sea como ingresos extra o que el emprendimiento sea su única fuente de ingresos, como se observa, para el 17% del total de emprendedoras, la independencia económica es su motor constante y definitivo.

Tabla 11

Mejora de la calidad de vida a través del emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi siempre	4	9%
Siempre	43	91%
Total	47	100%

Interpretación: Los resultados obtenidos indican la importancia de mejorar la calidad de vida de las mujeres encuestadas a través de sus emprendimientos, tomando esto como una de las motivaciones principales que las conllevó a emprender, si bien el entorno en el que viven y las carencias que puedan tener, las impulsa aún más a una búsqueda significativa por mejorar, el logro de esto está determinado por los resultados obtenidos en el trayecto de su emprendimiento.

✓ **Educación**

Tabla 12

Formación emprendedora de entidades (talleres o cursos)

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	21	45%
Casi nunca	23	49%
A veces	3	6%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	47	100%

Interpretación: La tabla muestra el acceso limitado o nulo que presentan las mujeres a una formación emprendedora, como se observa los resultados están marcados básicamente por la frecuencia nunca y casi nunca, lo que significa que las encuestadas no le dan importancia a los conocimientos nuevos para aplicar en sus emprendimientos que podrían adquirir asistiendo a algunos talleres o cursos de formación emprendedora, evidenciando la necesidad de concientizar sobre la importancia y la necesidad de contar con el acceso a dicha formación.

✓ **Creatividad**

Tabla 13

Desarrollo de la creatividad

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	31	66%
Casi siempre	11	23%
Siempre	5	11%
Total	47	100%

Interpretación: Los datos encontrados y presentados en la tabla reflejan la autopercepción que tienen las mujeres emprendedoras con respecto a la creatividad, se nota una diferencia significativa en los resultados, dado que

más de la mitad de ellas que son representadas por el 66% del total asume que a veces se considera creativa en las diferentes situaciones que viven, por otro lado, el porcentaje restante de ellas están divididas entre casi siempre y siempre, dejando en claro que la autopercepción de la creatividad puede variar de acuerdo al contexto.

✓ **Riesgo**

Tabla 14

Identificación y consideración de riesgos

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	5	11%
A veces	27	57%
Casi siempre	10	21%
Siempre	5	11%
Total	47	100%

Interpretación: De acuerdo a los resultados, se observa que la gran mayoría de mujeres identifica y considera el riesgo antes de empezar cualquier proyecto o actividad, tal y como especifica el 57% de mujeres al afirmar que solo a veces lo considera en su actividad emprendedora; sin embargo cabe resaltar que existe una mínima cantidad de mujeres representadas por el 11% que no le da la importancia debida, quizá por desconocimiento del impacto negativo que podría tener el riesgo de suscitarse inconvenientes.

✓ **Innovación**

Tabla 15

Identificación y aplicación soluciones rápidas y únicas a los problemas

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	4%
A veces	18	38%
Casi siempre	21	45%
Siempre	6	13%
Total	47	100%

Interpretación: Los datos presentados en la tabla, deja en claro que existe diversidad con respecto a la autopercepción de la innovación, es decir, en el contexto del emprendimiento femenino, la mayoría de las mujeres opina que si se auto perciben innovadoras, en el ámbito de encontrar soluciones rápidas y únicas a los problemas que se presentan, claro que esto varía con respecto a la frecuencia con la que se definen, la mayoría de ellas se encuentra desde a veces hasta siempre, teniendo en cuenta que también existe un pequeño porcentaje representado por el 4% del total que también afirma que casi nunca son capaces de encontrar soluciones rápidas a los problemas, esto debido al diferente contexto y percepción de los problemas que tiene cada una de ellas.

3.3.2. Factor Familiar

✓ **Entorno familiar**

Tabla 16

Familiares con emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Si	16	34%
No	31	66%
Total	47	100%

Interpretación: Tal y como se visualiza en la tabla, la gran mayoría de mujeres encuestadas no tienen familiares cercanos que cuente con emprendimiento, a diferencia de solo el 34% del total que si lo tienen y de cierta forma podría denominarse como una ventaja sobre el resto, ya que al tener un entorno familiar emprendedor se les hace mucho más fácil los conocimiento y orientación, ya que tienen un modelo de emprendimiento cercano y al que tienen acceso para resolver dudas y buscar apoyo.

