



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ANALISIS DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN
LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CREDITO TOCACHE – SAN MARTÍN, 2021**



**PRESENTADA POR
ALICIA VILLA RUIZ**

**ASESOR
EBOR FAIRLIE FRISANCHO**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2022



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**ANALISIS DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS
CLIENTES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO
TOCACHE – SAN MARTÍN, 2021.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

ALICIA VILLA RUIZ

ASESOR:

MG. EBOR FAIRLIE FRISANCHO

LIMA, PERÚ

2022

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios por haberme dado el regalo de la vida y guiar sabiamente cada paso que doy, a mis padres y hermana por haberme brindado su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria, en especial a mi primer maestro, papá Alberto Villa, quien me enseñó a trabajar por mis sueños y quien siempre tuvo fe en mí, aunque hoy no pueda abrazarlo físicamente, lo abrazo con el alma, mi gratitud eterna.

AGRADECIMIENTOS

Mi sincero agradecimiento a Dios por brindarme sabiduría, fortaleza y salud para poder culminar de manera satisfactoria una etapa importante en mi formación académica, a mis padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, por tener siempre una palabra de aliento para no desmayar. A mis abuelitos Teodoro y Crimi por su inmenso amor y apoyo constante, un abrazo hasta el cielo, mi gratitud por siempre.

A los docentes quienes guiaron mi formación profesional a lo largo de mi vida universitaria, a mis asesores por su paciencia y dedicación y a todas las personas especiales quienes me acompañaron en esta etapa, aportando en mi formación tanto profesional como personal.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE DE CONTENIDO	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	14
1.1. Antecedentes de la investigación	14
1.1.1. Antecedentes Nacionales	14
1.1.2. Antecedentes Internacionales.....	16
1.2. Bases teóricas.....	17
1.2.1. Emprendimiento.....	17
1.2.2. Tipos de emprendedor.....	19
1.2.3. Enfoques relacionados con el emprendimiento	20
1.2.4. Intención de emprender.....	21
1.2.5. Motivos para emprender	21
1.2.6. Perfil de un emprendedor.....	22
1.2.7. Capacidades personales de un emprendedor.....	22
1.2.8. Autoeficacia	23
1.2.9. Autoeficacia emprendedora	23
1.2.10. Dimensiones de la autoeficacia emprendedora	24
1.3. Definición de términos básicos	25
CAPÍTULO II: HIPTESIS Y VARIABLES.....	26
2.1. Variable.....	26
2.2. Definición operacional	26
2.3. Operacionalización de la variable	27
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	28
3.1. Diseño metodológico	28
3.1.1. Enfoque de investigación	28
3.2. Diseño muestral.....	28
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29

3.3.1. Validez del instrumento	29
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	30
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	31
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	36
CONCLUSIONES	38
RECOMENDACIONES	40
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	41
Anexos	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Enfoques relacionados al emprendimiento	20
Tabla 2: Capacidades personales del emprendedor	22
Tabla 3: Operacionalización de la variable.....	27
Tabla 4: Validación del instrumento.....	30
Tabla 5: Fiabilidad de la autoeficacia y sus dimensiones.....	31
Tabla 6: Datos demográficos de los encuestados.....	32
Tabla 7: Nivel de la percepción de la autoeficacia emprendedora.....	33
Tabla 8: Autoeficacia emprendedora según el género de los encuestados.....	33
Tabla 9: Autoeficacia emprendedora según la procedencia.....	34
Tabla 10: Autoeficacia emprendedora según nivel educativo.....	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Características psicológicas de un emprendedor.....	21
---	----

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de capacidad para desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado de los clientes del producto Microcredit de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache, año 2021; para su desarrollo se contó con la participación de 192 clientes de la CACT; esta investigación se desarrolló bajo la metodología para una investigación básica, de tipo aplicada, alcance descriptivo y diseño no experimental; para concretar el objetivo se utilizó el instrumento Escala de Autoeficacia Emprendedora de Moriano, Palací y Morales (2006), que tiene una coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach 0,925; los resultados indican que existe una buena autoeficacia emprendedora 158 (87.8%).

Palabras claves: Autoeficacia emprendedora, Emprendimiento, Autoconfianza.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the level of capacity to develop new products and market opportunities of the clients of the Microcredit product of the Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache, year 2021; 192 participants participated in its development; This research was developed under the methodology for a basic research, applied type, descriptive scope and non-experimental design; To specify the objective, the Moriano, Palací and Morales (2006) Escala de Autoeficacia Emprendedora instrument was used, which has a reliability coefficient of Cronbach's Alpha 0.972; the results indicate that there is a good entrepreneurial self-efficacy 158 (87.8%).

Key words: Entrepreneurial self-efficacy, Entrepreneurship, Self-confidence

INTRODUCCIÓN

En los últimos años en un plano mundial el emprendimiento viene siendo un tema de interés y de estudio por personas dedicadas a la investigación de diferentes áreas, como lo son: economía, administración, psicología y sociología, presentando al emprendimiento como generador de empleo (Apetrei, Ribeiro, Roig, & Mas Tur, 2013), el emprendimiento ayuda a detectar una oportunidad y organizar los medios para implementarla, generando un impacto en la competitividad de un país (Kantis, Federico, & Menéndez, 2012); esta es la razón por que hay varios países que han implantado políticas para el apoyo al emprendimiento y se promueve el desarrollo de las actividades emprendedoras en sus habitantes.

América Latina no es ajena al impacto del emprendimiento, en diferentes países de nuestra región, se cifra grandes cantidades de emprendedores a comparación con otras regiones del mundo (Kantis, Federico, & Menendez, 2012); lo que denota la gran importancia del emprendimiento para la generación de ingresos, empleo y de alguna manera mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta parte del mundo.

El Perú tampoco es ajeno a esta realidad Siles, (2020). Nos da a conocer que el 24.6 % de peruanos tempranamente registran actividades emprendedoras, gestionando y generando emprendimientos los cuales tienen solo 3.5 años de funcionamiento (microempresas), de los que se espera que 3 de cada 10 emprendimientos en el país sean sustentables y sostenibles; en ese mismo sentido Granados y Amuruz, (2020). Mencionan que estado peruano promueve en los ciudadanos a innovar y sacar adelante emprendimiento por medio del programa de Innóvate Perú (Programa de Innovación para la Competitividad y Productividad), promovido por el Ministerio de la Producción (PRODUCE), con el propósito de incentivar los proyectos, que por medio de ellos se busca la creación de nuevos puestos de trabajo y como consecuencia la mejora de la calidad de vida de los pobladores del país.

En este escenario, en el departamento de San Martín Troya (2018). Resalta la autoeficacia emprendedora de jóvenes universitarios, haciendo hincapié que es la confianza en las potencialidades para iniciar un emprendimiento y que el estilo de aprendizaje universitario influye en dicha confianza; en ese sentido las entidades financieras de las cuales uno de sus propósitos es apoyar con medios financieros para la creación de empresa y apoyo al fomento del emprendimiento, dentro de las que se encuentra la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache (CAC Tocache), que

viene desarrollando sus actividades desde 1977 en la provincia de Tocache, departamento de San Martín; con su propósito principal de aportar al surgimiento de la sociedad y ofrece beneficios sociales con el objetivo de mejorar la calidad de vida; ofreciendo talleres para mejorar el manejo de las finanzas familiares, talleres de múltiple manualidades, talleres vacacionales y atenciones médicas primarias sin costo alguno; a su vez, tiene productos crediticios para impulsar el emprendimiento como lo es el Microcredit cuyo mercado meta son los individuos que realizan una actividad generadora de ingresos en forma independiente (emprendimiento). Las personas que pueden acceder a este producto son emprendedores que por vez primera solicitan este producto para generar empresa.

Para que este apoyo resulte efectivo y que los emprendimientos de los clientes resulten exitosos y sustentables en el tiempo, es indispensable que los clientes (emprendedores) cuenten con características entre las que resalta la autoeficacia emprendedora, como un aspecto clave, pues es la confianza que el emprendedor tiene en las potencialidades que posee las cuales le ayudaran en a tener éxito en el emprendimiento iniciado, tal como lo dice McGee, Peterson, Mueller y Sequeira (2009) “La creencia de una persona en sus habilidades y capacidades para lograr con éxito las metas empresariales es una característica que no debe faltar en los emprendedores”.

La CAC Tocache, desde hace tres años viene brindado el producto Microcredit, el cual esta direccionado específicamente a los emprendedores y surge la necesidad de conocer si los pobladores cuentan con un nivel aceptable de autoeficacia emprendedora, lo cual garantice el éxito del emprendimiento y el cumplimiento del compromiso contraído con la cooperativa.

Es por ello es fundamental determinar el nivel de autoeficacia emprendedora en los pobladores beneficiados con el producto Microcredit de la CAC Tocache.

De la descripción anterior deriva el problema genera: ¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones en los clientes de la CAC Tocache, año 2021?

Asimismo, se presentan los problemas específicos:

- ¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al género de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?
- ¿Cuál es el nivel en relación a la procedencia de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?

- ¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la edad de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?
- ¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al nivel educativo de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?

De los problemas antes mencionados surgen los objetivos de esta investigación con el único propósito de obtener resultados, que ayuden en la solución de los problemas. El objetivo general fue: Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones en los clientes de la CAC Tocache, año 2021.

Del objetivo general se desgagan los objetivos específicos:

- Identificar el nivel autoeficacia emprendedora en relación al género de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.
- Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la procedencia de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.
- Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la edad de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.
- Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al nivel educativo de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.

Bajo el contexto mencionado, este trabajo de investigación es importante para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache que cuenta con datos reales referente al nivel de autoeficacia emprendedora, que pueden ser utilizados con el propósito de asegurar el éxito de los emprendimientos encaminados por sus clientes.

El presente trabajo de investigación contribuye a los clientes de la CAC Tocache, quienes conociendo el nivel de autoeficacia emprendedora pueden tomar decisiones respecto a la ejecución del emprendimiento.

El presente trabajo de investigación tiene un impacto favorable en el medio ambiente, debido a que el nivel de confianza en las capacidades para desarrollar un emprendimiento por parte de los clientes de la CAC Tocache generará un ambiente con menos tención.

El presente trabajo deja un antecedente respecto a la autoeficacia emprendedora que podría ayudar a otros investigadores interesados en el tema.

La viabilidad en cuanto lo teórico es favorable, se contó con el acceso a la información respecto al tema de estudio en bases bibliográficas y otras investigaciones realizadas tanto en medios físicos como virtuales, la cual se deja como antecedente para futuras investigaciones.

Se contó con el apoyo de los directivos de la CAC Tocache, quienes brindaron las facilidades para el recojo de la información.

Por último, se contó con el apoyo de docentes temáticos y metodólogos expertos en tesis, quienes hicieron el seguimiento y corrección de manera oportuna de los informes, que permitió alcanzar los objetivos de la investigación.

En cuanto a las limitantes del presente estudio: Limitantes físicas, la principal fue que debido a la coyuntura que vive el país por la COVID19 y por el distanciamiento social ordenado por el estado peruano con el fin de disminuir los contagios, generó la dificultad para el recojo de la información, siendo necesario el uso de un formulario virtual de la plataforma Google, con el cual se hizo el recojo de la información y generó demoras en el llenado.

La responsable del desarrollo del presente estudio, no se le presentaron limitaciones económicas y contó con los medios económicos necesarios para llevar a cabo el estudio.

El presente estudio, ha tenido algunas dificultades para reunir la información, dado que algunos participantes demoraron en contestar el formulario virtual.

Esta investigación está compuesta por cinco capítulos como se muestra:

El capítulo I, contiene el marco teórico, los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y términos básicos.

El capítulo II, variable y operacionalización de la variable, variable y dimensiones.

El capítulo III, contiene la metodología utilizada en este estudio, se presenta el diseño

metodológico, la unidad de investigación, diseño muestral, técnicas de recolección y procesamiento de datos, validez del instrumento, método del análisis de datos, y aspectos éticos.

El capítulo IV, los resultados de la investigación, haciendo uso de gráficos se presenta los principales hallazgos y se concreta el objetivo.

Finalmente, el capítulo V, corresponde a la discusión de los resultados expuestos en el capítulo anterior, asimismo, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Por último, se adjuntan los anexos con propósito de mostrar confiabilidad de la información presentada en este estudio.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

En este apartado se detallan investigaciones realizadas con anterioridad de acuerdo al tema estudiado y sientan las bases para el marco teórico de esta investigación.

1.1.1. Antecedentes Nacionales

Troya, (2018). Desarrolló una investigación titulada: *“Estilos de aprendizaje y su relación con la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2017”*, esta investigación tiene como objetivo: determinar la conexión que se manifiesta entre las formas de aprender y la autoeficacia en el emprendimiento que tienen los alumnos de la EP Administración; la metodología es una investigación correlacional no experimental; los participantes fueron 309 estudiantes, los resultados dieron por resultado que existe una relación significativa ($Rho = ,621^{**}$; $p = ,000$), entre las formas de aprender y la autoeficacia en el emprendimiento. Se concluyó que cuanto más conocimiento se tiene de los estilos de aprendizaje la autoeficacia emprendedora será mejor.

Lovatón y Malpartida, (2018). Desarrollaron una investigación titulada: *“Habilidades sociales y la actitud emprendedora en la población de 20 a 29 años de edad en el distrito de Ticslacayan, 2017”*, con el objetivo de encontrar la relación entre habilidades sociales y la actitud frente al emprendimiento en participantes de 20 a 29 años de edad en el Distrito de Ticslacayan, 2017; la metodología fue una investigación básica, de nivel descriptiva y diseño no experimental; la muestra fueron 224 personas, a los que se les aplicó una encuesta y se llegó a la conclusión que el p-valor igual a 0.083 lo que demuestra que existe una relación de tipo significativa entre habilidades sociales y la perseverancia en el emprendimiento en la población de 20 a 29 años de edad en el Distrito de Ticslacaya.

Manosalvas, (2017). Desarrolló una investigación titulada: *“Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora”*, con el

propósito de identificar los efectos de la inteligencia emocional sobre la intención de emprendimiento, y si se determina una relación directa entre ambas variables; la metodología utilizada sigue un enfoque cuantitativo y un propósito descriptivo, el horizonte de la investigación fue transversal; la muestra fueron 346 personas, a las cuales se les aplicó una encuesta, llegando a la conclusión la inteligencia emocional está directamente relacionada con la intención emprendedora; sin embargo, esta relación también se ve afectada por la autoeficacia emprendedora para crear relaciones con variables de intención. Este resultado muestra que la creencia en la capacidad y la capacidad de la propia eficacia empresarial está significativamente relacionada con el comportamiento intencional, que es una conexión inevitable entre la inteligencia emocional y la intención empresarial.

Guillen, (2018). Realizó una investigación que lleva por título: *“Estilos de aprendizaje y actitud emprendedora en los estudiantes de la Carrera Profesional de Administración con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, 2018”*, con propósito de determinar la relación que se presenta al correlacionar la variable estilos de aprendizaje y actitud emprendedora; la metodología utilizada en este estudio fue descriptiva, correlacional, no experimental y de corte transversal; luego de analizar los datos se determinó que los estilos de aprendizaje se relacionan de manera significativa y positiva $Rho = ,469^{**}$ ($p = 000$), indicando que si los docentes al momento de desarrollar sus actividades académicas consideran los estilos de aprendizaje de los alumnos, esto propiciará un incremento actitud emprendedora.

Liza, (2018). Llevó a cabo una investigación titulada *“Relación entre intención emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva en grupos de estudiantes de una universidad privada de Lima”*, el objetivo principal de esta investigación fue comprobar la relación que estas variables tienen con la intención de emprender en estudiantes de una universidad privada; la metodología utilizada para llevar a cabo este estudio fue correlacional, descriptiva y de corte trasversal; se llegó a la conclusión que la intención emprendedora se relaciona de una manera significativa y positiva con la personalidad proactiva ($r=.31^{***}$), la autoeficacia emprendedora ($r=.34^{***}$), norma subjetiva ($r=.17^{***}$); se rescata la importancia de estas variables y la identificación de la personalidad para motivar el espíritu emprendedor en la educación superior.

1.1.2. Antecedentes Internacionales

Navarro, (2016). Desarrolló una investigación titulada: “*Medición de la autoeficacia emprendedora, en los alumnos de primer año de técnico universitario en administración, de la Universidad del Bío-Bío, Chillán*”, su objetivo principal fue Analizar la autoeficacia emprendedora de los estudiantes TUA de primer año del departamento de Gestión de Empresas de Chillan; la metodología utilizada fue una investigación cuantitativa, descriptiva, la población la conformaron 41 personas a las que se les aplicó la encuesta y se llegó a la conclusión la mayoría de los encuestados tiene un sentido de autoeficacia empresarial, por lo que los riesgos inherentes al emprendimiento se asimilan en mayor medida, lo que significa que el sistema desarrolla cada día nuevas herramientas para medir la autoeficacia empresarial en un mundo más complejo y cambiante.

Matamoros y Pantaleón, (2018). Desarrolló una investigación titulada: “*Intención emprendedora: Una perspectiva desde el género*”, la cual se planteó como objetivo abordar el fenómeno del emprendimiento a través del estudio de la intención emprendedora; la metodología utilizada fue en base a una lógica cuantitativa de tipo confirmatorio, desde una perspectiva deductiva y un paradigma post-positivista. El alcance de la investigación es correlacional y explicativo. La muestra evaluada fue de 393 personas a quienes se les aplicó una encuesta de la que se llegó a la conclusión en la que se obtuvo en cuanto a la intención emprendedora de los estudiantes de secundaria en Guayaquil se explica por la actitud emprendedora y la autoeficacia emprendedora. Los resultados también muestran que no hay una diferencia significativa en la capacidad del modelo para explicar el género.

