

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS:

INCIDENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA GET Ahead, EN LOS EMPRENDIMIENTOS LIDERADOS POR BENEFICIARIAS DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD CON MUJERES JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA, 2022 – 2023

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: DIRECCIÓN DE PROYECTOS

Presentada por:

ALEJANDRA MARIANA MEJÍA MIRANDA

Asesor:

Dr. LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO

Cajamarca, Perú

2025

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:
Alejandra Mariana Mejía Miranda
DNI: 70211312
Escuela Profesional/Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas,
Contables y Administrativas. Programa de Maestría en Ciencias. Mención: Dirección
de proyectos
2. Asesor: Dr. Lennin Rodríguez Castillo
3. Grado académico o título profesional
☐ Bachiller ☐ Título profesional ☐ Segunda especialidad
☒ Maestro ☐ Doctor
4. Tipo de Investigación:
☒ Tesis ☐ Trabajo de investigación ☐ Trabajo de suficiencia profesional
☐ Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación:
Incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los
emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y
Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022 – 2023.
6. Fecha de evaluación: **24 / 07 /2025**
7. Software antiplagio: ☒ TURNITIN ☐ URKUND (OURIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: **3%**
9. Código Documento: **3117:476183359**
10. Resultado de la Evaluación de Similitud:
☒ **APROBADO** ☐ PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: **31/07/2025**

Firma y/o Sello Emisor Constancia
 Dr. Lennin Rodríguez Castillo DNI: 26719154

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

COPYRIGHT © 2025 by
ALEJANDRA MARIANA MEJIA MIRANDA
Todos los derechos reservados



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 090-2018-SUNEDU/CD
Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



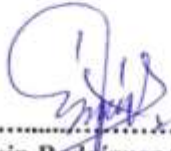
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 11 am. horas del día 28 de abril de dos mil veinticinco, reunidos en el Aula 1Q-206 de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por la **Dra. YRMA VIOLETA ROJAS ALCALDE**, la **Dra. JANETH ESTHER NACARINO DÍAZ** y el **Dr. MIGUEL ÁNGEL MACETAS HERNÁNDEZ** y en calidad de Asesor el **Dr. LENNIN RODRÍGUEZ CASTILLO**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno de la Escuela de Posgrado y la Directiva para la Sustentación de Proyectos de Tesis, Seminarios de Tesis, Sustentación de Tesis y Actualización de Marco Teórico de los Programas de Maestría y Doctorado, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada: **"INCIDENCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA GET AHEAD, EN LOS EMPRENDIMIENTOS LIDERADOS POR BENEFICIARIAS DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD CON MUJERES JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA, 2022-2023"**; presentada por la **Bachiller en Economía ALEJANDRA MARIANA MEJÍA MIRANDA**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación se acordó aprobar con la calificación de diecisiete (17) Excelente la mencionada Tesis; en tal virtud, la **Bachiller en Economía, ALEJANDRA MARIANA MEJÍA MIRANDA**, está apto para recibir en ceremonia especial el Diploma que lo acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **DIRECCIÓN DE PROYECTOS**.

Siendo las 12:30 horas del mismo día, se dio por concluido el acto.


.....
Dr. Lennin Rodríguez Castillo
Asesor


.....
Dr. Yrma Violeta Rojas Alcalde
Jurado Evaluador


.....
Dra. Janeth Esther Nacarino Díaz
Jurado Evaluador


.....
Dra. Miguel Ángel Macetas Hernández
Jurado Evaluador

A:

A Dios, por guiarme siempre y por iluminar mi camino en la vida

A mi familia y enamorado, por su apoyo incondicional y por darme ánimos para lograr mis metas

AGRADECIMIENTO

A la escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, por permitirme cursar mis estudios y obtener mi grado de maestro en ciencias

A todos los docentes de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, por compartir sus conocimientos

A todas las emprendedoras del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022

La gente suficientemente loca para creer que puede cambiar el mundo, son los que lo cambian