Tabla 17

Apoyo familiar en el emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	6	13%
Casi nunca	21	45%
A veces	14	30%
Casi siempre	5	11%
Siempre	1	2%
Total	47	100%

Interpretación: Como se observa en los resultados, existe diversidad de opiniones con respecto a la frecuencia con la que las mujeres emprendedoras tienen el apoyo de su familia, sin embargo, también se puede notar que más de la mitad del total refiere que casi nunca o nunca tienen el apoyo de su entorno familiar, es por esto que muchas de ellas referían que tenían que afrontar todos los problemas y tomar decisiones solas en base solamente a su criterio y conocimiento, una causa de esto es que al no contar con familia emprendedora existe mucho desconocimiento con respecto al manejo de un negocio; al contrario de una mínima cantidad que refiere que siempre cuenta con el apoyo familiar.

Tabla 18*Consideración de opiniones y sugerencias familiares*

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	13	28%
A veces	21	45%
Casi siempre	9	19%
Siempre	4	9%
Total	47	100%

Interpretación: Lo que muestra la tabla es que el mayor porcentaje de las mujeres encuestadas afirma que casi nunca o a veces toman en consideración las opiniones y sugerencias familiares, la frecuencia con la que lo hacen puede variar de acuerdo al contexto en el que se reciben estas sugerencias, por otro lado se tiene que una cantidad pequeña pero significativa casi siempre o siempre reciben de manera positiva las sugerencias familiares, la frecuencia depende mucho de los conocimientos y experiencia de las personas que sugiera u oriente a la emprendedora.

3.3.3. *Factor Social*

✓ **Liderazgo**

Tabla 19*Desarrollo del liderazgo*

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	4	8%
Casi nunca	21	45%
A veces	5	11%
Casi siempre	14	30%
Siempre	3	6%
Total	47	100%

Interpretación: Los datos presentados en la tabla nos dan una noción clara de la percepción de las emprendedoras con respecto a su liderazgo, tal y

como se observa la gran mayoría tiene una percepción negativa o poco clara sobre su liderazgo, dado que nunca o casi nunca optan por ser líderes en actividades que se desarrollan en su entorno. Esto sugiere la necesidad de enfocarse en fortalecer la confianza y liderazgo de las emprendedoras, aunque cabe mencionar que también existe una cantidad pequeña representada por el 36% que se auto perciben como líderes o tienen muy consistente su idea sobre el liderazgo.

Tabla 20

Delegación de funciones y responsabilidades de manera eficiente

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	14	30%
Casi nunca	13	28%
A veces	9	19%
Casi siempre	7	15%
Siempre	4	9%
Total	47	100%

Interpretación: La tabla muestra que una minoría de las encuestadas tienen una percepción positiva sobre la eficiencia con la que delegan funciones a su equipo de trabajo o en algunos casos a los trabajadores que tienen a su cargo, por el contrario la gran mayoría representada por un 58% nunca o casi nunca delegan funciones de manera eficiente, esto debido a que prefieren realizar personalmente todas las actividades, resaltando que si quieren buenos resultados tienen que hacerlo ellas mismas.

✓ **Comunicación**

Tabla 21

Aceptación de opiniones y nuevas ideas del equipo de trabajo

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	19	40%
A veces	17	36%
Casi siempre	8	17%
Siempre	3	6%
Total	47	100

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede afirmar que todas las emprendedoras están dispuestas a considerar al menos ocasionalmente las opiniones y nuevas ideas de su equipo de trabajo (trabajadores) la frecuencia con la que muestran esta disposición varía de acuerdo a la confianza que tengan con el equipo de trabajo y también a si cuentan con uno, debido a que existen algunas emprendedoras que trabajan solas. Cabe destacar que el 23% de encuestadas aprecia y valora la participación de su equipo, tomándolo de manera positiva.