Moreno, (2019). Desarrolló una investigación titulada: “*Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios*”. Esta investigación se planteó como objetivo principal analizar los factores que influyen la intención de emprender de los universitarios de administración y contabilidad de los municipios de Cascavel y Foz Do Iguazú; la metodología utilizada fue una investigación cuantitativa descriptiva; la muestra que formó parte de la población objeto de estudio 550 personas a los cuales se les aplicó la encuesta; llegando a la conclusión que se identificaron los factores que influyen en intención de compromiso: capacidad de innovación, inteligencia emocional, adaptabilidad, punto de control, deseo independiente, motivación económica, necesidades de logro, visión, capacidad para movilizar recursos, capacidad de liderazgo, autoeficacia, capacidad de persuasión y comunicación,

desarrollo de redes sociales, entorno educativo, Entorno político, género y capacidades de ingresos.

Jácome, (2019). Elaboró una investigación que lleva por título “*Caracterización de la intención emprendedora en profesionales de la ciudad de Guayaquil*”, el objetivo principal fue la caracterización de los factores de influencia a la intención de emprender en los pobladores que conforman la población activa económicamente en Guayaquil; la metodología utilizada fue una investigación cuantitativa, descriptiva explicativa, no experimental; se llegó a concluir que la actitud tiene una influencia positiva en la intención de emprender, sin embargo la norma subjetiva no influye en la intención de emprender y por último la autoeficacia emprendedora influye de manera positiva en la intención de realizar emprendimientos.

Albornoz y Contreras, (2019). Realizaron una investigación titulada “*Capacidades emprendedoras en población base de la pirámide en Cúcuta, Colombia*”, esta investigación ha tenido como objetivo principal fue determinar la relación entre la percepción de la habilidad para aprovechar y detectar las oportunidades que permiten mejorar los resultados y algunas variables sociodemográficas; la metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo de tipo básica; se llegó a determinar que los predictores: persistencia, visión, organización, logro de los resultados aportan en un 84% con presencia de ausencia de las variables innovación y creatividad las que son indispensables para un emprendimiento.

1.2. Bases teóricas

Así, argumenta (Arias, 2012) “las bases teóricas contienen un desarrollo de conceptos y proposiciones que confirmar el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”.

1.2.1. Emprendimiento

El término emprender se comenzó a utilizar en el ámbito comercial para distinguir una actividad económica de la otra. Troya, (2018). El vocablo fue acuñado por primera vez Diccionario de autoridades del año 1732, aun con ese sentido: El ser humano que emprende y se propone a hacer y ejecutar con determinación y empuje, alguna operación considerable y ardua. Siles, (2020). El concepto está bastante referente con el término francés entrepreneur,

que se da a conocer a comienzos del siglo XVI. A principios del siglo XVIII los de Francia alargaron el sentido de la palabra a los constructores de puentes, senderos y a los arquitectos.

El vocablo emprendimiento refiere la capacidad y modo de un individuo que le permite formar nuevos retos, nuevos proyectos, que va en crecimiento, que le permite proporcionar la marcha. Un individuo emprendedor es idóneo para aprovechar las situaciones de insatisfacción, los momentos de rutina, de escaso desarrollo propio y laboral para desencadenar situaciones de satisfacciones, nuevos logros Guillen, (2019).

El Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami en Ohio, lo conceptualiza como un procedimiento de identificar, ayudar a crecer, incluso dar vida a una visión, la cual podría ser una idea novedosa, una oportunidad o una mejor manera de hacer las cosas; cuyo propósito es la generación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre. Comeche, (2004). Menciona que el emprendedor es considerado a aquel que percibe una oportunidad y que crea una organización para con la finalidad de aprovechar esta oportunidad. Por lo tanto, teniendo en cuenta lo anterior se puede afirmar un emprendedor es quien detecta una oportunidad y organiza los medios necesarios para suplir las necesidades identificadas.

Una de las características sobresalientes de los emprendedores, es que son personas que siempre están buscando cambios y dar solución a dificultades, las cuales son tomadas como retos.

Algunas personas dan por sentado que el termino emprendimiento es un concepto novedoso y recientemente utilizado, sin embargo, se tiene que esta característica como tal siempre ha estado presente y forma parte de las características de los seres humanos; el emprendimiento es una de las capacidades inherentes a los seres humanos, es el responsable que ayuda a salir delante frente a las dificultades son soluciones novedosas e ideas renovadas; el ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo (Jaramillo, 2008).

Serida, Guerrero, Alzamora, Borda y Morales (2019). Mencionan que el emprendimiento es un fenómeno que se ha llegado a convertir en unos de los principales motores del crecimiento económico de un país; razón por la cual se ha incrementado el apoyo para motivarlo y generarlo

con la finalidad de fomentar la innovación y creatividad todo esto con apoyo, asesoramiento y el acceso a fuentes de capital.

Druker, (2004). Comenta respecto al termino emprendimiento y dice que no solo se debe referir únicamente, a la generación de empresas nuevas o pequeñas, dejando claro que el vocablo, no hace referencia a lo antiguo o la envergadura, pues el término está relacionado al grado de innovación que tienen, presentado de otra manera se enfoca en el cambio que lidera en función al potencial social de la empresa.

En ese sentido tenemos a Formichella, (2004). Quien menciona que el emprendimiento hace mención a la capacidad para el desarrollo de un proyecto con propósitos económicos, sociales y políticos cimentado en una propuesta la cual implica innovación para asumir la incertidumbre.

Vallmitjana (2014) Define que el emprendimiento es la adición: en primer lugar, de las actividades de análisis de oportunidades de producción y en segundo lugar el planeamiento y desarrollo del nuevo proyecto empresarial que implica esfuerzo y resiliencia para contratarlo.

1.2.2. Tipos de emprendedor

Dentro de las personas que identifican las necesidades y organizan los medios necesarios para suplirla encontramos según Alcaraz, (2006), cinco tipos de emprendedor:

- a. *Emprendedor administrativo*: Es el que utiliza nuevas formas de realizar las cosas teniendo como base la información.
- b. *Emprendedor oportunista*: El que está siempre alerta asechando oportunidades presentadas por el entorno y busca aprovecharlas.
- c. *Emprendedor adquisitivo*: Cuenta con una principal fortaleza que es la innovación, este tipo de emprendedor es muy creativo.
- d. *Emprendedor incubador*: Es el que está en búsqueda de ser autónomo, siempre está en busca de realizar negocios nuevos.
- e. *Emprendedor imitador*: Es el que toma un modelo ya existente al cual le realiza innovaciones.

1.2.3. Enfoques relacionados con el emprendimiento

Los principales enfoques derivados del emprendimiento son dos: enfoque económico y enfoque psicológico.

Tabla 1: Enfoques relacionados al emprendimiento

Enfoque económico	Enfoque psicológico
<p>En cuanto al enfoque económico del emprendimiento se tiene como estudio primigenio a Schumpeter, (1934). Menciona que el emprender implica: hacer las cosas de manera nueva, diferente, para romper el equilibrio en el mercado, satisfaciendo una necesidad o en otros casos generando unas nuevas y con un retorno incierto.</p> <p>Rodríguez (2015) “sostiene que el ser emprendedor no es ser solo un creativo, tampoco un capitalista, es concentrar su atención en la gestión de recursos, la toma de decisiones, la capacidad de liderar y organizar de manera innovadora, la propuesta de la naciente unidad económica”.</p> <p>En resumen este enfoque se centra en el resultado económico del emprendimiento.</p>	<p>El aporte de la Psicología en el estudio del emprendimiento se enfoca en: análisis de los atributos de personalidad, rasgos y características individuales del perfil del emprendedor y por otro lado el enfoque conductual que busca explicar cómo predecir el comportamiento emprendedor.</p> <p>Martínez, (2017). sostuvo que, los rasgos del emprendedor incluyen el estudio de la personalidad, las capacidades personales, los motivos, actitudes, temperamento.</p> <p>Frese, (2009). Las características del emprendedor dependen en gran medida de las denominadas características de acción como: iniciativa personal, búsqueda de oportunidades e información, redes sociales, y orientación emprendedora entre las más resaltantes</p> <p>Este enfoque se centra en las características psicológicas del emprendedor.</p>

Fuente: Elaboración propia

Dentro del enfoque psicológico de un emprendedor, cabe resaltar las características psicológicas que aporta este enfoque:

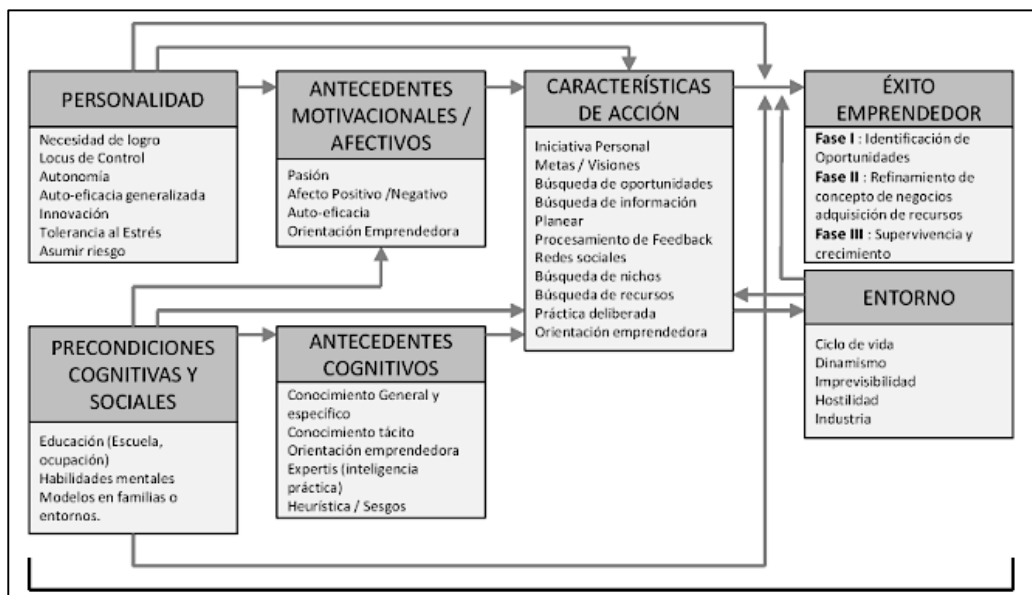


Figura 2: Características psicológicas de un emprendedor

Fuente: Amesquíta, (2017)

1.2.4. Intención de emprender

Es cuando las personas están dispuestas a emprender; según lo define Krueger, (1993). Como un nivel de compromiso futuro que los individuos poseen para realizar o no: la creación de nuevas empresas o a desarrollar una nueva propuesta en una empresa que ya existe.

La intención de emprender es un constructo tomado en cuenta antes de la ejecución de la conducta hacia el emprendimiento y tiene mucha relevancia en la ejecución emprendedora si viene acompañada con la autoconfianza en las capacidades del emprendedor para el éxito del proyecto encaminado.

1.2.5. Motivos para emprender

Cada vez encontramos numerosas razones para llevar a cabo un emprendimiento, Navarro, (2016). Grupa estas motivaciones que impulsan a las personas a llevar a cabo un emprendimiento de la siguiente manera:

- a. El no tener empleo y no queda alternativas más que emprender.
- b. Buscar independencia económica.
- c. Estar convencido que la idea gestada es buena para su desarrollo.
- d. Ser su propio jefe.

- e. El desarrollo de un espíritu emprendedor.

1.2.6. Perfil de un emprendedor

(Dentro de las variables que caracteriza y muestran un perfil de las personas emprendedoras tenemos las propuestas por Rodríguez, (2015). Quien expone las variables asociadas al perfil de un emprendedor y son: la autoeficacia emprendedora, la posición de asumir los riesgos, el locus de control interno, la innovación y creatividad, perseverancia y proactividad. Siguiendo esta misma línea también encontramos a García, (2010). Quien resalta del perfil del emprendedor la autoeficacia emprendedora e indica que es un conjunto de habilidades personales para el desarrollo de actividades que promueven la creación de empresas y es de suma importancia. En esa misma línea de pensamiento esta Manosalvas, (2017). Quien resalta a la autoeficacia emprendedora como una de las características del perfil del emprendedor que le ayuda a hacer frente a los cambios inesperados y esta característica da mayor fuerza a la intención emprendedora.

1.2.7. Capacidades personales de un emprendedor

Se distinguen algunas características personales de las personas que reúnen los medios necesarios para hacer frente de manera creativa una necesidad; según Navarro, (2016). Estas son las capacidades personales de un emprendedor:

Tabla 2: Capacidades personales del emprendedor

Capacidades personales	
Capacidad de organización	Inquietudes
Capacidad de planificación	Compromiso
Decisión	Confianza
Aprendizaje constante	Valentía
Capacidad de liderazgo	Expectante
Iniciativa	Asertividad
Resolutivo	Habilidades sociales
Perseverante	Responsable
Ingenio	Capacidad de trabajo
Creativo	Activo
Innovadora	Capacidad para adaptarse

Fuente: Navarro, (2016).

1.2.8. Autoeficacia

En referencia a la autoeficacia según Troya, (2018). Menciona que Albert Bandura psicólogo ucraniano-canadiense que, en 1986, elaboró la Teoría Social Cognitiva en la que hace referencia a la autoeficacia como el potencial de confianza en uno mismo para el logro de los resultados avizorados. En ese mismo lineamiento Armitage y Connor, (2001). “Afirmaron que la autoeficacia hace referencia a la percepción de control personal derivada de factores internos (capacidades). Es una forma de autoconfianza y fe en las capacidades de uno mismo para el desarrollo de algo planificado”.

1.2.9. Autoeficacia emprendedora

Hace referencia a la convicción de una persona en sus potencialidades para la organización de manera creativa de un emprendimiento que da solución a una dificultad previamente avizorada; En ese sentido lo definen McGee, Peterson, Mueller y Sequeira, (2009). Que la autoeficacia emprendedora es una variable da un parámetro de la convicción de un individuo en sus potencialidades y capacidades las que le llevarán a la consecución de sus objetivos en un plano empresarial. La autoeficacia emprendedora y el control percibido tienen mucha relación, ya se su base es el aprendizaje, las que están influenciadas por las fuentes: logros de desempeño; experiencia vicaria; persuasión; y juicios de los estados fisiológicos propios, como la activación emocional.

Bandura, (1987). La capacidad de una persona para confiar en sus posibilidades, creencias y habilidades para organizar y sacar adelante un emprendimiento; También podemos afirmar que se relaciona con la intención de emprender.

En se mismo sentido De Noble, Jung, y Ehrlich, (1999). Hacen mención que la autoeficacia emprendedora se refiere a la convicción del individuo en sus propias habilidades para la generación de una tarea las cuales son indispensables para la concepción y desarrollo de una nueva empresa y para Boyd y Vozikis, (1994). Quienes tienen una posición diferente en relación a la autoeficacia emprendedora a la que le dan la forma de una convicción en general que el individuo cuenta con una habilidad propia para producir de manera exitosa, sea en un negocio de su propiedad o desempeñando un trabajo en alguna empresa.

Brazeal (1994) precisa que las personas pueden llegar a ser emprendedores si están

convencidos y creen poseer o tener habilidades las cuales son necesarias para funcionar en el ambiente.”

1.2.10. Dimensiones de la autoeficacia emprendedora

En el desarrollo de esta investigación se consideró las dimensiones propuestas por Noble, Jung y Ehrlich (1999), en la adaptación y validación al español por Moriano, Palací y Morales (2006). “Quienes indican que las dimensiones de la autoeficacia emprendedora son: Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, iniciar relaciones con inversores, definir el objetivo central del negocio, afrontar cambios inesperados y desarrollar los recursos clave”; cuyas definiciones según Moriano, Palací y Morales (2006) son:

a. Desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado: esto hace referencia a las competencias que tienen relación con la identificación y reconocimiento de oportunidades para iniciar un emprendimiento. Un emprendedor debe contar con la capacidad creativa para identificar oportunidades las que permitan desarrollar productos o servicios y la adaptación a los constantes cambios del mercado; el reconocimiento de oportunidades es clave para tener éxito en el emprendimiento.

b. Construir un entorno innovador: Es una dimensión que se fija en las capacidades de los emprendedores para generar creatividad, iniciativa y responsabilidad en los individuos que realizan trabajos con él, es en esto que radica la importancia para éxito del emprendimiento que se propicie desde el inicio un entorno favorable que garantice el éxito del emprendimiento.

c. Iniciar relaciones con los inversores: Se debe establecer contactos organizando redes de comunicación que propicie la captación de recursos para implementar el emprendimiento. Una vez iniciado el emprendimiento se debe mantener la relación con los inversores e identificar nuevas oportunidades para invertir.

d. Definir el objetivo central del negocio: Aquí se hace referencia al propósito principal del emprendimiento, fijando un norte hacia donde se dirige, estos objetivos propician una base de referencia para medir si se está marchando en la dirección correcta por medio del control.

e. Afrontar cambios inesperados: Hace referencia al trabajo bajo la incertidumbre; estar pendiente y adecuarse al mundo competitivo y dinámico, con la capacidad

suficiente de adaptarse al cambio o propiciar cambios.

f. Desarrollar los recursos clave: Dimensión que se refiere a la competencia para la atracción y retención de futuros colaboradores con las habilidades y competencias clave para el éxito empresarial, considerando la premisa que las personas cumplen un papel clave y fundamental en las empresas.

1.3. Definición de términos básicos

Tal como indica la (Real Academia Española, 2020):

- **Emprendimiento.** Iniciar con una actividad la cual es necesario ponerle esfuerzo o trabajo, o tiene importancia para su ejecución.
- **Autoeficacia.** Hace referencia a la confianza en las capacidades de un individuo para alcanzar un propósito.
- **Autoeficacia emprendedora.** La convicción de un individuo en sus potencialidades para llevar a cabo un emprendimiento.
- **Oportunidad de mercado.** Estado favorable para una empresa en la que pueda desarrollar una actividad económica.
- **Entorno innovador.** Es un ámbito con características favorables para el desarrollo de una actividad de índole económico.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Variable

Autoeficacia emprendedora

2.2. Definición operacional

Las dimensiones de la autoeficacia emprendedora según Noble, Jung y Ehrlich (1999), son: “Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, iniciar relaciones con inversores, definir el objetivo central del negocio, afrontar cambios inesperados y desarrollar los recursos clave”.