- Steve Jobs

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Justificación e importancia de la investigación.....	3
1.3. Delimitación de la investigación	4
1.4. Limitaciones del estudio.....	5
1.5. Objetivos de la investigación	5
CAPITULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Marco Legal	7
2.2. Antecedentes de la Investigación	7
2.3. Bases teóricas.....	10
2.4. Marco conceptual.....	14
1.1. Hipótesis.....	27
1.2. Variables	27
MARCO METODOLÓGICO.....	30
4.1. Ubicación geográfica	30
4.2. Método de investigación.....	30
4.3. Diseño de la investigación	30
4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación	31
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información	31
4.6. Técnicas de procesamiento, análisis y discusión de resultados	32
CAPÍTULO V	35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
5.1. Presentación de resultados	35
5.2. Análisis e Interpretación de resultados	57
Referencias Bibliográficas	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de variables	28
Tabla 2	Matriz de consistencia metodológica	33
Tabla 3	Grado de satisfacción	35
Tabla 4	Avance de objetivos planteados	36
Tabla 5	Pruebas de proposiciones de muestras emparejadas.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Grado de satisfacción	36
Figura 2	Avance de objetivos planteados	37
Figura 3	Satisfacción del cliente con el producto o servicio	38
Figura 4	Precio de mercado	39
Figura 5	Puesto de venta de producto o servicio	40
Figura 6	Promoción de producto o servicio	41
Figura 7	Equipo Humano	42
Figura 8	Etapas de proceso de producción	43
Figura 9	Materiales y otros insumos utilizados en proceso de producción	44
Figura 10	Herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción	45
Figura 11	Mano de obra para la producción	46
Figura 12	Costos de Producción	47
Figura 13	Ciclo financiero	48
Figura 14	Manejo de inventario	49
Figura 15	Diversificación de opciones de financiamiento	50
Figura 16	Aptitudes de liderazgo	51
Figura 17	Objetivos SMART	52
Figura 18	Gestión de tiempo	53
Figura 19	Identificación de riesgo	54
Figura 20	Calificación de probabilidad de riesgo	55
Figura 21	Calificación de impacto de riesgo	56
Figura 22	Manejo adecuado y oportuno de riesgo	57

GLOSARIO

Get Ahead. Traducido al español como “Género y emprendimiento”; metodología en gestión empresarial elaborada por la Organización Internacional del Trabajo, tiene como objetivo eliminar algunos de los obstáculos que enfrentan las mujeres al iniciar y operar su negocio, reduciendo la brecha de género y apoyando al empoderamiento económico de la mujer, la cual fue implementada por la ONG CESAL por primera vez en el año 2022.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022 – 2023 y, como objetivos específicos se planteó: Identificar los criterios de proceso de implementación de la metodología GET Ahead y determinar las características de los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022 – 2023. Ya que fue un estudio longitudinal, se realizó el análisis de incidencia con la metodología de análisis comparativo, donde se recogieron datos de los indicadores establecidos: mercadeo, finanzas, gente y riesgos; en dos etapas: la primera, antes que las emprendedoras fueran capacitadas y la segunda, después de haber sido capacitadas mediante la metodología GET Ahead, para de esta manera se determinó la incidencia de la implementación por cada indicador, obtenido a través de la moda por cada indicador y su diferencia entre el antes y después.

Los datos indicaron que, la incidencia fue positiva en las dimensiones Mercadeo donde pasó de “poco” a “regular”, Operaciones donde pasó de “nada” a “regular” e incidencia nula en las dimensiones de Finanzas, Gente y Riesgos, donde se mantuvo “poco”. Lo que indicó que la metodología GET Ahead cómo la primera vez aplicada en Perú con el tipo de perfil de emprendedoras en el territorio, se tiene que reforzar los apartados en Finanzas donde la incidencia fue nula (Ciclo financiero, Diversificación de opciones de financiamiento), Gente donde la incidencia fue nula (Aptitudes de liderazgo y gestión del tiempo) y Riesgos donde la incidencia fue nula (Identificación de riesgos, calificación de probabilidad de riesgos y manejo oportuno y adecuado de riesgos).

Palabras claves: Incidencia, Mercadeo, Finanzas, Gente y Riesgos

ABSTRACT

The general objective of this research is to determine the impact of the implementation of the GET Ahead methodology in the enterprises led by women beneficiaries of the Entrepreneurship and Employability Project with young women of Metropolitan Lima 2022 - 2023 and, as specific objectives: To identify the criteria of the implementation process of the GET Ahead methodology and to determine the characteristics of the enterprises led by women beneficiaries of the Entrepreneurship and Employability Project with young women of Metropolitan Lima 2022 - 2023.

Since it is a longitudinal study, the incidence analysis was carried out with the comparative analysis methodology, where data was collected for the established indicators: marketing, finances, people and risks; in two stages: the first, before the entrepreneurs were trained and the second, after they were trained through the GET Ahead methodology, to determine the incidence of implementation for each indicator, obtained through the arithmetic mean for each indicator and its difference between before and after.

The data indicate that the impact was positive in the Marketing dimensions, where it went from “little” to “regular”, Operations, where it went from “nothing” to “regular”, and zero impact in the Finance, People and Risks dimensions, where it remained “little”. This indicates that the GET Ahead methodology is the first time it has been applied in Peru with the type of profile of women entrepreneurs in the territory. It is necessary to reinforce the sections on Finance where the impact was null (Financial cycle, Diversification of financing options), People where the impact was null (Leadership skills and time management) and Risks where the impact was null (Risk identification, risk probability rating and timely and appropriate risk management).

Keywords: Advocacy, Marketing, Finance, People and Ris

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización del problema

El Perú es el cuarto país del mundo con más personas interesadas en emprender negocios, detrás de Colombia, México y Sudáfrica. Y el tercer país con mayor cantidad de emprendimientos en fase temprana, detrás de Ecuador y Guatemala. La pandemia aceleró nuevos emprendimientos en Perú, y representan hoy los creados durante el 2020 y el 2022 el 42% del total. (Rosell, 2023).

