

# Actitudes de decisión de emprendimiento de las Mujeres de la región Lambayeque, Perú

Marco Agustín Arbulú Ballesteros, Doctor en Administración<sup>1</sup>, Jose Carlos Montes Ninaquispe, Doctor en Administración<sup>2</sup>, María de los Ángeles Guzmán Valle, Magister<sup>2</sup>, Francisco Segundo Mogollón García, Doctor<sup>3</sup>, Emma Verónica Ramos Farroñán, Doctora<sup>3</sup>, Jaime Laramie Castañeda Gonzales<sup>2</sup>, and Benicio Gonzalo Acosta Enriquez, Maestro<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, marcoarbulub@unprg.edu.pe

<sup>2</sup>Universidad Tecnológica del Perú, Perú, C20074@utp.edu.pe, c15025@utp.edu.pe, c20069@utp.edu.pe

<sup>3</sup>Universidad Cesar Vallejo, Perú, fmogollong@ucvvirtual.edu.pe, eramosf@ucv.edu.pe

<sup>4</sup>Universidad Nacional de Trujillo, Perú, t528100220@unitru.edu.pe

*Abstract– Women have faced various challenges when deciding to participate in entrepreneurship. This study, which had a quantitative correlational approach and was designed in a non-experimental way with an instrument consisting of 28 questions, established the elements that are related to the entrepreneurial attitude in a sample of 150 women from Lambayeque, Peru. The findings obtained from the exploratory factor analysis show that the possibility of identifying entrepreneurial opportunities is the factor that contributes most to the entrepreneurial attitude, followed by persistence and planning, which evidenced its importance, but it was also configured as a weakness, since the sample studied did not show the adoption of planning habits. Notwithstanding their significant contribution, sociability and leadership had a lower contribution to the entrepreneurial attitude in the sample studied.*

*Keywords– Entrepreneurship, planning, opportunities, leadership, socialization.*

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LEIRD).

**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LEIRD).

**DO NOT REMOVE**

# Actitudes de decisión de emprendimiento de las Mujeres de la región Lambayeque, Perú

Marco Agustín Arbulú Ballesteros, Doctor en Administración<sup>1</sup>, Jose Carlos Montes Ninaquispe, Doctor en Administración<sup>2</sup>, María de los Ángeles Guzmán Valle, Magister<sup>2</sup>, Francisco Segundo Mogollón García, Doctor<sup>3</sup>, Emma Verónica Ramos Farroñán, Doctora<sup>3</sup>, Jaime Laramie Castañeda Gonzales<sup>2</sup>, and Benicio Gonzalo Acosta Enriquez, Maestro<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú, marcoarbulub@unprg.edu.pe

<sup>2</sup>Universidad Tecnológica del Perú, Perú, C20074@utp.edu.pe, c15025@utp.edu.pe, c20069@utp.edu.pe

<sup>3</sup>Universidad Cesar Vallejo, Perú, fmogollong@ucvvirtual.edu.pe, eramosf@ucv.edu.pe

<sup>4</sup>Universidad Nacional de Trujillo, Perú, t528100220@unitru.edu.pe

*Resumen— La mujer ha enfrentado diversos retos al decidirse a participar de un emprendimiento, es así como este estudio que tuvo un enfoque cuantitativo de nivel correlacional y diseñado de modo no experimental con un instrumento que constaba de 28 preguntas, estableció los elementos que se relacionan con la actitud de emprendimiento empresarial en una muestra de 150 mujeres de Lambayeque, Perú. Los hallazgos obtenidos a partir del análisis factorial exploratorio, refieren que la posibilidad de identificar las oportunidades de emprendimiento es el factor de mayor contribución a la actitud de emprendimiento, seguidos de la persistencia y la planificación, la cual puso en evidencia su importancia, pero también se configuró como una debilidad, en tanto la muestra estudiada no evidenció la adopción de hábitos de planificación. No obstante, lo significativo de su aporte, la sociabilidad y el liderazgo tuvieron una menor contribución a la actitud emprendedora en la muestra estudiada.*

**Palabras Clave—**Emprendimiento, planificación, oportunidades, liderazgo, socialización.

## I. INTRODUCCIÓN

En la concepción actual del desarrollo económico global concede un papel fundamental al emprendimiento como motor generador de riqueza y bienestar social. En este contexto, el estudio de las actitudes de decisión de emprendimiento adquiere una relevancia capital, especialmente en lo que se refiere a la participación femenina, cuyo impacto en el mundo de los negocios y la economía ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas [1].