- a. Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado: Aquí se encuentran todas las habilidades que tienen relación con el reconocimiento de oportunidades; el emprendedor debe creer en sus capacidades creativas para descubrir oportunidades que le ayuden a generar productos y servicios que se adapten a los cambios del mercado. El reconocimiento de oportunidades es clave en la autoeficacia emprendedora.
- b. Construir un entorno innovador: Aquí está concentrado la capacidad del individuo para innovar y estimular su capacidad de crear; el emprendedor debe tener la capacidad de forjar un negocio de cero con innovación, esta dimensión se relaciona con la asunción de riesgos.
- c. Iniciar relaciones con inversores: El emprendedor debe utilizar sus redes de amistades y permitir reunir los recursos necesarios para generar un negocio, debe fortalecer las relaciones con los posibles inversores para el inicio de la empresa.
- d. Definir el objetivo central del negocio: Esta dimensión es fundamental dado el caso que, si un emprendedor no es capaz de definir el futuro de su empresa, tampoco se sentirá motivado para dar inicio a la creación de la misma.

- e. Afrontar cambios inesperados: Hace referencia a la capacidad de laborar con incertidumbre. Explorar en el mundo de desarrollar una empresa, dejando fuera el confort que supone trabajar por cuenta ajena en una empresa establecida, es necesario una tolerancia a la ambigüedad y adaptación a los cambios
- f. Desarrollar los recursos clave: Es la creencia en las destrezas que se posee para atraer y retener personas que son claves para forjar una empresa nueva.

2.3. Operacionalización de la variable

Tabla 3:

Operacionalización de la variable

VARIABLE	DIMENSIONES	AUTOR DEL INSTRUMENTO
Autoeficacia Emprendedora	Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado	Moriano, Palací y Morales (2006), “con escala de Likert y presenta las siguientes dimensiones: Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado con 4 ítems, Construir un entorno innovador con 3 ítems, Iniciar relaciones con inversores con 4 ítems, Definir el objetivo central del negocio con 2 ítems, Afrontar cambios inesperados con 2 ítems y Desarrollar los recursos humanos clave con 3 ítems”.
	Construir un entorno innovador	
	Iniciar relaciones con inversores	
	Definir el objetivo central del negocio	
	Afrontar cambios inesperados	
	Desarrollar los recursos clave	

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

La presente investigación es básica pues tiene como fin crear un cuerpo de conocimiento teórico, sin preocuparse de su aplicación práctica. “Se orienta a conocer y persigue la resolución de problemas amplios y de validez general”. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).

3.1.1. Enfoque de investigación

La investigación muestra un enfoque cuantitativo, debido que se describe el nivel de autoeficacia emprendedora en los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache.

- **Tipo:** Investigación Aplicada, dado que se realizó un trabajo de campo que determinó las respuestas para concretar el objetivo del estudio.
- **Alcance:** Descriptivo ya que se busca medir la variable motivación de compra de los clientes de tres establecimientos Arias, (2006). Dice que los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de investigación.
- **Diseño:** No experimental de corte transversal porque no se manipuló la variable, así mismo los datos fueron obtenidos en un momento dado. Hernández, Fernández y Baptista (2014).
- **Unidad de investigación:** Clientes del producto Microcredit de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache.

3.2. Diseño muestral

El diseño de la presente investigación es no experimental debido a que no existe manipulación de variables y los datos son presentados como se encontraron al momento de aplicar el instrumento.

Con el propósito de cumplir los objetivos de la esta investigación se presentan los criterios de inclusión y de exclusión de los participantes.

Criterios de Inclusión:

- Mayores de 18 años.
- Haber solicitado el producto Microcredit por primera vez.

Criterios de Exclusión:

- Clientes que estén iniciando un emprendimiento.

Población: 192

Muestra: La muestra de esta investigación es no probabilístico intencional por conveniencia y se tomó a 180 clientes que cumplen con los criterios de inclusión y exclusión. Hernández y Carpio, (2019). El muestreo intencional por conveniencia considera a grupos con características de interés para el investigador

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para medir la autoeficacia emprendedora se utilizó el instrumento propuesto por Moriano, Palací y Morales (2006), “con escala de Likert y presenta las siguientes dimensiones: Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado con 4 ítems, Construir un entorno innovador con 3 ítems, Iniciar relaciones con inversores con 4 ítems, Definir el objetivo central del negocio con 2 ítems, Afrontar cambios inesperados con 2 ítems y Desarrollar los recursos humanos clave con 3 ítems”.

Para determinar la fiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach, cuyo resultado indica un coeficiente de 0,972 lo cual indica alta fiabilidad Pallant, (2011).

3.3.1. Validez del instrumento

El instrumento que fue utilizado en esta investigación fue un cuestionario el cual fue sometido a la validación de 2 expertos en el tema, ambos con grado de maestría y docentes de la Universidad Peruana Unión. A ambos se les hizo llegar la matriz de consistencia juntamente con el instrumento y la ficha de validación. Los expertos determinaron que el instrumento cuenta con suficiencia, claridad, pertinencia y relevancia.

Tabla 4:
Validación del instrumento

Experto	Aspectos de la validación			
	Suficiencia	Claridad	Pertinencia	Relevancia
David Troya Palomino	4	4	4	4
Amado Arce Cobeñas	4	4	4	4

Nota: Elaboración propia

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Antes de recoger la información se solicitó permiso a los directivos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache para el desarrollo de esta investigación, en cuanto recibimos la autorización se procedió al recojo de la información, cabe mencionar que al momento de desarrollar esta investigación las medidas para controlar el avance de la COVID19 aún estaban vigentes, una de las medidas fue el distanciamiento social obligatorio, respetando esa medida es que se realizó el recojo de la información de manera virtual haciendo uso de un formulario de la plataforma Google; este procedimiento tomó dos meses.

Para el análisis de los datos recogidos en la presente investigación se utilizó el programa para Windows Excel del paquete Office y el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS, versión 26.0 para Windows), el mismo que permitió analizar de manera confiable los datos recolectados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los principales hallazgos de esta investigación, haciendo una descripción de los participantes, la comprobación de los objetivos.

4.1. Fiabilidad del instrumento

En la tabla 5, se presenta el análisis de fiabilidad del instrumento utilizado en esta investigación, el Alfa de Cronbach de la autoeficacia emprendedora el coeficiente fue de 0,925; la cual indica alta confiabilidad Pallant, (2011) para determinar si un instrumento es fiable según el Alfa de Cronbach el coeficiente debe estar por encima de 0,7.

Tabla 5.

Fiabilidad de la autoeficacia emprendedora y sus dimensiones

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Autoeficacia emprendedora	0,925	19
Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado	0,761	4
Construir un entorno innovador	0,778	3
Iniciar relaciones con inversores	0,875	4
Definir el objetivo central del negocio	0,753	2
Afrontar cambios inesperados	0,752	3
Desarrollar los recursos humanos clave	0,752	3

Nota: Elaboración propia

4.2. Perfil sociodemográfico de los participantes

A continuación, se muestra los resultados obtenidos a raíz del trabajo de campo, en la tabla 6, se presenta el perfil sociodemográfico de los participantes. Asimismo, 74 (41,1%) son del género femenino y 106 (58,9%) son del género masculino. De los encuestados 21 (11,7%) tienen procedencia costeña, 22 (12,2%) son de la sierra y 137 (76,1%) tienen procedencia de la selva. Referente a la edad de los encuestados se distribuye de la siguiente manera: 6 (3,3%) están entre las edades de 20 a 25 años; 5 (2,8%) están entre las edades de 26 a 30 años; 21 (11,7%) están entre las edades de 36 a 40;

60 (33,3%) están entre las edades de 41 a 45 años; 26 (14,4%) están entre las edades de 46 a 50 años; 19 (10,6%) tuvieron más de 50 años. Con referencia al nivel de instrucción 57 (31,7%) tienen secundaria; 68 (37,8%) tienen superior técnico; 50 (27,8%) superior universitaria y 5 (2,8%) cuentan con posgrado.

Tabla 6.