Tabla 22

Comunicación de ideas y defensa de opiniones de manera asertiva

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	11	23%
A veces	6	13%
Casi siempre	17	36%
Siempre	13	28%
Total	47	100%

Interpretación: Tomando de referencia los datos presentados en la tabla, se observa que un gran porcentaje (64%) de las encuestadas muestra una auto percepción positiva con respecto a la comunicación y defensa de opiniones de manera asertiva, demostrando que cuentan con habilidades

de comunicación y confianza en ellas mismas; por el contrario existe un porcentaje significativo (36%) que casi nunca o a veces logran comunicarse de manera asertiva, dejando en notar que aún existe carencia de claridad y firmeza para expresarse.

3.3.4. *Factor económico*

✓ **Medios de financiamiento**

Tabla 23

Obtención de financiamiento externo para el emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	6%
A veces	7	15%
Casi siempre	23	49%
Siempre	14	30%
Total	47	100%

Interpretación: La tabla muestra que la gran mayoría de las encuestadas, representadas por el 79% cuentan con acceso a financiamiento externo, es decir que conocen de entidades que les pueden proporcionar financiamiento para sus emprendimientos y otros proyectos personales, también se puede observar que una minoría de ellas tienen poca frecuencia de acceso a estas fuentes, ya que decidieron emprender con capital propio o préstamos familiares.

Tabla 24*Apoyo económico familiar*

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	4%
A veces	15	32%
Casi siempre	18	38%
Siempre	12	26%
Total	47	100%

Interpretación: Tal y como se muestra en la tabla, el apoyo familiar es una constante para la gran mayoría de las emprendedoras, destacando la importancia que tiene el apoyo económico para dichas mujeres. Sin embargo; también hay un segmento importante de ellas (32%) que refiere que ha recibido este apoyo familiar económico de manera intermitente u ocasional, debido al contexto en que se presente la necesidad económica.

✓ **Educación financiera****Tabla 25***Manejo de finanzas personales*

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	2%
A veces	12	25%
Casi siempre	21	45%
Siempre	13	28%
Total	47	100%

Interpretación: Como se observa en los resultados obtenidos, la gran mayoría de las mujeres encuestadas refiere que maneja de manera adecuada sus finanzas personales, esto debido a la experiencia en manejo y administración del dinero obtenido de sus emprendimientos, pero también es importante mencionar que existe un 27% del total que tienen una percepción negativa o poco clara con respecto a si está manejando de

manera correcta sus finanzas personales, dado que en algunas ocasiones afirman haber tenido malos resultados o pérdidas que lo relacionan con la eficiencia en el manejo de las finanzas.

3.3.5. *Factor redes de apoyo*

✓ **Asesoría**

Tabla 26

Búsqueda de asesoría para mejores resultados en el emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	14	30%
Casi nunca	19	40%
A veces	11	23%
Casi siempre	2	4%
Siempre	1	3%
Total	47	100%

Interpretación: Como se observa en la tabla, existe una limitada tendencia hacia la búsqueda de asesoría por parte de las emprendedoras, ya que el 70% de ellas nunca o casi nunca buscaron asesoría con el fin de mejorar sus resultados, solo existe una mínima cantidad que es el 7% que menciona haber buscado casi siempre o siempre asesoría para mejorar, esto evidencia que la mayoría de las encuestadas desconocen de los beneficios que esto podría traer a sus emprendimientos.

Tabla 27

Participación en programas o ferias de emprendimiento

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	25	53%
Casi nunca	18	38%
A veces	3	6%
Casi siempre	1	3%
Siempre	0	0%
Total	47	100%

Interpretación: Los datos de la tabla muestran que la mayoría de mujeres (91%) nunca o casi nunca participaron en ferias o programas de emprendimiento, evidenciando la falta de interés por estos eventos, como se observa, solo un 9% del total están dispuestas a participar de manera ocasional en estas ferias emprendedoras, las encuestadas manifestaron que no participan por sus limitados recursos y tiempo, lo que significan barreras para desarrollarse y crecer de esta manera.

Tabla 28

Búsqueda de especialistas para resolución de dudas

Ítem	Fi	Porcentaje
Nunca	31	66%
Casi nunca	13	28%
A veces	2	4%
Casi siempre	1	2%
Siempre	0	0%
Total	47	100%

Interpretación: La tabla nos muestra que existe un gran porcentaje (94%) de emprendedoras que nunca o casi nunca han recurrido a un especialista para resolver dudas o problemas que se presentaron en sus emprendimientos, esto evidencia que existe desconocimiento sobre la disponibilidad de estos servicios por parte de empresas consultoras, también mencionan que la poca disposición de recursos económicos para emplearlos en esto han sido causa de que se restrinja el acceso a los servicios de consultoría externa.