El protagonismo de la mujer en el emprendimiento tiene amplias repercusiones, tanto desde una perspectiva microeconómica, por su capacidad de generar empleo e ingresos, como desde una perspectiva macroeconómica, por su contribución a la competitividad y al desarrollo sostenible de los países [2]. Sin embargo, a pesar de su relevancia, el análisis de las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres ha sido insuficientemente abordado en la literatura académica.

**Digital Object Identifier:** (only for full papers, inserted by LEIRD).  
**ISSN, ISBN:** (to be inserted by LEIRD).  
**DO NOT REMOVE**

A nivel global, las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres presentan una heterogeneidad significativa [3]. Por ejemplo, en países como Suecia, donde existe un fuerte enfoque gubernamental en políticas de igualdad de género, se ha observado una tasa elevada de emprendimiento femenino. Contrariamente, en Japón, un país con una cultura de negocio tradicionalmente masculina, las mujeres emprendedoras afrontan barreras sistemáticas para su inserción y éxito en el ecosistema empresarial. Paralelamente, en países emergentes como Sudáfrica, se observa un notable crecimiento del emprendimiento femenino, impulsado en gran medida por la necesidad y la aspiración de mejorar la calidad de vida [4].

En el caso de Perú, a pesar de que el país ha mostrado avances significativos en términos de igualdad de género, persisten desafíos notables en cuanto a la inclusión de la mujer en el emprendimiento. Los obstáculos varían desde barreras socioculturales, como estereotipos de género y roles de género tradicionales, hasta obstáculos estructurales, como la falta de acceso a financiamiento y capacitación. Estos factores pueden incidir significativamente en las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en el país, limitando su capacidad para establecer y desarrollar negocios exitosos [5].

En este escenario, la región de Lambayeque en Perú presenta un caso particularmente interesante de estudio. En esta región, la participación femenina en el emprendimiento se ha destacado en los últimos años, impulsada en parte por políticas locales de empoderamiento de la mujer y desarrollo económico. No obstante, aún se requiere una comprensión más profunda de las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en Lambayeque.

Por tanto, este estudio justifica su relevancia en tanto busca contribuir al conocimiento académico en el campo de los negocios internacionales y el emprendimiento femenino, proporcionando una perspectiva comparativa sobre las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres a nivel global, nacional y regional. Además, los hallazgos del estudio podrían tener implicaciones prácticas significativas, proporcionando información útil para diseñar políticas públicas

y estrategias de intervención orientadas a fomentar la inclusión y el éxito de la mujer en el emprendimiento, especialmente en la región de Lambayeque.

## II. MARCO TEÓRICO

El estudio del emprendimiento ha cobrado un impulso significativo en el ámbito académico y empresarial debido a su indiscutible contribución al desarrollo económico y social [6]. Las mujeres, como actor fundamental de este proceso, presentan actitudes particulares hacia el emprendimiento que demandan un análisis cuidadoso [7]. En este marco teórico, se abordará el concepto de "actitudes de decisión de emprendimiento" en las mujeres de la región Lambayeque, con énfasis en sus dimensiones principales, que comprenden la identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo, intención emprendedora y el valor global [8].

En primer lugar, la identificación de oportunidades es un aspecto central del emprendimiento, ya que determina la capacidad de la persona para detectar y aprovechar espacios de negocio viables [9]. Las mujeres emprendedoras tienen a menudo la habilidad de identificar oportunidades en nichos de mercado desatendidos o subestimados, lo que las coloca en una posición competitiva única [4].

La persistencia es otra actitud fundamental en el proceso emprendedor. Esta se refiere a la resiliencia y la tenacidad del emprendedor para superar obstáculos y mantenerse enfocado en sus metas. Para las mujeres, la persistencia puede ser una estrategia esencial para contrarrestar las barreras y desafíos que se presentan en el emprendimiento, como la discriminación de género o la falta de acceso a recursos [10].

La planificación es un elemento clave en la gestión exitosa de una empresa. Esta habilidad implica la capacidad para definir objetivos, trazar planes de acción y organizar los recursos necesarios para alcanzarlos. Las mujeres emprendedoras, a menudo, demuestran una capacidad notable para planificar y organizar, lo que puede contribuir a la sostenibilidad y al crecimiento de sus empresas [11].