Datos demográfica de los encuestados

Variables	Categorías	f	%
Género	Femenino	74	41,1
	Masculino	106	58,9
	Total	180	100,0
Procedencia	Costa	21	11,7
	Sierra	22	12,2
	Selva	137	76,1
	Total	180	100,0
Edad	20-25 años	6	3,3
	26-30 años	5	2,8
	31- 35 años	21	11,7
	36 - 40 años	43	23,9
	41 - 45 años	60	33,3
	45 - 50 años	26	14,4
	más de 50 años	19	10,6
	Total	180	100,0
Nivel educativo	Secundaria	57	31,7
	Superior técnica	68	37,8
	Superior universitaria	50	27,8
	Posgrado	5	2,8
	Total	180	100,0

Nota: Elaboración propia

4.3.Resultados descriptivos

En lo concerniente a la identificación del nivel de autoeficacia emprendedora, se ha hecho un análisis de la variable y sus dimensiones. Es importante considerar que para un mejor entendimiento del escenario se ha procedido a la recategorizar quedando finalmente en tres categorías (Malo, Regular, Bueno). En la tabla 5, se aprecia que en general existe una buena autoeficacia emprendedora 158 (87.8%), el mismo comportamiento se aprecia en las dimensiones desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado (71.1%), construir un entorno innovador (88.3%), iniciar relaciones con

inversores (88.9), definir el objetivo central del negocio (78.3%), desarrollar los recursos humano clave (86.1), pero en la dimensión afrontar cambios inesperados los porcentajes se compartes entre la categoría a regular 40.6% y la categoría bueno 57.2%

Tabla 7.

Nivel de percepción de la autoeficacia emprendedora

Variables/ Dimensiones	Malo		Regular		Bueno	
	f	%	f	%	f	%
AE	0	0.0	22	12.2	158	87.8
DNPOM	1	0.6	51	28.3	128	71.1
CEI	0	0.0	21	11.7	159	88.3
IRI	0	0.0	20	11.1	160	88.9
DOCN	4	2.2	35	19.4	141	78.3
ACI	4	2.2	73	40.6	103	57.2
DRHC	0	0.0	25	13.9	155	86.1

Nota. AE = Autoeficacia emprendedora, DNPOM= Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, CEI= Construir un entorno innovador, IRI= Iniciar relaciones con inversores, DOCN= Definir el objetivo central del negocio, ACI= Afrontar cambios inesperados, DRHC= Desarrollar los recursos humanos clave.

Nota: Elaboración propia

4.4. Autoeficacia emprendedora según el género

En la tabla 8, se aprecia los niveles de autoeficacia emprendedora de acuerdo al género, en general los encuestados del género masculino tienen un nivel de la autoeficacia emprendedora con mayores porcentajes en bueno 50.60%, mientras que el género femenino tiene un nivel bueno en un 37.20%.

Tabla 8

Autoeficacia emprendedora según el género de los encuestados

		Género			
		Masculino		Femenino	
		f	%	f	%
Autoeficacia emprendedora	Malo	0	0,0%	0	0,0%
	Regular	15	8,30%	7	3,90%
	Bueno	91	50,60%	67	37,20%

Nota: Elaboración propia

4.5. Autoeficacia emprendedora según el lugar de procedencia

En la tabla 9, se presenta el nivel de autoeficacia emprendedora según el lugar de procedencia de los participantes, los que proceden de la selva presentan un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con mayores porcentajes en bueno 65,6%, en cuanto a los procedentes de la región sierra el 11,7% indica que el nivel es bueno y los procedentes de la región costa el porcentaje el 10,6% en nivel bueno.

Tabla 9

Autoeficacia emprendedora según procedencia

		Procedencia					
		Costa		Sierra		Selva	
		f	%	f	%	f	%
Autoeficacia emprendedora	Malo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Regular	2	1,1%	1	0,6%	19	10,6%
	Bueno	19	10,6%	21	11,7%	118	65,6%

Nota: Elaboración propia

4.6. Autoeficacia emprendedora según la edad

En la tabla 10, se presenta el nivel de autoeficacia emprendedora según el rango de edad de los participantes, los participantes en el rango de edad de entre 41 a 45 años, tienen un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con un porcentaje de bueno de 28,3%, el rango de 20 a 25 el nivel es bueno en un 3,3%; los rangos de edad de 26 a 30 años nivel bueno en un 11,1%, los de rango de edad de 36 a 40 años nivel es bueno en un 23,3%; los de rango de edad de 45 a 50 años nivel bueno un 11,7% , por último, los de edad mayor a 50 el nivel es bueno en un 7,8%.

Tabla 10

Autoeficacia emprendedora según edad

Variables		Categorías		Edad													
				20-25 años		26-30 años		31-35 años		36-40 años		41-45 años		45-50 años		más de 50 años	
				F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Autoeficacia emprendedora	Malo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%		
	Regular	0	0,0%	1	0,6%	1	0,6%	1	0,6%	9	5,0%	5	2,8%	5	2,8%		
	Bueno	6	3,3%	4	2,2%	20	11,1%	42	23,3%	51	28,3%	21	11,7%	14	7,8%		

Nota: Elaboración propia

4.7. Autoeficacia emprendedora según nivel educativo

En la tabla 11, se presenta el nivel de autoeficacia emprendedora según el nivel educativo de los participantes, los participantes con grado de instrucción técnica superior, tienen un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con un porcentaje de bueno de 31,1%; los participantes con grado de instrucción secundaria tienen un 27,2% nivel bueno y los de grado de instrucción superior universitaria el nivel bueno es un 26,7%, por último, los de grado de instrucción posgrado el nivel bueno es un 2,8%.

Tabla 11

Autoeficacia emprendedora según nivel educativo

Variables	Categorías	Nivel educativo							
		Secundaria		Superior técnica		Superior universitaria		Posgrado	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Autoeficacia emprendedora	Malo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
	Regular	8	4,4%	12	6,7%	2	1,1%	0	0,0%
	Bueno	49	27,2%	56	31,1%	48	26,7%	5	2,8%

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta la discusión de los resultados del estudio realizado para determinar es el nivel de autoeficacia emprendedora en los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache, año 2021; la muestra de este estudio estuvo compuesta por 180 clientes del producto Microcredit de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache.

En relación a los resultados obtenidos, se determinó que los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache, específicamente del producto Microcredit tienen una buena autoeficacia emprendedora con un total de 158 participantes que muestran un nivel favorable y representan al 87.8%, en su mayoría los participantes tienen confianza en su capacidad para lograr los resultados planificados; los resultados son similares a Troya (2018) quien en su investigación en estudiantes de ciencias empresariales en el departamento de San Martín, determino que el nivel de autoeficacia emprendedora es buena con un total de 220 de un total de 309 participantes que hacen un total de 71,2%; en esa misma línea Oseda, Mendivel, Oliva, Vargas & Patiño (2019) en su investigación realizada en 294 estudiantes de la universidad de Ucayali, 139 determinaron que la autoeficacia emprendedora es favorable y hacen un porcentaje de 47.28%, en esa misma línea Guillen (2019) realizó una investigación con la participación de 208 personas de las cuales tienen una percepción favorable respecto a la autoeficacia emprendedora 114 que hacen un total de 56.4%; cabe recalcar la importancia de la autoeficacia emprendedora que resalta la confianza en el potencial de los emprendedores al ir tras el logro de los objetivos emprendedores.

En relación a los resultados obtenidos de los objetivos específicos se determinó que en las dimensiones de la autoeficacia emprendedora: la dimensiones desarrollo de nuevos productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, iniciar relaciones con inversores, definir el objetivo central del negocio, desarrollar los recursos humano clave los resultados son favorables, pero en la dimensión afrontar cambios inesperados los porcentajes se compartes entre la categoría a veces 40.6% y la categoría siempre 57.2%; de acuerdo a estos resultados en cuanto al análisis de las dimensiones tenemos a Troya (2018) que determinó los niveles de las dimensiones de la autoeficacia emprendedora: dimensión construir un entorno innovador (57.9%), iniciar relaciones con inversores (54.7%), definir el objetivo central del negocio (50.5%), afrontar cambios inesperados (43.0%) y desarrollar los recursos humanos clave (58.9%) todas estas con niveles favorables en estudiantes de una universidad privada en la región San Martín.

Finalmente, en esta investigación se hizo un análisis para determinar los niveles de autoeficacia emprendedora con las variables sociodemográficas determinando que los varones tienen una mejor percepción de la autoeficacia emprendedora con un 50.6%; los de procedencia de la selva tienen mejor percepción de la autoeficacia emprendedora con un 65.6%, los de rango de edad entre 41 a 45 años 28.3% mejor percepción de autoeficacia emprendedora y los de nivel educativo técnico superior 31.1% mejor percepción de la autoeficacia emprendedora; Guillen (2018) indica que mientras se tenga un buen nivel de confianza en que se va a lograr los objetivos del emprendimiento, existe una amplia posibilidad de éxito.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones que de la investigación:

En relación al objetivo general: Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones en los clientes de la CAC Tocache, año 2021, se identificó que en general existe una buena autoeficacia emprendedora para 158 participantes que hacen un porcentaje de 87.8%, lo cual indica que los clientes de la CACT confían en sus potencialidades para sacar adelante sus emprendimientos, en cuanto a las dimensiones se identificó que el nivel de capacidad para desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado en los clientes, es bueno en un 71.1%, indicando que los clientes de la CACT dentro de sus características cuentan con las capacidades para el desarrollo de nuevos productos y con oportunidades para incursionar en nuevos mercados; se identificó el nivel de capacidad para construir un entorno innovador en los clientes es favorable para 159 participantes que hacen un total porcentual de 88.3%, lo cual indica que los participantes cuentan con las capacidades para generarse entornos novedosos que ayuden al desarrollo del emprendimiento; se identificó que el nivel de capacidad para iniciar relaciones con los inversores en los clientes es favorable un total de 160 participantes que hacen un total porcentual de 88.9%, indicando que para los clientes no es dificultoso conseguir inversores para el desarrollo del emprendimiento, se identificó la capacidad para definir el objetivo central del negocio en los clientes los cuales cuentan con la capacidad para definir el objetivo del emprendimiento con un total de 141 participantes que hacen un total porcentual de 78.3% de respuesta favorable; se identificó el nivel de capacidad para afrontar cambios inesperados en los clientes que en un total de 103 participantes califican como favorable que hacen un total porcentual de 57.2%, indicando que se cuenta con la capacidad para hacer frente a situaciones poco favorables en relación al emprendimiento y se identificó el nivel de capacidad para desarrollar recursos humanos clave de los clientes se llegó a la conclusión que un total de 155 participantes cuentan con las capacidades para el desarrollo de recursos humanos clave para el emprendimiento que hacen un total porcentual de 86.1%.