3.4. Establecimiento del nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados

Requejo.

Tabla 29

Nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo

Nivel	Fi	Porcentaje %
Nivel Bajo	5	11%
Nivel Medio	42	89%
Nivel Alto	0	0%
Total	47	100%

De acuerdo a los resultados descritos en la tabla y en respuesta al objetivo específico de establecer el nivel de emprendimiento de la mujer, se establece que el nivel de emprendimiento en que se encuentran las mujeres en su gran mayoría es nivel medio representado por el 89% del total, sin embargo, existe un porcentaje mínimo de las mujeres que tienen un nivel bajo, representado por el 11% restante, esto evidencia las carencias con respecto a los conocimientos sobre diversos factores, lo que también explica que ninguna mujer emprendedora se encuentre en nivel alto.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo general fue determinar el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023, donde se encontró que la gran mayoría de las mujeres emprendedoras tienen un nivel medio de emprendimiento, y una mínima cantidad se encuentra en el nivel bajo, dicho estudio también mostró que ninguna de las mujeres emprendedoras de dicho lugar tiene un nivel alto, estos resultados son similares a los encontrados por el investigador Saucedo (2020) quien desarrolló su investigación en la ciudad de Trujillo – Perú, donde buscaba encontrar el nivel de emprendimiento de las mujeres de dicha ciudad, donde menciona que la gran mayoría de mujeres tienen un nivel medio de emprendimiento, debido a que se capacitan constantemente en este aspecto para poder tener mejores resultados y muy pocas tienen un nivel bajo.

De acuerdo al primer objetivo específico: identificar los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, se encontró que la mayoría de mujeres considera que el factor principal determinante es el personal, seguido por el factor económico y una mínima cantidad considera finalmente al factor familiar, estos resultados difieren con los resultados obtenidos por Pérez (2023) que realizó una investigación para identificar y describir los factores que determinan el emprendimiento femenino en una región de Colombia, dicho investigador encontró que los factores determinantes por grado de influencia eran principalmente los factores externos (gubernamentales y apoyo financiero) y en menor grado los factores internos (apoyo familiar y educacional).

En relación con el segundo objetivo específico: describir los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, se obtuvo a través de la investigación que el factor personal está principalmente enfocado en lograr independencia, como principal motivación, el factor familiar está determinado principalmente por el apoyo del entorno familiar, el factor social principalmente relacionado en las relaciones interpersonales, el factor económico agrupa principalmente a la facilidad de encontrar medio de financiamiento y el factor redes de apoyo esta direccionado a la búsqueda de asesoría, estos resultados son similares a los encontrados por Meza (2022) en su investigación desarrollada en Lima, donde determinó que el emprendimiento femenino está directamente relacionado con los factores que se

describieron anteriormente, los cuales son: personales, familiares, sociales, económicos y redes de apoyo.

V. CONCLUSIONES:

- Los resultados que se encontraron para determinar el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo muestran que, el 89% del total de mujeres emprendedoras que fueron encuestadas, se encuentran en el nivel medio de emprendimiento, dando a entender que el espíritu emprendedor y la motivación en dichas mujeres está activo, así como la disposición para innovar y desarrollar de la mejor manera las actividades empresariales. Sin embargo, cabe mencionar que el 11% también representa una cantidad significativa de mujeres que según la investigación se encuentran en el nivel bajo, las causas de este resultado es que existe poca o nula educación con respecto a finanzas y temas de emprendimiento, además de la carencia de apoyo en el entorno familiar y del limitado acceso a asesorías empresariales externas.
- Los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023 son principalmente personales, esto opina el 57% del total de mujeres encuestadas, además un porcentaje menor del 38% de mujeres afirma que el factor determinante de su emprendimiento fue el factor económico y un mínimo porcentaje del 5% considera que el factor determinante está relacionado al familiar.
- El factor personal determinante en el emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas fue la motivación para lograr independencia económica y mejorar su calidad de vida, del factor familiar es el entorno familiar al no contar con cercanos que cuenten con emprendimiento siendo este el caso de la mayoría de mujeres, por otro lado el factor social que más determina es el liderazgo, puesto que la gran mayoría de mujeres no le gusta ser la líder en actividades grupales que se desarrollan en su entorno, además el factor económico determinante es el medio de financiamiento a través del cual buscan iniciar con su emprendimiento, la mayoría de mujeres tiene la facilidad de encontrar estos medios y finalmente el factor redes de apoyo determinante fue asesoría, ya que la mayoría de encuestadas no considera buscar asesoría para mejores resultados.
- Finalmente, se establece que el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas esta entre bajo y alto, con