En cuanto a la sociabilidad, se entiende como la habilidad para establecer y mantener relaciones efectivas con otras personas, lo que puede facilitar el acceso a recursos, información y apoyo. Las mujeres, por su tendencia natural hacia la colaboración y el trabajo en equipo, pueden exhibir una alta sociabilidad, la cual puede ser utilizada como un recurso estratégico en el emprendimiento [12].

El liderazgo, por su parte, se refiere a la capacidad de influir y dirigir a otros para alcanzar metas. En este sentido, el liderazgo femenino puede aportar un enfoque más inclusivo y participativo, promoviendo una mayor cohesión y compromiso en la empresa [13].

La intención emprendedora alude a la predisposición de la persona para iniciar un proyecto empresarial [15]. En las mujeres, la intención emprendedora puede estar influenciada por una variedad de factores, incluyendo el entorno socioeconómico, la educación, la experiencia laboral y las actitudes hacia el riesgo [16].

Finalmente, el valor global, medido en términos del valor exportado e importado, refleja la capacidad de la empresa para competir en los mercados internacionales [16]. En este ámbito, las mujeres emprendedoras pueden desempeñar un papel crucial en la internacionalización de las empresas, contribuyendo a la diversificación y expansión de los mercados de exportación e importación [17].

En el contexto de la región Lambayeque, estas actitudes de decisión de emprendimiento pueden ser influenciadas por factores locales específicos, como las condiciones económicas, la cultura empresarial, las políticas de apoyo al emprendimiento, entre otros. Por tanto, el análisis de estas actitudes puede proporcionar una visión valiosa para comprender y promover el emprendimiento femenino en Lambayeque y, por extensión, en Perú [18].

En este sentido, este estudio se propone contribuir al conocimiento teórico y empírico sobre las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región Lambayeque. Además, al proporcionar un análisis detallado de estas actitudes, el estudio podría tener implicaciones prácticas significativas, informando el diseño de políticas y estrategias para promover el emprendimiento femenino en la región.

## III. METODOLOGÍA

Esta investigación adopta un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y transversal, de nivel correlacional [19]. Buscó establecer la relación entre los aspectos del emprendimiento empresarial que tienen vínculos con la decisión de emprendimiento en una muestra de 150 mujeres de Lambayeque Perú, utilizando para su elección muestreo no probabilístico por conveniencia. La escala de emprendimiento utilizada fue aplicada de modo virtual y consta de 28 reactivos divididos en 6 factores: identificación de oportunidades, persistencia, planificación, sociabilidad, liderazgo e intención emprendedora [8]. Estos reactivos fueron medidos en una escala ordinal de Likert con 5 respuestas (1= nunca, 2= casi nunca, 3= a veces, 4= casi siempre y 5= siempre). La aplicación del instrumento del estudio denotó que el instrumento utilizado es consistente de manera interna para medir el emprendimiento y los aspectos relacionados a dicho constructo (Tabla I).

## IV. RESULTADOS

Los resultados de la tabla I obtenidos tras el análisis de las variables clave del estudio proporcionan una visión valiosa sobre las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región de Lambayeque. A continuación, se presentan estos resultados.

En relación a la variable Identificación de oportunidades, la media obtenida fue de 3.63, la cual fue la más alta entre todas las variables estudiadas. Este resultado sugiere una inclinación notable de las mujeres encuestadas hacia la identificación de oportunidades de emprendimiento, factor fundamental en el proceso emprendedor. La consistencia de las respuestas fue alta, con un Alfa de Cronbach de ,855 y una Confiabilidad Compuesta de ,832, lo que confirma la fiabilidad de las medidas utilizadas para esta variable [20].

La variable Persistencia obtuvo una media de 2.94, indicando una tendencia media-alta hacia la persistencia en el emprendimiento. A pesar de presentar una desviación estándar de ,32, la fiabilidad de las respuestas sigue siendo aceptable, con un Alfa de Cronbach de ,740 y una Confiabilidad Compuesta de ,728.

En el caso de la Planificación, se obtuvo una media de 2.79, revelando una tendencia media hacia la planificación en el emprendimiento. A pesar de presentar una desviación estándar de ,29, las respuestas demostraron ser consistentes con un Alfa de Cronbach de ,710 y una Confiabilidad Compuesta de ,708.