En cuanto al objetivo específico, identificar el nivel autoeficacia emprendedora en relación al género de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021; se determinó que los participantes de género masculino tienen un mejor nivel de la autoeficacia emprendedora con mayores porcentajes en bueno 50.60%, mientras que el género femenino tiene un nivel de bueno en un 37.20%.

En cuanto al objetivo específico Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la procedencia de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021, se determinó que

los que proceden de la selva presentan un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con mayores porcentajes en bueno 65,6%, en cuanto a los procedentes de la región sierra el 11.7% indica el nivel bueno y los procedentes de la región costa el porcentaje de percepción buena es 10.6%.

En cuanto al objetivo específico Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la edad de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021; se determinó que los participantes en el rango de edad de entre 41 a 45 años, tienen un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con un porcentaje de bueno de 28,3%, el rango de 20 a 25 el nivel bueno un 3,3%; los rangos de edad de 26 a 30 años el nivel bueno es 11,1%, los de rango de edad de 36 a 40 el nivel bueno es 23,3%; los de rango de edad de 45 a 50 años el nivel bueno es 11,7% y por último los de edad mayor a 50 el nivel bueno es un 7,8%.

Por último, respecto al objetivo específico Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al nivel educativo de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021; se determinó que los participantes con grado de instrucción técnica superior, tienen un mejor nivel de autoeficacia emprendedora con un porcentaje de bueno de 31,1%; los participantes con grado de instrucción secundaria tienen un 27,2% en el nivel bueno y los de grado de instrucción superior universitaria nivel bueno un 26,7%, por último, los de grado de instrucción posgrado tienen un nivel bueno un 2,8%.

RECOMENDACIONES

Luego de conocer los resultados se procede a presentar las siguientes recomendaciones:

En relación al resultado obtenido que demuestra que los clientes del producto Microcredit de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache, muestran un buen nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones se recomienda a los administradores de la CACT seguir apoyando a los emprendedores ya que estos muestran la confianza necesaria en llevar acabo sus emprendimientos y hacer frente a las obligaciones con la CACT.

Respecto al primer objetivo específico, que indica que el nivel de autoeficacia emprendedora en el género masculino relativamente superior al femenino, se recomienda tener en cuenta este resultado y considerar otros resultados ya que el género no es determinante para el éxito o fracaso de un emprendimiento.

En relación al segundo objetivo específico que indica que los participantes que proceden de la selva tienen un mejor nivel de autoeficacia emprendedora, se recomienda al momento de realizar apoyo al emprendimiento tener en cuenta este resultado ya que esto puede garantizar el retorno de los medios que se concedieron a los clientes.

En cuanto al tercer objetivo específico se debe considerar la edad, pues en este estudio se ha identificado que los participantes que están en el rango de edad de 41 a 45 años presentan mejores niveles de autoeficacia emprendedora, por lo que se recomienda, tener en cuenta a las personas en este rango de edad pues por sus experiencias muestran mayor confianza en llevar adelante un emprendimiento.

Finalmente, el objetivo específico que indica que los que tienen nivel educativo superior técnico tienen un nivel mayor de autoeficacia emprendedora se recomienda realizar capacitaciones para este grupo, las cuales fomenten el emprendimiento y ayude potencializar la auto confianza que presentan en el desarrollo de sus emprendimientos.

Por último, se recomienda a otros investigadores relacionar esta variable con otras la cual tenga incidencia, con el propósito de generar datos que ayuden al desarrollo y fomenten el emprendimiento.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Albornoz, N. y Contreras, J. C., (2019). “*Capacidades emprendedoras en población base de la pirámide en Cúcuta, Colombia*”. Universidad Simón Bolívar. Recuperado de: <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6548/PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcaraz, R. (2006). *El Emprendedor de Éxito, Tercera edición*, Ed. McGraw-Hill Interamericana, México.
- Amésquita, F. (2017). *Motivaciones, características y determinantes del emprendedor informal*. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de la Página web: <https://earchivo.uc3m.es/handle/10016/25504>
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S. & Mas Tur A. (2013). *El emprendedor social – una explicación intercultural*. Recuperado de página web: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17429865004.pdf>
- Arias F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5a ed.)*. Caracas: Episteme. Recuperado de la página web: <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción. Fundamentos sociales*. España: Martínez Roca.
- Boyd, G (1994) The influence of self-efficacy on the development on entrepreneurial intentions and action.
- De Noble, Jung, & Ehrlich, (1999). *Entrepreneurial self-efficacy. The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*, San Diego state University.
- Druker, P. (2004). *La disciplina de la innovación*. Harvard Business Review, 82(8), 93–98.
- Fidias y Arias. (2012). *El proyecto de investigación*. Sexta edición. Introducción a la metodología científica. Physiological Research (Vol. 64). <http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires, Argentina. Recuperado de la página web: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Frese, M. (2009). *Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective*. Foundations and Trends in Entrepreneurship, 5(6), 437–496. <https://doi.org/10.1561/03000000028>
- Guillen, K. (2019). Tesis para optar el grado de Maestro: *Estilos de aprendizaje y Actitud emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión*, Filial Tarapoto, 2018. Universidad Peruana Unión. Recuperado de la Página web: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2096/Kelita_Tesis_Maestria_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Granados, G. & Amuruz, G. (2020) Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales: *Barreras que limitan el proceso de internacionalización de startups ganadoras de concurso de Innóvate Perú de la 1era a la 7ma generación en el año 2019*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado de la página web:

- <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/651577>
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). McGrawHill.
- Jácome, M. J., (2019) Tesis para optar el grado de Magister en Administración de Empresas: *Caracterización de la intención emprendedora en profesionales de la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de la página web: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/13189/1/T-UCSG-POS-MAE-234.pdf>
- Kantis, H., Federico, J., & Menéndez, C. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina: tendencias y desafíos*. CAF Documento de trabajo, 2012/09, Caracas: CAF. Recuperado de página web: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/239>
- Krueger, N. (1993). *The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability*. Entrepreneurship Theory and Practice, 18(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Lovatón, C., & Malpartida, J. (2018). *Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración: Habilidades sociales y la actitud emprendedora en la población de 20 a 29 años de edad en el distrito de Tíclacayan, 2017*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Recuperado de la página web: http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/345/1/TESIS_HABILIDADES-SOCIALES-Y-LA-ACTITUD-EMPRENDEDORA.pdf
- Liza, I. P., (2018). “*Relación entre intención emprendedora, norma subjetiva, autoeficacia emprendedora y personalidad proactiva en grupos de estudiantes de una universidad privada de Lima*” Recuperado de la página web: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625076/Liza_RI.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Matamoras, A. & Pantaleón, R. (2018). *Tesis para optar el título de Ingeniero Comercial: Intención emprendedora: Una perspectiva desde el género*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Recuperado de la página web: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11574/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-472.pdf>
- Manosalvas, L. (2017). *Tesis para optar el grado de doctor: Relación de la inteligencia emocional con la intención de emprendimiento y la autoeficacia emprendedora*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de la página web: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8000>
- Martínez, F. (2008). *Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las Escuelas Taller y Casas de Oficios en Andalucía*. Primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes.
- McGee, J., Peterson, M., Mueller, S., & Sequeira, J. (2009). *Entrepreneurial SelfEfficacy: Refining the Measure*. Entrepreneurship Theory and Practice. Recuperado de la página web: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1078/David_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Moreno, J. (2019). Tesis para optar el grado de doctor: *Factores clave en la intención de*