una diferencia significativa entre ambos niveles, cabe mencionar que existen muchos factores que influyeron de manera positiva y la carencia de algunos otros influyó de manera negativa, lo que conllevó a establecer el resultado que se mencionó anteriormente.

VI. RECOMENDACIONES

- Diseñar un programa de capacitación, donde no solo se espere la participación activa de las mujeres emprendedoras, si no también se les motive para que le den la importancia debida a este tipo de eventos. Dicho programa debería incluir módulos de formación desde habilidades blandas como liderazgo, comunicación e iniciativa, además de conocimientos básicos sobre formación empresarial, hasta sesiones más avanzadas para aquellas emprendedoras que se encuentren en un nivel más alto y con experiencia en participación en estos talleres.
- Implementación de campañas de sensibilización, para que las emprendedoras puedan destacar la importancia de la asesoría para enfrentar desafíos y problemas, además que puede ayudar a identificar oportunidades y a alcanzar el máximo potencial. En ese sentido, se podría facilitar el acceso a asesorías o programas de consultoría realizados por el Gobierno Regional o entidades que acepten ofrecer dichos programas a bajo costo, promoviendo el cambio de actitud y buscando la sostenibilidad y crecimiento de los negocios.
- Establecer un convenio con entidades financieras para que brinden talleres de inclusión y educación financiera, dirigido especialmente a las mujeres emprendedoras que tengan dificultades para acceder a financiamiento económico, brindándoles mayor facilidad. Esto debe incluir información sobre cómo acceder a préstamos y los requisitos necesarios, además ofrecer la seguridad a todas las emprendedoras de que contarán con asesoramiento que les ayude y oriente en todo el proceso, buscando principalmente el empoderamiento de las emprendedoras para que logren crecer y expandirse, aportando al desarrollo económico de la comunidad en su conjunto.
- Organizar sesiones informativas, donde se dé a conocer las fechas y los productos que podrían presentar y siempre y cuando estas ferias sean realizadas por el Gobierno Regional Amazonas o la Municipalidad de Chachapoyas, buscar el apoyo financiero para cubrir algunos costos como el alquiler del espacio o la adquisición de algunos materiales promocionales. De esta manera se facilita la participación de dichas mujeres emprendedoras, estableciendo contactos comerciales y el reconocimiento de sus productos.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, E.; Morales, D. y Ortíz, J. (2021). Emprendimiento de nanoempresas en el empoderamiento de mujeres neolonesas. *Revista Mexicana de Sociología*, 82(4), 863-895.
- Banco Mundial (2020). *El emprendimiento en América Latina*.
https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf
- Bygrave, W. Corbett, A. y Zacharakis, A. (2021). *Entrepreneurship* (5ta. ed). John Wiley & Sons In
- Camara de Comercio de Lima. (2019). *Mujeres Empresarias, ejemplo para todos*.
<https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion870/la%20camara%20870.pdf>
- Encuesta Nacional de Hogares (2022). *Diccionario*.
<https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2022-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-e28093-1>
- Global Entrepreneurship Monitor. (202/2023). *Adapting to a “New Normal”*.
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51147>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Amazonas, resultados definitivos*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1567/01TOMO_01.pdf
- Mesa, T. E. L. (2022). *Desarrollo del emprendimiento femenino, Lima Norte, 2022* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/116463/Meza_BTEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, M., Asucero, M., Jiménez, L., y Pérez, C. (2023). Emprendimiento femenino en el Departamento de Sucre-Colombia. Un enfoque de género. [Artículo científico].
<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85166676119&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=ad109eafe78186d04d7c66096fc7b830&sot=b&sdt=b&s=TITLE-ABS-KEY%28emprendimiento+femenino%29&sl=38&sessionSearchId=ad109eafe78186d04d7c66096fc7b830>