El gobierno peruano ha creado diferentes programas y fondos para apoyar el emprendimiento, como el Programa Nacional de Emprendimiento y la Red de Mentores. Además, existen diversas organizaciones y eventos enfocados en el fomento del emprendimiento, como StartUp Perú, Emprende UP y el StartUp Weekend.

Algunos de los sectores con mayor potencial de crecimiento para el emprendimiento son el turismo, la tecnología, la agricultura, la energía y la minería. Es importante tener en cuenta las características y necesidades de cada sector para poder ofrecer soluciones innovadoras y competitivas. Bajo este escenario mundial, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), elaboró la metodología Get Ahead, herramienta desarrollada para ayudar a jóvenes emprendedoras a mejorar sus habilidades y capacidades para encontrar y mantener empleos decentes y productivos.

Sin embargo, en el caso Peruano, ha sido implementado por primera vez a través del proyecto de Emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, el cual tuvo un alcance de 120 mujeres jóvenes, de las cuales mediante concurso, 67 recibieron capital semilla

para la implementación de su Plan de Negocio, por lo que es de suma importancia analizar la estrategia de implementación, así como los resultados de la misma con el objetivo de utilizar la presente investigación y, realizar réplicas en contextos similares.

1.1.2. Descripción del problema

A raíz del estado de emergencia por la que estamos atravesando el mundo entero, específicamente en Perú, muchas de las mujeres que se dedicaban a trabajos en oficina, turismo, entre otras o dependían económicamente del trabajo de su pareja, han decidido potenciar o descubrir nuevas habilidad y generar ingresos a través de la creación de emprendiendo, por lo que el ayuntamiento de Madrid a través de la ONG CESAL en Perú, ejecutaron el Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana.

Brindando capacitación en gestión empresarial mediante estrategias de aprendizaje, una de ellas es la denominada GET Ahead y, quienes al finalizar el proceso de capacitación, mediante concurso, las ganadoras obtienen un capital semilla para poder empezar, mejorar o potenciar su negocio, es por ello la importancia de analizar la incidencia de esta metodología en los negocios liderados por beneficiarias de este proyecto, para poder realizar replicas en diferentes regiones del Perú y, aportar de esta manera al empoderamiento en la mujer emprendedora.

1.1.3. Formulación del problema

Problema General

¿Cuál es la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022?

Problemas específicos

- a. ¿Cuáles son los aspectos relevantes de la metodología GET Ahead?
- b. ¿Cuáles son las características de los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022?
- c. ¿Cuál es la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

1.2.1. Justificación teórica – científica y epistemológica

La investigación se apoyó en teorías de proyectos, administración y capital humano, analizando cómo la metodología GET Ahead influyó en los emprendimientos de mujeres jóvenes. Desde un enfoque empírico y con base en datos, se buscó entender qué tanto cambia su gestión empresarial tras la capacitación, aportando así evidencia útil para mejorar programas de formación con enfoque de género y desarrollo económico en contextos urbanos.

1.2.2. Justificación práctica

La investigación tuvo una justificación práctica sólida, ya que permitió generar insumos útiles para el diseño y mejora de programas de formación dirigidos a mujeres emprendedoras en contextos urbanos. Al analizar y caracterizar la metodología GET Ahead, propuesta por la OIT, se aportó evidencia concreta sobre su aplicación en Lima Metropolitana, lo cual resultó relevante para instituciones que desarrollan intervenciones orientadas al

fortalecimiento del emprendimiento y la empleabilidad con enfoque de género.

1.2.3. Justificación institucional y académica

Esta investigación tuvo un valor académico e institucional al aplicar por primera vez en el Perú la metodología GET Ahead, lo que representó una oportunidad para generar conocimiento en un campo poco explorado. A partir de sus resultados, fue posible proponer nuevos instrumentos de análisis y recolección de datos, que pueden servir como referencia para futuras investigaciones o programas orientados al emprendimiento femenino.

1.2.4. Justificación personal

Aportar al desarrollo de la sociedad con la validación de la metodología GET Ahead probada con resultados existentes y replicar en otras regiones del País para reducir de esta forma la violencia económica hacia la mujer, así como obtener el grado de Maestro en la mención de Dirección de Proyectos.

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. Delimitación espacial

El recojo de información de la línea base se realizó del periodo comprendido entre los meses de abril a diciembre del año 2022 y el análisis y procesamiento de datos de línea de salida en el segundo semestre del año 2023.

1.3.2. Delimitación temporal

La investigación comprende el año 2022 – 2023

1.3.3. Delimitación temática

La investigación estudió la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022.

1.3.4. Delimitación social

La investigación estudió los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022.

1.4. Limitaciones del estudio

Es posible que algunas emprendedoras no hayan proporcionado información precisa, ya sea por dificultades para recordar ciertos datos o por interpretar de manera subjetiva las preguntas. Sin embargo, al tratarse de un proceso de acompañamiento continuo durante seis meses por parte de la facilitadora, se contó con una observación directa y constante de cada caso, lo que permitió complementar y validar los datos obtenidos.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderado por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar los criterios de proceso de implementación de la metodología GET Ahead.