- emprender de los estudiantes universitarios*. Universidad La Rioja. Recuperado de la página web: [file:///C:/Users/tpp/Downloads/Dialnet-FactoresClaveEnLaIntencionDeEmprenderDeLosEstudian-231533%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/tpp/Downloads/Dialnet-FactoresClaveEnLaIntencionDeEmprenderDeLosEstudian-231533%20(1).pdf)
- Moriano J., Palací F. & Morales J. (2006) *Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora*. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperado de la página web: https://www2.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/21_1%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf
- Navarro, D. (2016). Tesis para optar el título de Administrador: *Medición de la autoeficacia emprendedora, en los alumnos de primer año de técnico universitario en administración, de la Universidad del Bío-Bío, Chillán*. Universidad del Bío-Bío. Recuperado de la página web: <http://repositorio.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1622/1/Navarro%20P%C3%A9rez%20Doris.pdf>
- Oseda, D., Mendivel, R. K., Oliva, R., Vargas, J. I., & Patiño, A. R. (2019). Autoeficacia emprendedora y capacidad creativa en la Universidad Nacional Intercultural de la Amazonia. repositorio de revistas de la Universidad Privada de Pucallpa, 3(03). <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.114>
- Rodríguez, F. (2015). Tesis para optar el grado de doctor: *Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público. el caso de las ciencias de la vida en España*. Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de la página web: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54117/RODR%C3%8DGUEZ.pdf?sequence=1>
- Serida, J., Guerrero, C., Alzamora, J., Borda, A., & Morales, O. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2017-2018*. Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53). Lima. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts. Harvard Economic Studies Series, 46
- Siles, M. (2020) Tesis para optar el grado de doctor en administración: *Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo*, Universidad Peruana Unión, Lima 2020. Universidad Peruana Unión. Recuperado de página web: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/3255/Mario_Tesis_Maestro_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Troya, D. (2018) Tesis para optar el grado de Maestro en Administración de Negocios con Mención en Gestión Empresarial: *Estilos de aprendizaje y su relación con la autoeficacia emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Peruana Unión Filial Tarapoto, 2017*. Universidad Peruana Unión. Recuperado de la página web: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1078/David_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Vallmitjana, N. (2014). *La Actividad Emprendedora De Los Graduados Iqs*. Universitat Ramon Llull, 392. Recuperado de la página web: [https://www.tdx.cat/handle/10803/145034#page=1%0Ahttp://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis Nuria Vallmitjana Palau.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/handle/10803/145034#page=1%0Ahttp://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1)

Anexo 1 Matriz de consistencia

Tabla 48:

Matriz de consistencia

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:	ANÁLISIS DE LA AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA EN LOS CLIENTES DEL PRODUCTO MICROCRÉDITO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TOCACHE – TOCACHE – SAN MARTÍN, AÑO 2020			
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	EMPENDIMIENTO			
AUTORA:	Alicia Villa Ruiz			
Problema general	Objetivo general	Variable	Dimensiones	Metodología
¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones en los clientes de la CAC Tocache, año 2021?	Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora y sus dimensiones en los clientes de la CAC Tocache, año 2021	Autoeficacia emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado • Construir un entorno innovador • Iniciar relaciones con inversores • Definir el objetivo central del negocio • Afrontar cambios inesperados • Desarrollar los recursos clave. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Tipo: Descriptivo • Diseño: No experimental • Unidad de investigación: Clientes del producto Microcredit de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache.
Problemas específicos	Objetivos específicos		Indicadores	Fuente de Información
¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al género de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?	Identificar el nivel autoeficacia emprendedora en relación al género de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.	Autoeficacia emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado • Construir un entorno innovador • Iniciar relaciones con inversores • Definir el objetivo central del negocio • Afrontar cambios inesperados 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escala para medir la autoeficacia emprendedora de Moriano, Palací y Morales (2006)
¿Cuál es el nivel en relación a la procedencia de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?	Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la procedencia de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.			

<p>¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la edad de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?</p>	<p>Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación a la edad de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar los recursos clave. 	
<p>¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al nivel educativo de los clientes de la CAC Tocache, año 2021?</p>	<p>Identificar el nivel de autoeficacia emprendedora en relación al nivel educativo de los clientes del producto Microcredit de la CAC Tocache, año 2021.</p>			

ANEXO 2 - MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Tabla 1: Operacionalización de la variable

Variable: Autoeficacia emprendedora	
Definición conceptual: McGee, Peterson, Mueller y Sequeira, (2009). La autoeficacia emprendedora es una variable da un parámetro de la convicción de un individuo en sus potencialidades y capacidades las que le llevaran a la consecución de sus objetivos en un plano empresarial. La autoeficacia emprendedora y el control percibido tienen mucha relación, ya se su base es el aprendizaje, las que están influenciadas por las fuentes: logros de desempeño; experiencia vicaria; persuasión; y juicios de los estados fisiológicos propios, como la activación emocional.	
Instrumento: Escala para medir la autoeficacia emprendedora de Moriano, Palací y Morales (2006)	Técnica: Encuesta
Dimensiones	Ítems del instrumento
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevo productos y oportunidades de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> .Reconozco nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios . Descubro nuevas formas para mejorar los productos existentes . Puedo diseñar productos que resuelvan problemas corrientes . Puedo crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Construir un entorno innovador 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Identifico nuevas áreas de crecimiento potencial. . Desarrollo un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas . Aliento a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, . independientemente de sus resultados
<ul style="list-style-type: none"> • Iniciar relaciones con inversores 	<ul style="list-style-type: none"> .Desarrollo y mantengo relaciones favorables con potenciales inversores de un futuro negocio . Desarrollo relaciones con personas clave para obtener capital. . Identifico recursos potenciales de financiación . Puedo formar asociaciones o alianzas con otros
<ul style="list-style-type: none"> • Definir el objetivo central del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Establezco la visión y valores de la organización 2. Identifico y construyo equipos de gestión
<ul style="list-style-type: none"> • Afrontar cambios inesperados 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Puedo trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto. 2. Tolero los cambios inesperados en las condiciones del negocio 3. Persisto frente a la adversidad
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar los recursos clave 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Puedo reclutar y entrenar a los colaboradores clave 2. Puedo desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa 3. Puedo crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe



ANEXO 3 - FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Instrucciones:

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que corresponda, según su evaluación basad en la presente rúbrica.

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

ANEXO 4 – INSTRUMENTO

A continuación, se presentan las preguntas sobre Autoeficacia Emprendedora (AE). Marque con una “X” según la escala siguiente:

1. Género
 - a. Masculino _____
 - b. Femenino _____
2. Procedencia
 - a. Costa _____
 - b. Sierra _____
 - c. Selva _____
 - d. Extranjero _____
3. Rango de edad
 - a. De 18 a 25 años _____
 - b. De 26 a 35 años _____
 - c. De 36 a 45 años _____
 - d. De 46 a más años _____
4. Grado de instrucción
 - a. Secundaria _____
 - b. Superior técnico _____
 - c. Superior universitaria _____
 - d. Posgrado _____

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
1	2	3	4	5

AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA						
Desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado						
1	Reconozco nuevas oportunidades en el mercado para nuevos productos y servicios	1	2	3	4	5
2	Descubro nuevas formas para mejorar los productos existentes	1	2	3	4	5
3	Puedo diseñar productos que resuelvan problemas corrientes	1	2	3	4	5

4	Puedo crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los clientes	1	2	3	4	5
Construir un entorno innovador						
5	Identifico nuevas áreas de crecimiento potencial.	1	2	3	4	5
6	Desarrollo un entorno laboral que promueva que las personas intenten hacer cosas nuevas	1	2	3	4	5
7	Aliento a las personas para que tomen iniciativas y responsabilidades sobre sus ideas y decisiones, independientemente de sus resultados	1	2	3	4	5
Iniciar relaciones con inversores						
8	Desarrollo y mantengo relaciones favorables con potenciales inversores de un futuro negocio	1	2	3	4	5
9	Desarrollo relaciones con personas clave para obtener capital.	1	2	3	4	5
10	Identifico recursos potenciales de financiación	1	2	3	4	5
11	Puedo formar asociaciones o alianzas con otros	1	2	3	4	5
Definir el objetivo central del negocio						
12	Establezco la visión y valores de la organización	1	2	3	4	5
13	Identifico y construyo equipos de gestión	1	2	3	4	5
Afrontar cambios inesperados						
14	Puedo trabajar eficazmente bajo un continuo estrés, presión y conflicto.	1	2	3	4	5
15	Tolero los cambios inesperados en las condiciones del negocio	1	2	3	4	5
16	Persisto frente a la adversidad	1	2	3	4	5
Desarrollar los recursos humanos clave						
17	Puedo reclutar y entrenar a los colaboradores clave	1	2	3	4	5
18	Puedo desarrollar una adecuada planificación de personal para cubrir los puestos clave de la empresa	1	2	3	4	5
19	Puedo crear un entorno de trabajo que permita a las personas ser más su propio jefe	1	2	3	4	5

ANEXO 4 – CARTA DE ACEPTACIÓN



“Año de la Universalización de la Salud”

Quien suscribe la presente, Administrador de Agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache

Autoriza a:
ALICIA VILLA RUIZ

A realizar su proyecto de investigación titulado “Análisis de la Autoeficacia en los Clientes del Producto MicroCredito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tocache - Tocache - San Martín año 2020”. Brindándoles acceso a la información necesaria para su desarrollo.

Se emite la presente a solicitud de la interesada.

Tocache, 27 de Octubre 2020

COOPERATIVA DE AHORRO Y
CRÉDITO TOCACHE LTDA.
Rosa D'elia Moreno Vásquez
ADMINISTRADORA