Saucedo, R. J. (2020). *Emprendimiento y empoderamiento de la mujer en el distrito de Trujillo* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62399/Saucedo_VRJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Describe de manera general el problema de investigación, la metodología y el objetivo general y los específicos.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTE SIS	VARIABLE
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable única
¿Cuál es el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023?	Determinar el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023	No hay	Emprendimien to de la mujer
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específica	
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023. • Describir los factores determinantes del emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023. • Establecer el nivel de emprendimiento de la mujer en Hipermercados Requejo de la ciudad de Chachapoyas, 2023. 	No hay	

ANEXO N° 2: CUESTIONARIO

EMPRESARIATO DE LA MUJER EN HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

La finalidad del siguiente cuestionario es obtener información referente al nivel de emprendimiento de la mujer en “Hipermercados Requejo” por tal motivo, solicitamos y agradecemos su valiosa participación, así mismo esperamos que lo llenes con sinceridad, ¡gracias por colaborar con esta investigación!

DATOS DEMOGRÁFICOS

Edad

- 18 – 25
- 26 – 30
- 30 a más

Estado civil

- Soltera
- Casada
- Divorciada
- Viuda

DATOS GENERALES

1. Según su perspectiva, ¿cuál es el factor determinante del emprendimiento femenino?

- Personal
- Familiar
- Social
- Económico
- Redes de apoyo

✓ **Responda de acuerdo a la siguiente escala:**

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

N°		1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN PERSONAL					
	<i>Iniciativa</i>					
2	Buscas mejorar e implementar cosas nuevas en tu emprendimiento					
	<i>Toma de decisiones</i>					
3	¿Consideras tus recursos disponibles (financieros, materiales, humanos y técnicos) antes de tomar una decisión?					
	<i>Motivación</i>					
4	¿La motivación para emprender fue lograr tu independencia económica?					
5	¿A través de tu emprendimiento buscas mejorar tu calidad de vida?					
	<i>Educación</i>					
6	¿Recibes formación emprendedora en talleres o cursos de alguna entidad?					
	<i>Creatividad</i>					
7	¿Te consideras una persona creativa?					
	<i>Riesgo</i>					
8	¿Consideras los riesgos antes de empezar con un nuevo proyecto o actividad?					
	<i>Innovación</i>					
9	¿Eres capaz de encontrar soluciones rápidas y únicas a los problemas generados en tu emprendimiento?					
	DIMENSIÓN FAMILIAR					
	<i>Entorno familiar</i>					
10	¿Tienes algún familiar cercano que cuente con un emprendimiento?		SÍ		NO	
11	¿Sientes el apoyo de tu familia en tu proyecto de emprendimiento?					
12	¿Consideras las opiniones y sugerencias de tu familia antes de empezar nuevos proyectos?					
	DIMENSIÓN SOCIAL					
	<i>Liderazgo</i>					
13	¿Prefieres ser la líder en actividades grupales?					
14	¿Eres capaz de delegar funciones y responsabilidades eficientemente?					
	<i>Comunicación</i>					
15	¿Aceptas opiniones y nuevas ideas de tu equipo de trabajo?					
16	¿Logras comunicar tus ideas y defender tus opiniones de manera asertiva?					
	DIMENSIÓN ECONÓMICA					
	<i>Medios de financiamiento</i>					
17	¿Logras conseguir financiamiento externo cuando necesitas para tu emprendimiento?					
18	¿Tu familia te apoya con financiamiento cuando necesitas para tu emprendimiento?					
	<i>Educación financiera</i>					
19	¿Manejas tus finanzas personales adecuadamente?					
	DIMENSIÓN REDES DE APOYO					
	<i>Asesoría</i>					
20	¿Has considerado buscar asesoría para obtener mejores resultados en tu emprendimiento?					
21	¿Participas en programas o ferias de emprendimiento?					
22	¿Cuándo tienes dudas buscas la ayuda y consejos de un especialista en el tema?					

ANEXO N° 3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

La validación del instrumento empleado se realizó por 3 docentes expertos que pertenecen a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, evaluando diversos criterios como coherencia, pertinencia, independencia e impacto de las preguntas que conforman el cuestionario.