- Determinar las características de los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022.
- Determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderado por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Legal

Ley 30056

Congreso de la República del Perú. (2013). *Ley N.º 30056: Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Diario Oficial El Peruano. Esta ley establece medidas para promover la formalización, el crecimiento y la competitividad de los emprendimientos en Perú. Además, crea el Registro Nacional de Emprendimientos para brindarles un mejor acceso a servicios públicos y privados.

Ley 28015

Congreso de la República del Perú. (2003). *Ley N.º 28015: Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Diario Oficial El Peruano. El objetivo es que estas empresas se formalicen, crezcan y compitan.

Ley 27692

Congreso de la República del Perú. (2002). *Ley N.º 27692: Ley que crea la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI)*. Diario Oficial El Peruano. La cuál organiza, programa y ejecuta la cooperación técnica internacional y conduce, programa, organiza y supervisa la cooperación internacional no reembolsable

2.2. Antecedentes de la Investigación

A nivel Internacional

Camarena (2020). Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la Ciudad de México. Tesis de maestría. México.

El objetivo de la investigación fue caracterizar la capacitación en las PYME dirigidas por mujeres y analizar la relación entre el nivel de estudios de la empresaria y la aplicación de herramientas administrativas.

Se utilizó un cuestionario estructurado aplicado a una muestra de 272 empresarias voluntarias, y se desarrolló un análisis descriptivo y correlacional.

La conclusión más resaltante fue que existe una relación entre el nivel educativo de la empresaria y el uso de herramientas administrativas para organizar y tomar decisiones en su negocio. Además, se identificó que la falta de programas de capacitación limita el desarrollo de las empresas, lo que evidencia la importancia de incorporar estos procesos desde el inicio del emprendimiento para lograr competitividad.

A nivel Nacional

Aquino (2019), en su tesis de maestría titulada “La implementación de los proyectos de fortalecimiento de capacidades para el emprendimiento del Programa Impulsa Perú del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en las provincias de Arequipa y de Ica entre los años 2015 y 2017”, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, tuvo como objetivo analizar la implementación de los proyectos de fortalecimiento de capacidades del programa Impulsa Perú en dichas provincias. A través de una revisión bibliográfica y el uso de un enfoque metodológico bottom-up, se analizaron los factores que influyen en el proceso de implementación y ejecución, especialmente el rol de los jefes de proyecto.

Los hallazgos mostraron que la implementación no es una etapa lineal ni predecible y, por tanto, suele alejarse de los diseños iniciales. En este contexto, la capacidad de gerencia y la discrecionalidad de los jefes de proyecto resultaron ser factores clave para corregir obstáculos y alcanzar los objetivos institucionales. Asimismo, se identificaron deficiencias estructurales en los sistemas de reporte institucional, los cuales no reflejan adecuadamente las dinámicas reales de la implementación, debido

a presiones internas y estructuras verticales informales. Finalmente, se destacó que la interacción directa entre los implementadores y los beneficiarios fue determinante para superar las limitaciones del diseño original, especialmente en contextos con escasos mecanismos de control formal y alta incertidumbre.

Zamudio (2018), en su tesis de maestría titulada “Análisis del Programa de Oportunidades para el Empleo a través de la Tecnología en las Américas (POETA): Una experiencia de capacitación en las tecnologías de la información y comunicación para la inserción laboral de jóvenes de escasos recursos en el distrito de Villa El Salvador”, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, tuvo como objetivo analizar la experiencia del programa POETA YOUTHSPARK en la formación de jóvenes en situación de vulnerabilidad, especialmente en habilidades vinculadas a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y su inserción laboral.

La investigación se basó en un enfoque descriptivo-analítico, a partir de la observación de seminarios impartidos a estudiantes del Instituto Julio César Tello y la Fundación FORGE. Uno de los hallazgos principales fue la alta aceptación de los seminarios por parte de los estudiantes, lo que evidenció que el programa satisfizo una necesidad real de formación complementaria. Los seminarios, considerados como acompañamiento a la formación técnica, resultaron pertinentes, útiles y bien recibidos tanto por los alumnos como por las instituciones aliadas.

Asimismo, se destaca que la participación en estos seminarios no fue un requisito para acceder a oportunidades laborales, lo que permitió mayor flexibilidad e inclusión. Esta apertura hizo posible que algunos estudiantes interesados únicamente en insertarse al mercado laboral pudieran ser convocados directamente por las empresas vinculadas al programa. El diseño del proyecto, por tanto, permitió fortalecer la formación profesional de los jóvenes sin interferir con su trayectoria técnica, y facilitó herramientas útiles para su empleabilidad, reforzando el valor de este tipo de iniciativas orientadas al desarrollo juvenil con enfoque en TIC. cuales FUNDADES tenía acuerdos para la recepción de jóvenes interesados en laboral.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Teoría de la gestión científica de Taylor

Hay cuatro principios clave sobre los que se crea la teoría de la gestión científica. Se identifican como: **Métodos científicos**. El significado de este principio es que las técnicas que se crean para realizar una tarea están probadas científicamente. Además, el principio científico significa que las formas de hacer un trabajo deben desarrollarse constantemente para que el trabajo sea más eficaz y eficiente, en lugar de aferrarse a las formas antiguas.