La variable Sociabilidad presentó una media de 3.21, indicando una tendencia media-alta hacia la sociabilidad en el emprendimiento. A pesar de la desviación estándar de ,33, se mantuvo una consistencia de respuestas con un Alfa de Cronbach de ,799 y una Confiabilidad Compuesta de ,757.

En cuanto al Liderazgo, se obtuvo una media de 2.62, lo que indica una tendencia media hacia el liderazgo en el emprendimiento. A pesar de presentar la mayor desviación estándar de todas las variables (,36), la consistencia de las respuestas fue alta, con un Alfa de Cronbach de ,807 y una Confiabilidad Compuesta de ,800.

En relación con la Intención emprendedora, se obtuvo una media de 2.78, revelando una tendencia media hacia la intención emprendedora. La consistencia de las respuestas fue notablemente alta, con un Alfa de Cronbach de ,925 y una Confiabilidad Compuesta de ,894, lo que reafirma la fiabilidad de las medidas utilizadas para esta variable.

Finalmente, la variable Valor Global no presentó datos para la media y la desviación estándar, pero mostró una fiabilidad excepcionalmente alta, con un Alfa de Cronbach de ,943 y una Confiabilidad Compuesta de ,896.

En resumen, los resultados indican una tendencia generalmente alta hacia las actitudes de decisión de emprendimiento entre las mujeres de la región de Lambayeque, lo que señala su potencial para contribuir significativamente al desarrollo económico de la región.

En el análisis preliminar de los datos, se llevaron a cabo dos pruebas estadísticas esenciales para determinar la idoneidad

de los datos para el análisis factorial tal como se aprecia en la tabla II.

TABLE I  
RESUMEN DE DESCRIPTIVOS Y FIABILIDAD

Variables	Media	D.E.	Alfa de Cronbach	Confiabilidad compuesta	N de elementos	AVE
Identificación de oportunidades	3.63	,28	,823	,812	5	,62
Persistencia	2.94	,32	,831	,816	5	,56
Planificación	2.79	,29	,792	,768	5	,72
Sociabilidad	3.21	,33	,817	,807	4	,68
Liderazgo	2.62	,36	,836	,829	5	,62
Intención emprendedora	2.78	,19	,905	,894	4	,59
Valor Global			,943	,896	28	,72

Primero, se calculó la Medida de Adecuación Muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), un índice que estima la proporción de varianza entre las variables que podría ser común. Los valores de KMO oscilan entre 0 y 1, siendo considerado un valor por encima de 0.5 como aceptable para un análisis factorial. En este estudio, el valor de KMO obtenido fue de 0.732, superando el umbral aceptable. Este hallazgo sugiere que el conjunto de datos posee una estructura de correlación significativa y, por ende, es adecuado para una extracción factorial efectiva.

Además, se implementó la Prueba de Esfericidad de Bartlett, que pone a prueba la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, indicando que las variables son independientes [21]. Un valor de significación menor a 0.05 permite rechazar la hipótesis de independencia. En este estudio, el valor de significación obtenido fue de 0.000, permitiendo rechazar con confianza la hipótesis de que las variables son independientes y, por tanto, proporcionando sustento para la realización de un análisis factorial.

TABLE II  
PRUEBA KMO Y ANÁLISIS DE ESFERICIDAD DE BARTLETT

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,732
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1491,484
	Gl	253
	Sig.	,000

En el análisis factorial realizado en el estudio expresado en la tabla III, se extrajeron componentes y se calculó la varianza explicada por cada factor para comprender mejor las actitudes

de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región de Lambayeque.

La variable "Identificación de oportunidades" mostró una comunalidad de 1,000, lo que indica que la totalidad de la varianza en esta variable se puede explicar por los factores extraídos. Este factor explicó el 42,60% de la varianza total, siendo el componente con la mayor contribución a la varianza total. Por lo tanto, este factor acumuló el 42,60% del total de la varianza explicada.

El segundo factor, "Persistencia", también mostró una comunalidad de 1,000, indicando que todos los aspectos de la varianza en la persistencia se pueden atribuir a los factores extraídos. Este factor contribuyó con un adicional 6,30% de la varianza total, elevando el porcentaje acumulado de la varianza explicada al 48,90%.

La "Planificación", como tercer factor, tuvo una comunalidad de 1,000, con un aporte del 5,10% a la varianza total, lo que aumentó el porcentaje acumulado de la varianza explicada al 54,00%.