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA INVESTIGACION: EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023																									
ÍTEMS	CRITERIOS															JUICIO									
	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto					Eliminar	Modificar	Confirmar		
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
1				/					/					/					/						X
2				/					/					/					/						X
3				/					/					/					/						X
4				/					/					/					/						X
5				/					/					/					/						X
6				/					/					/					/						X
7				/					/					/					/						X
8				/					/					/					/						X
9				/					/					/					/						X
10				/					/					/					/						X
11				/					/					/					/						X
12				/					/					/					/						X
13				/					/					/					/						X
14				/					/					/					/						X
15				/					/					/					/						X
16				/					/					/					/						X
17				/					/					/					/						X
18				/					/					/					/						X
19				/					/					/					/						X
20				/					/					/					/						X
21				/					/					/					/						X
22				/					/					/					/						X

OBSERVACIONES: Ninguna.

LUGAR Y FECHA: Chachapoyas, 12 de diciembre del 2023

Experto: Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Identificación: 33958820

Afiliación: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza

Título y grado académico: Contador Público / Doctor

FIRMA


FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA INVESTIGACION: EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023

ÍTEMS	CRITERIOS															JUICIO								
	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto					Eliminar	Modificar	Confirmar	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
1					/					/					-					/				X
2					/					/					-					/				X
3					/					/					-					/				X
4					/					-					-					/				X
5					/					/					-					/				X
6					/					-					-					/				X
7					/					/					-					/				X
8					/					-					-					/				X
9					/					-					-					/				X
10					/					/					-					/				X
11					/					-					-					/				X
12					/					/					-					/				X
13					/					-					-					/				X
14					/					/					-					/				X
15					/					-					-					/				X
16					/					/					-					/				X
17					/					-					-					/				X
18					/					-					-					/				X
19					/					-					-					/				X
20					/					-					-					/				X
21					/					-					-					/				X
22					/					-					-					/				X

OBSERVACIONES:

LUGAR Y FECHA: Chachapoyas, 12 de diciembre del 2023


Experto: Dra. Esilita Plata Becerra.	
Identificación: 70974529	
Afiliación: UNT RM.	
Título y grado académico: Doctorado en Gestión Pública y Gobernabilidad	FIRMA

FICHA DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA INVESTIGACION: EMPRENDIMIENTO DE LA MUJER EN HIPERMERCADOS REQUEJO DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS, 2023																										
ÍTEMS	CRITERIOS															JUICIO										
	Coherencia					Pertinencia					Independencia					Impacto					Eliminar	Modificar	Confirmar			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
1				/					/					/					/							X
2				/					/					/					/							X
3				/					/					/					/							X
4				/					/					/					/							X
5				/					/					/					/							X
6				/					/					/					/							X
7				/					/					/					/							X
8				/					/					/					/							X
9				/					/					/					/							X
10				/					/					/					/							X
11				/					/					/					/							X
12				/					/					/					/							X
13				/					/					/					/							X
14				/					/					/					/							X
15				/					/					/					/							X
16				/					/					/					/							X
17				/					/					/					/							X
18				/					/					/					/							X
19				/					/					/					/							X
20				/					/					/					/							X
21				/					/					/					/							X
22				/					/					/					/							X

OBSERVACIONES:

LUGAR Y FECHA: Chachapoyas, diciembre 12 de 2023

Experto: Juan Manuel Buescía Fernández	
Identificación: DNI 17520709	
Afiliación: UNTRM	
Título y grado académico: Contador Público Licenciado en Adm. Dr. Schmidt	FIRMA

ANEXO N° 4: EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



Fotografía 01: La señora Rosa tiene su puesto en la sección verduras, respondió de manera animada todas las preguntas planteadas a medida de su disposición de tiempo.



Fotografía 02: Maribel, es una señora que posee un puesto en la sección verduras, donde además ofrece menestras y tubérculos, respondió todas las preguntas planteadas.



Fotografía 03: La señora María aceptó responder todas las preguntas del cuestionario, en su puesto ofrece verduras, tubérculos, etc. También brindó información adicional que ayudó a entender el contexto.



Fotografía 04: Además de responder las preguntas, también contó sobre el contexto en el que se dio su emprendimiento, su experiencia y la perspectiva que tiene sobre las limitaciones.