Clara división de responsabilidades Esto significa que el director de la empresa debe dividir a los empleados para que se especialicen en una tarea en lugar de realizar varias. Esto garantizará que se complete una parte del proyecto y que ese empleado sea experto en realizar esa tarea. **Retribución basada en el rendimiento**. Los directivos deben establecer primas para los empleados con un alto rendimiento. Esto debería motivar a los empleados a superar los objetivos fijados y ser reconocidos por su duro trabajo. **Jerarquía rígida y vigilancia estricta de los empleados**. De este modo, los empleados son conscientes de sus responsabilidades y saben a quién deben rendir cuentas en el lugar de trabajo. Los directivos son responsables de la formación de los empleados y de la supervisión de su rendimiento, lo que garantiza que los empleados alcancen los objetivos fijados.

Se consideró esta teoría ya que bajo el modelo de gestión empresarial, es fundamental y parte de la metodología en estudio, la división de responsabilidades como parte de la herramienta denominada “Gestión del tiempo” en la dimensión Gente, así como la Jerarquía y retribución basada en el rendimiento como parte del ciclo financiero en la dimensión Finanzas.

2.3.2. Teoría de la sostenibilidad empresarial de Stuart L. Hart y Mark Milstein

La teoría muestra cómo los desafíos globales asociados con la sostenibilidad, desde una perspectiva empresarial adecuada, pueden ayudar a identificar estrategias y prácticas que contribuyan a un mundo más sostenible, a la vez que generan valor. Este enfoque "win-win" se define como la creación de valor sostenible por parte de la empresa.

Hay cuatro dimensiones fundamentales de la estrategia de sostenibilidad que tienen diferentes vínculos con el desempeño de la empresa y la creación de valor: **Prevención de la contaminación** : minimizar los residuos y las emisiones de las instalaciones y operaciones actuales; **Gestión de productos** : involucrar a las partes interesadas y gestionar el ciclo de vida completo de los productos actuales; **Tecnología limpia**: desarrollar e implementar tecnologías limpias de "próxima generación"; y **Base de la Pirámide**: co-creación de nuevos negocios para atender las necesidades no satisfechas de los pobres y desatendidos.

Tomadas en conjunto como una cartera, estas estrategias y prácticas tienen el potencial de: reducir costos y riesgos (prevención de la contaminación); mejorar la reputación y la legitimidad (gestión del producto); acelerar la innovación y el reposicionamiento (tecnología limpia); y cristalizar camino y trayectoria de crecimiento (base de la pirámide).

Todos ellos cruciales para la creación de valor. El reto para la empresa es decidir qué acciones e iniciativas emprender y cómo gestionarlas mejor.

2.3.3. Teoría del Capital Social

Robert Putnam define a capital social como las características de la organización social, como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo.

Putnam argumenta que el capital social es fundamental para el buen funcionamiento de la sociedad, la democracia y el desarrollo económico, sostiene que las sociedades con altos niveles de capital social tienden a ser más prósperas, justas y participativas

Se ha considerado esta teoría, ya que para el desarrollo de la implementación de la metodología GETAhead, fue a través el trabajo coordinado entre la sociedad civil, academia y Gobierno.

2.3.4. Teoría General de costos

Según Cartier y Osorio (1992) la teoría General del Costo es quizás una teoría en gestación. La misma, en su extensión, debería abarcar lo relativo a la cuantificación y medición de los costos (aspecto contable) a partir de una fundamentación económica de los fenómenos propios de la gestión empresarial.

Quienes adherimos a ella partimos de una premisa metodológica básica: las técnicas de costeo, a las que la investigación, contable y la bibliografía dedican, su máxima atención, no constituyen el máximo nivel de abstracción con el que podemos explicar la problemática del costo.

Si bien es cierto que una técnica constituye una “modelización” de la realidad y, como tal, es una abstracción útil para resolver determinados problemas, esto no significa que no haya un nivel de abstracción superior que reúna a los principios liminares, los fundamentos sobre los cuales se asientan y elaboran las diferentes técnicas el costeo.

En este plano superior de abstracción es donde se gesta y desarrolla la teoría General del Costo, tratando de detectar los aspectos básicos prevalentes y omnipresentes en cualquier técnica de costeo.

De este modo, esta teoría debe tender el puente imprescindible que debe existir entre la Microeconomía y los Sistemas de Información contables y no contables vinculados con estos, en la gestión de las unidades economizas.