En cuarto lugar, la "Sociabilidad" presentó una comunalidad de 1,000, aportando un 4,70% a la varianza total, y elevó el porcentaje acumulado de la varianza explicada al 58,70%.

Finalmente, el "Liderazgo", con una comunalidad de 1,000, contribuyó con un 3,30% a la varianza total. Esto aumentó el porcentaje acumulado de la varianza explicada al 62,00%.

TABLA III  
VARIANZA EXPLICADA Y COMPONENTES EXTRAÍDOS

Factor	Comunalidad	Total	Varianza (%)	Acumulado (%)
Identificación de oportunidades	1,000	3,85	42,60	42,60
Persistencia	1,000	3,60	6,30	48,90
Planificación	1,000	2,64	5,10	54,00
Sociabilidad	1,000	2,21	4,70	58,70
Liderazgo	1,000	2,10	3,30	62,00

En el estudio, se realizó un análisis para examinar la validez convergente y discriminante de los factores. Los resultados de este análisis se presentan en la tabla de correlaciones.

Para la validez convergente, se espera que los ítems que miden el mismo factor estén altamente correlacionados. En este caso, cada factor se correlaciona perfectamente consigo mismo, con un valor de 1.000, indicando una alta validez convergente.

La validez discriminante, por otro lado, se evalúa por la correlación entre diferentes factores. Se espera que estos tengan correlaciones más bajas entre sí en comparación con la validez convergente [22].

Las correlaciones entre "Identificación de Oportunidades" (IDOP) y los demás factores varían desde ,128 hasta ,463, mostrando que este factor es distinto de los otros factores, demostrando la validez discriminante.

De manera similar, las correlaciones de "Persistencia" (PRST) con los demás factores varían desde ,017 hasta ,381, y las de "Planificación" (PLNF) oscilan entre ,128 y ,617. Estos resultados indican que tanto la Persistencia como la Planificación son distintos de los otros factores, lo que demuestra una adecuada validez discriminante.

Además, las correlaciones de "Sociabilidad" (SOCB) con los otros factores varían entre ,074 y ,392, y las de "Liderazgo" (LIDR) oscilan entre ,128 y ,463. La "Intención Emprendedora" (INEM) también muestra correlaciones que varían entre ,017 y ,397 con los demás factores. Estos resultados indican que la Sociabilidad, el Liderazgo y la Intención Emprendedora son distintos de los demás factores, lo que demuestra una validez discriminante apropiada.

TABLA IV  
VALIDEZ CONVERGENTE Y DISCRIMINANTE

	IDOP	PRST	PLNF	SOCB	LIDR	INEM
IDOP	1,000					
PRST	,381**	1,000				
PLNF	,128	,152	1,000			
SOCB	,392**	,074	,617**	1,000		
LIDR	,463**	,128	,580**	,389**	1,000	
INEM	,397**	,017	,369**	,379**	,298**	1,000

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La "Identificación de Oportunidades" surgió como el factor más influyente, explicando el 42,60% de la varianza total. Esto es coherente con la teoría del emprendimiento, que sostiene que la identificación de oportunidades es un elemento fundamental en el proceso emprendedor [7]. Las mujeres en la región de Lambayeque parecen destacar en la capacidad de identificar oportunidades, lo que puede considerarse un catalizador importante para sus actitudes emprendedoras.

La "Persistencia" y la "Planificación" también fueron factores relevantes, contribuyendo respectivamente con el 6,30% y el 5,10% de la varianza total. Estos hallazgos corroboran la teoría de que la persistencia y la planificación son actitudes críticas para el éxito emprendedor [23]. La importancia de estos factores en el estudio resalta el papel central de la persistencia y la planificación en las actitudes de decisión de emprendimiento [13] de las mujeres en la región estudiada.

En cuanto a la "Sociabilidad" y el "Liderazgo", estos factores contribuyeron en menor medida a la varianza total, aunque siguen siendo significativos. Estos resultados refuerzan la teoría de que tanto la sociabilidad como el liderazgo [12] son elementos importantes en el emprendimiento. A pesar de su menor contribución a la varianza total, la presencia de estas actitudes en las mujeres de la región de Lambayeque destaca la multidimensionalidad de sus actitudes emprendedoras [24].