ANEXO N° 5: TABULACIÓN DE DATOS

La tabulación de los datos se realizó a través del software Microsoft Excel, empleando baremos de escala de medición, donde a cada respuesta se le asignó un puntaje, los cuales al final fueron sumados para tener un valor final de cada encuesta, dicho valor obtenido sirve para determinar en qué nivel de emprendimiento se encuentran cada una de las encuestadas.

EMPRENDIMIENTO FEMENINO																					
	Personal							Familiar			Social				Económico			Redes de Apoyo			
	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 10	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14	Preg. 15	Preg. 16	Preg. 17	Preg. 18	Preg. 19	Preg. 20	Preg. 21	Preg. 22	Preg. 23	SUMA
Enc 1	2	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	2	2	2	71
Enc 2	2	3	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	2	1	72
Enc 3	3	3	4	5	3	4	4	4	2	3	3	4	4	5	5	3	5	2	1	1	68
Enc 4	2	2	4	4	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	2	1	49
Enc 5	1	2	3	3	1	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	1	2	2	46
Enc 6	1	3	5	5	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	2	2	1	64
Enc 7	2	3	5	5	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	65
Enc 8	3	3	5	5	1	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	2	5	1	1	2	65
Enc 9	2	3	5	5	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	1	1	2	67
Enc 10	3	2	5	5	2	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	1	1	1	65
Enc 11	2	4	5	5	1	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	2	1	2	63
Enc 12	1	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	49
Enc 13	1	4	5	5	1	3	5	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	2	2	1	66
Enc 14	3	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	1	2	1	69
Enc 15	2	2	4	4	1	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	1	2	1	48
Enc 16	3	3	5	5	1	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	2	2	1	2	61
Enc 17	2	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	2	2	2	65
Enc 18	3	4	5	5	1	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	2	2	1	66
Enc 19	2	4	5	5	2	4	5	4	5	5	2	3	3	3	3	3	5	2	2	1	68
Enc 20	3	4	4	5	1	4	5	4	5	5	2	3	4	4	4	2	3	3	2	1	68
Enc 21	3	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	2	1	2	68
Enc 22	3	3	4	5	1	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	2	2	1	68
Enc 23	2	3	5	4	2	4	5	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	1	2	62
Enc 24	3	4	5	5	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	1	1	1	65
Enc 25	3	4	5	5	2	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	5	2	2	2	69
Enc 26	1	4	5	5	1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	1	62
Enc 27	2	3	4	5	2	3	3	3	3	3	2	2	4	5	5	5	4	2	1	1	62
Enc 28	3	3	4	4	1	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	1	2	63

Enc 29	2	4	5	5	1	4	3	3	3	4	2	4	4	5	4	4	5	3	1	2	68
Enc 30	2	4	5	5	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	2	2	1	1	61
Enc 31	2	4	3	5	2	3	4	4	3	3	2	3	4	5	4	4	4	1	3	3	66
Enc 32	3	3	5	5	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	5	1	2	63
Enc 33	2	2	4	5	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	2	1	2	66
Enc 34	2	3	4	5	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	67
Enc 35	3	2	5	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	5	2	3	1	68
Enc 36	2	3	4	5	2	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	4	3	3	2	70
Enc 37	2	3	4	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	2	2	1	67
Enc 38	2	3	5	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	3	2	3	2	1	65
Enc 39	2	3	4	4	1	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	2	2	1	64
Enc 40	2	3	5	5	1	3	3	4	4	2	3	4	5	3	4	4	3	1	2	1	62
Enc 41	1	4	5	5	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	1	1	1	64
Enc 42	1	4	5	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	5	5	4	3	1	1	65
Enc 43	1	3	4	4	2	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	1	1	61
Enc 44	2	3	5	5	2	4	4	4	3	3	2	4	4	5	5	2	5	3	1	1	67
Enc 45	2	3	5	4	2	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	2	5	3	1	1	63
Enc 46	2	2	3	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	2	1	64
Enc 47	1	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	1	48

Nivel	Intervalo	fi	Porcentaje %
Nivel Bajo	21 - 49	5	11%
Nivel Medio	50 - 77	42	89%
Nivel Alto	78 - 105	0	0
Total		47	100