Pero lo dicho representaría una mera petición de principios sin ningún contenido práctico, si no se comprende que el reconocimiento de este plano de abstracción deviene en la aceptación de la “relatividad” de toda técnica de costeo y, por consiguiente, en el abandono de la consuetudinaria forma de manejar la disciplina en el “criterio de los opuestos” –según el cual si un “costo” es el “verdadero”, los otros resultarán necesariamente “falsos”, para pasar a usar el “criterio de los complementarios” donde todo Costo, en la medida en que su determinación se hayan respetados los principios teóricos fundamentales, puede ser útil a algún objetivo de análisis. Y no se trata solo de una diferencia sutil.

Repárese en que, según sea la posición conceptual adoptada, podrán o no coexistir en un mismo Sistema de Información, por ejemplo: Costos Completos y Costos Variables (o Directos, por reflejo de la expresión inglés direc costing); Costos Basados en Actividades (ABC) y Costo por Secciones Homogéneas; Costos Resultantes y Costos Normalizados y aun Costos Estándares. Por su obviedad, nos sentimos eximidos de demostrar cuanto más útil -para el control de la gestión y la toma de decisiones en los niveles gerenciales y de dirección- resulta un Sistema de Información basado en el “criterio de los complementarios”.

2.4. Marco conceptual

2.4.1. Implementación de la metodología Get Ahead

A. Definición

La metodología GET Ahead fue elaborada por el equipo de la OIT, compuesto por Norman Sarria y Rebecca Fries de Value for Women.

El objetivo subyacente de Género y Emprendimiento es brindar mayor acceso a mujeres a capacitación en habilidades empresariales mediante actividades interactivas y prácticas. Con un enfoque innovador, la capacitación reconoce que, para llegar a más mujeres y ser efectivos, los programas clásicos de capacitación en habilidades empresariales deben incluir intercambio de aprendizaje entre pares y actividades prácticas, y también deben crear conciencia respecto a cómo las dinámicas de género pueden influir en el desarrollo de los negocios y en el liderazgo.

El programa de capacitación utiliza un modelo de desarrollo de capacidades para capacitar a formadores de Género y Emprendimiento y también a empresarios. Generalmente se lo imparte a estos últimos en cinco sesiones de un día. Estas sesiones de un día pueden extenderse según las necesidades y la disponibilidad de los empresarios. Los objetivos generales del paquete de capacitación incluyen:

- Permitir que mujeres, hombres y familias tomen mejores decisiones en sus negocios para aumentar sus actividades y oportunidades de generación de ingresos
- Promover el empoderamiento económico de las mujeres en comunidades tradicionalmente desfavorecidas o marginadas; y

- Contribuir al desarrollo social y económico de mujeres y hombres que viven en condiciones de pobreza.

Actualmente ha sido implementada a través del proyecto de "Emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana" en el año 2022, contando con tres facilitadores certificados en esta metodología por la OIT, llegando a capacitar a 130 mujeres emprendedoras, de las cuales 67 lograron terminar la capacitación con éxito.

2.4.2. Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima

A. Definición

El equipo del proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana encargado de la identificación, selección y priorización de los emprendimientos beneficiarios tomaron en cuenta las siguientes características:

- Dispositivo para conectarse a internet
- Tiempo de funcionamiento del negocio: entre 0 – 1.5 años
- Tiempo de dedicación al negocio: Tiempo completo – Medio tiempo
- Monto de ventas promedio mensual: S/. 500 – S/. 2000
- Miembros de la familia
- Acceso a internet

B. Dimensiones e indicadores

Sarria y Fries (2017), describen a las siguientes:

Dimensión 1: Mercadeo

El mercadeo tiene que ver con identificar qué es lo que quieren y necesitan los clientes, y con encontrar maneras de ofrecerlo a un buen precio para ellos; también me ayuda a hacer dinero.

Cubre una variedad de actividades dirigidas a ayudar a los negocios a ofrecer productos atractivos o servicios que los clientes necesitan y quieren, de manera que los ayudan a vender más. Mercadeo (o la fórmula de mercadeo) comprende cinco variables fundamentales, que comienzan por la letra "P":

- **Producto (o servicio):** Un producto debería ser fácil de usar, visualmente atractivo, bien embalado y asequible. Un servicio debería ser fácil de adquirir, de extenderse razonablemente en el tiempo por el mismo precio y satisfacer una necesidad temporal.

Los productos y servicios deben llenar las expectativas de los clientes para que la gente continúe usándolos y recomendándolos a otras personas.

- **Precio:** Es la cantidad que cobra a los clientes por comprar un producto o servicio.
- **Puesto:** Es el sitio donde los clientes pueden encontrar su producto o servicio. Los clientes pueden encontrarlo cerca de su hogar, recibirlos a domicilio o recorrer largas distancias y esperar en fila para comprarlo de usted. El puesto o lugar importa porque puede

ser un factor decisivo para que los clientes decidan escoger su producto.

- **Promoción:** Comunicar los beneficios de su producto o servicio a clientes nuevos les ayudará a conocer lo que usted tiene que ofrecer. Después de que lo usen y de que les guste, seguirán comprándolo a usted. La promoción incluye publicidad y hacer que otros escuchen, vean y lean, o incluso prueben y experimenten lo que usted hace.
- **Persona:** Asegurar que su negocio tiene a la gente correcta es clave, tanto para hacer el producto/servicio como para venderlo. Es el rol de un emprendedor o un gerente asegurarse de que tiene a la gente correcta en el negocio, y esto puede requerir ofrecerles capacitación adicional o recompensar a la persona con mejor rendimiento en el equipo.