## VI. CONCLUSIONES

El estudio buscaba explorar y entender mejor las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región de Lambayeque. La investigación ha arrojado importantes hallazgos que tienen relevancia tanto para la teoría como para la práctica del emprendimiento femenino.

El factor más significativo que emergió de este estudio fue la "Identificación de Oportunidades". Esta variable explicó la mayor parte de la varianza, lo que indica que la capacidad de identificar oportunidades es un elemento crítico en las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región de Lambayeque. Esta capacidad de discernir y aprovechar las oportunidades puede ser un indicador fundamental del potencial emprendedor.

La "Persistencia" y la "Planificación" también emergieron como actitudes clave. Estos resultados refuerzan la idea de que el emprendimiento no solo se trata de identificar oportunidades, sino también de tener la tenacidad para superar los obstáculos y la previsión para planificar adecuadamente. La importancia de estos factores subraya el papel de la resiliencia y la planificación estratégica en el emprendimiento.

Aunque en menor medida, la "Sociabilidad" y el "Liderazgo" también fueron aspectos relevantes en las actitudes de decisión de emprendimiento. Estos hallazgos reafirman la idea de que el emprendimiento es un fenómeno social que requiere habilidades interpersonales y de liderazgo.

Además, los resultados de validez convergente y discriminante proporcionaron un respaldo sólido a la precisión y confiabilidad de las medidas utilizadas en este estudio. Esto aumenta la credibilidad de los hallazgos y su relevancia para la comprensión de las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres.

Este estudio ha destacado la importancia de la Identificación de Oportunidades, Persistencia, Planificación, Sociabilidad y Liderazgo en las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres en la región de Lambayeque. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y tienen importantes implicaciones para las políticas y programas destinados a apoyar y fomentar el emprendimiento femenino. Sin embargo, es necesario seguir profundizando en la comprensión de estos factores y explorar cómo se pueden cultivar y fortalecer aún más para impulsar el emprendimiento femenino en la región y más allá.

## VII. RECOMENDACIONES

Las implicaciones de este estudio conducen a varias recomendaciones fundamentales que pueden servir para informar y orientar las estrategias futuras destinadas a fomentar el emprendimiento femenino en la región de Lambayeque y en otros contextos similares.

Primero, dada la primacía de la "Identificación de Oportunidades" en las actitudes de decisión de emprendimiento, es imperativo diseñar y ejecutar programas de capacitación y desarrollo que estén dirigidos a mejorar las habilidades de las mujeres para identificar y capitalizar oportunidades. Esto puede incluir talleres, seminarios y programas de mentoría con empresarias exitosas que puedan compartir su experiencia y conocimiento en este ámbito.

En segundo lugar, la relevancia de la "Persistencia" y la "Planificación" sugiere la necesidad de integrar enfoques que fomenten la resiliencia y las habilidades de planificación estratégica entre las mujeres emprendedoras. Estos elementos pueden fortalecerse a través de programas de educación y capacitación que se centren en el desarrollo de habilidades de gestión de proyectos, resolución de problemas y toma de decisiones estratégicas.

Tercero, los hallazgos relativos a la "Sociabilidad" y el "Liderazgo" subrayan la importancia de fomentar habilidades interpersonales y de liderazgo entre las mujeres emprendedoras. Las iniciativas en este ámbito pueden incluir el desarrollo de programas de liderazgo y habilidades de comunicación, así como la creación de redes de apoyo y mentoría que permitan a las mujeres emprendedoras conectarse, colaborar y aprender unas de otras.

Por último, es fundamental que se realicen más investigaciones en este campo para profundizar la comprensión de las actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres y cómo estas se ven afectadas por diversos factores contextuales y personales. Un mayor conocimiento en este ámbito puede informar el desarrollo de políticas y prácticas más efectivas y contextualmente adecuadas para apoyar el emprendimiento femenino.

Este estudio arroja luz sobre las actitudes clave que impulsan el emprendimiento femenino en la región de Lambayeque y ofrece valiosas recomendaciones para fomentar

estas actitudes a través de la capacitación, el desarrollo de habilidades, la mentoría y la investigación continua. Estas recomendaciones, si se implementan de manera efectiva, tienen el potencial de impulsar el emprendimiento femenino y fomentar el crecimiento económico y el desarrollo socioeconómico en la región de Lambayeque y más allá.

#### REFERENCES

- [1] A. Borja, H. Carvajal, y H. Vite, (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista Espacios*, 41(24), 183-196.
- [2] Y. Garavito, S. García y J. Calderón (2021). La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres universitarias. *I+D Revista de Investigaciones*, 16(1), 238-253.
- [3] K. Williams, A. Donnellon, (2014). Personalizing Entrepreneurial Learning: A Pedagogy for Facilitating the Know Why. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), 167-204.
- [4] WEConnect International. (2016). ¿Qué sabemos de las mujeres en la economía de hoy? Retrieved from WEConnect International: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-sabemos-de-las-mujeres-en-la-econom%C3%ADa-de-hoy>
- [5] M. Velásquez, y W. Portocarrero, (2019). Características del Emprendimiento de las Mujeres: caso de mujeres en La Libertad, Perú. *Revista Ciencia y Tecnología*, 15(1), 89-99. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2311>
- [6] S. González, y I. Ruiz, (2015). Valores de éxito Y Emprendimiento. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(2), 171-184.
- [7] R. Fernández, y M. Gervilla, (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*, 13(1), 127-149.
- [8] K. Moreno, D. Medina, & D. Cepeda. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía del Caribe*, (29), 99-116.
- [9] K. Williams, y A. Donnellon, A. (2014). Personalizing Entrepreneurial Learning: A Pedagogy for Facilitating the Know Why. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), 167-204.
- [10] M. Saavedra, y M. Camarena, (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina, *Criterio Libre*. 13 (22), 129-152. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/129>.
- [11] N. Orihuela. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- [12] T. Torres & M. Vidal. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 108-135. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522>
- [13] González, J. (2020). Influencia de los estados afectivos frente a la elección de salones de belleza NAIL BAR en mujeres entre 18-40 años de la ciudad de Bogotá.
- [14] D. Kuratko, J. Hornsby y J. Hayton, (2015). Corporate entrepreneurship: the innovative challenge for a new global economic reality. *Small Business Economics*, 45, 245-253.
- [15] O. Ramírez, C. Pilar, y P. Lopez (2014). Caracterización del perfil y motivaciones para emprender de la mujer en Andalucía. 1-24. [https://www.researchgate.net/publication/268182002\\_Caracterizacion\\_del\\_Perfil\\_y\\_Motivaciones\\_para\\_Emprender\\_de\\_la\\_Mujer\\_en\\_Andalucia](https://www.researchgate.net/publication/268182002_Caracterizacion_del_Perfil_y_Motivaciones_para_Emprender_de_la_Mujer_en_Andalucia)
- [16] D. McKenzie, y C. Woodruff, (2014). What Are We Learning from Business Training and Entrepreneurship Evaluations around the Developing World? *The World Bank Research Observer*, 19(1), 48-82.
- [17] J. Lamprea, E. Tocora, e I. Reyes. (2018). Emprendimiento femenino: oportunidad para reducir la desigualdad en América Latina. . Universidad Cooperativa de Colombia]. <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/13024>
- [18] D. Perales. (2021). Barreras que impiden el emprendimiento femenino: caso mujeres emprendedoras AWE Chiclayo-Perú 2020. <https://usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3945>
- [19] R. Hernández, C. Fernández, y P. Baptista. (2014). Metodología de la Investigación (6a ed.). McGraw-Hill.
- [20] S. Soler, y L. Soler. (2018). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 01-06.
- [21] K. Romero, y O. Mora. (2020). Análisis factorial exploratorio mediante el uso de las medidas de adecuación muestral KMO y esfericidad de Bartlett para determinar factores principales. *Journal of Science and Research*, 5, 903-924. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4453224>
- [22] I. Acuña, Y. Michelini, J. Guzmán & J. Godoy (2017). Evaluación de validez convergente y discriminante en tests computarizados de toma de decisiones. *Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment*, 16(3), 375-383. Doi: <http://dx.doi.org/10.15689/ap.2017.1603.12952>
- [23] J. Aguirre, B. Orellana, A. Molina & L. Gaona (2016). Capacidad emprendedora desde la perspectiva de género. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (81), 238-261.
- [24] Ruiz-Bravo, P., Vargas, S. y Clausen, J. (2018). Empoderar para Incluir: Análisis de las Múltiples

Dimensiones y Factores Asociados al Emprendimiento de las Mujeres en el Perú a partir del Uso de una Aproximación de Metodologías Mixtas. Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú: Lima.  
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/investigaciones/empoderamiento-de-lasmujeres.pdf>