Dimensión 2: Operaciones

Se refiere a todo lo necesario para ofrecer un servicio o fabricar un producto. Pueden ser agrupados en cuatro componentes:

- **Proceso:** comprender todo lo que se necesita para fabricar un producto es el punto de partida para determinar la estructura de las operaciones comerciales. El proceso incluye todos los pasos que se dan, desde conseguir la materia prima y los insumos hasta la entrega del producto final o la oferta del servicio al cliente.
- **Materiales y otros insumos:** las operaciones comerciales requieren de materiales para fabricar el producto o suministrar un servicio, tal como los ingredientes para preparar una comida o la madera y los

clavos para fabricar una silla. Insumos como agua y electricidad, transporte y otros servicios también entran en esta categoría. En esta parte de operaciones comerciales es cuando el empresario determina la lista de materiales, con qué frecuencia es necesario comprarlos, en qué cantidades, de dónde, cómo negociar los costos, etc. La lista de materiales y otros insumos puede cambiar con el tiempo, pues los productos y servicios evolucionan o cambia la disponibilidad, pero el emprendedor necesita saber exactamente qué está disponible y qué se necesita, porque esto determina en gran parte la calidad de su producto final. Las relaciones con los proveedores o vendedores son clave, ya que puede ser difícil encontrar algunos materiales o productos.

- **Herramientas y equipo:** se necesita equipo y herramientas para las actividades de producción. Generalmente se compran una vez. La principal diferencia entre materiales y equipo es que no se entrega el equipo al cliente cuando hace una compra y tampoco se gasta durante la producción o la entrega. Las herramientas y el equipo siguen perteneciendo al negocio por un tiempo más largo. Es usual que se compren al comienzo y representen un gasto por una sola vez, aunque pueden requerir mantenimiento o ser reemplazados con el tiempo.
- **Mano de obra:** un proceso de producción necesita gente. El pago a quien trabaja para hacer un producto o para ofrecer servicios es parte del costo de mano de obra del negocio. En algunos casos, el emprendedor trabaja solo; en otros casos, trabaja con otra gente. El empresario necesita tener claro cuánta gente requiere para producir y ofrecer su producto o servicio. Debería saber también que quienes trabajan en el negocio necesitan cumplir roles definidos.

Dimensión 3: Finanzas

Se refiere al ciclo financiero de un negocio, el cual comprende:

- **Capital:** es la cantidad que pertenece al dueño o dueños del negocio. Puede ser la suma de la inversión original, otros fondos invertidos, y el balance de todos los beneficios y pérdidas de los diferentes ciclos financieros.
- **Pasivo:** es la cantidad que se debe por concepto de préstamos, los que el negocio obtiene y debe todavía. Esto podría incluir préstamos formales de instituciones financieras, pero también todo lo que el negocio debe a cualquier otra entidad, como inventarios o existencias de productos entregados por los proveedores, pero no pagados todavía. Cualquier deuda del negocio se tiene que registrar aquí. El pasivo se puede clasificar como actual (deudas a corto plazo) y de largo plazo (en general, más un año).
- **Activo:** incluye todos los elementos del negocio, incluyendo dinero en efectivo y también el valor de inventarios, maquinaria y equipo, e incluso el valor de seguros o permisos. El activo se puede clasificar en (1) activos corrientes (dinero en efectivo, inventarios, dinero que deben los clientes y, en general, todo lo que puede convertirse en dinero en efectivo); (2) activos fijos (terrenos, equipo, maquinaria y cosas similares); y (3) activos intangibles (los que no son físicos, como seguros y permisos).
- **Gastos:** todo lo que el negocio consume cae en esta categoría. Maquinaria, herramientas o equipo son activos y no gastos. Salarios,

alquiler y electricidad, empero, se consideran gastos puesto que son recursos que no se quedan en el negocio

- **Ingresos o ganancias:** ventas

Opciones de financiamiento

- **Recursos personales:** pueden echar mano de sus propios ahorros para financiar sus actividades empresariales. Si ya tienen un negocio, pueden tratar de reducir algunos gastos y usar los ahorros para empezar a invertir en cambios. No es aconsejable usar todos sus ahorros, sino apartar algunos con el propósito especial de apoyar su idea empresarial. Pueden tratar de ofrecer servicios que solo requieran de trabajo y no de materiales, insumos, equipo o herramientas, pero sí de un proceso. Usar recursos personales disminuye la dependencia de los demás y ayuda a centrarse en inversiones pequeñas para ver si es una buena idea invertir cantidades más grandes en esa idea.
- **Ayuda de familia y amigos:** si tienen parientes o socios que podrían ayudar prestando recursos financieros temporalmente, podrían intentar hacerles ver el valor de sus ideas y comprometer su ayuda en la fase inicial. Esto les permitiría conseguir apoyo e incluso ideas de sus parientes y amigos. El desafío aquí es que podrían perder el control de lo que quieren hacer, porque los recursos no son enteramente suyos. También tendrán la obligación de devolver lo prestado cuando el negocio genere ganancias. Aunque se trate de familia o amigos, necesitan que el negocio vaya bien para poder reembolsarles.

Por lo tanto, todavía necesitan asegurarse de que su idea empresarial es buena y sólida.

- **Conseguir fondos externos:** pueden buscar fuentes adicionales de financiamiento. La mayor parte de las fuentes externas de financiamiento corresponde a una de las tres siguientes categorías:
 - **Préstamos:** son fondos que se reciben con la condición de que se paguen en un plazo específico y con una tasa de interés dada. Esto significa que hay que devolver los fondos en algún momento, idealmente cuando el negocio esté generando ganancias. Además de pagar el monto, también se paga un cargo por el servicio, que se llama interés. Dependen de la institución que concede el préstamo: la tasa de interés, el plazo para pagar y el esquema de pagos. Estas instituciones también tienen diferentes requisitos para acceder a sus servicios.
 - **Capital:** no tiene que ser devuelto, pero conlleva el costo de compartir la propiedad. El empresario no será el único dueño del negocio y las decisiones tendrán que ser tomadas en acuerdo con los que ponen el capital. Dependiendo del monto y del valor del negocio, los socios podrían solo beneficiarse de las ganancias cuando estas se produjeran, o podrían tener poder de decisión, o en algunos casos podrían ser dueños de la mayor parte del negocio.

- **Subvenciones:** son fondos que no hay que pagar. Generalmente provienen de organizaciones de ayuda al desarrollo, por lo que el emprendedor tendría que informarles de qué manera el negocio tendrá un impacto en la familia o en la comunidad. Las subvenciones no siempre son de ayuda financiera; pueden consistir en servicios de consultoría o capacitación.

Dimensión 4: Gente

Para cualquier negocio es valioso contar con gente, pues según sus estilos y experiencias, lideran, gestionan y organizan. Muchas mujeres son excelentes gerentes y lideresas empresariales; sin embargo, sus destrezas y aptitudes en este sentido se usan y se reconocen poco.

A continuación, se describen las aptitudes de liderazgo de un emprendedor considerados en la metodología GET Ahead:

- **Toma iniciativas y busca oportunidades:** Esta persona no espera que alguien haga las cosas por ella. No tiene miedo de hacer cosas nuevas y siempre busca la manera de mejorar. Aprende nuevas tecnologías, por ejemplo, y siempre está dispuesta a salir de su zona de confort.
- **Establece objetivos, planes para lograrlos y persiste:** Esta lideresa se pone objetivos a corto y largo plazo, y desarrolla un plan para alcanzarlos. Esto implica dividir los objetivos en pasos más pequeños o en acciones que conducirán a resultados. Ella intenta y vuelve a intentar, y aprende de sus errores. No se paraliza cuando encuentra desafíos u obstáculos. Esta conducta implica una actitud

positiva y compromiso, y significa también que está preparada para el desafío. Tiene una actitud de “sí se puede”.

- **Ambiciosa, demanda calidad y explora cómo hacer todo de la mejor manera posible:** Esta lideresa se entusiasma por el trabajo bien hecho y por los productos de calidad. Trabaja constantemente para proporcionar los mejores servicios y productos
- **Curiosa y asume riesgos calculados:** Esta persona busca constantemente información, y no tiene miedo de aprender e intentar cosas nuevas. Considera sus errores como oportunidades de aprender, no como fracasos. Asume riesgos sobre la base de información obtenida, lo que le permite tomar las mejores decisiones.
- **Identifica y reconoce las fortalezas de otros:** Esta lideresa es capaz de identificar qué destrezas y talentos requiere su empresa, y reconoce a las personas que tienen estas destrezas y talentos o que podrían desarrollarlos si se les diera una capacitación apropiada.
- **Espíritu empresarial:** Esta persona tiene chispa, energía, creatividad, pasión, y es flexible. Confía en su intuición y es capaz de basarse en una “corazonada”. Esta lideresa no pierde la calma ante los desafíos.
- **Honesta, responsable ante otros:** Esta lideresa es abierta y honesta con todos. Acepta retroalimentación de otros y la usa como una oportunidad de mejorar para ella y para su empresa.

- **Coordina, establece redes:** Esta lideresa colabora con otros, y puede delegar tareas y responsabilidades. Es agradable y está abierta a conocer gente nueva para encontrar oportunidades
- **Inspira:** Esta persona es una buena comunicadora, influye e inspira a otros para que den lo mejor de sí, y los ayuda a invertir en su éxito.
- **Autoestima:** Esta lideresa tiene autoestima, se conoce a sí misma y es auténtica. Es capaz de mostrar quién es realmente y cuáles son sus valores personales.
- **Comunicación, negociación y toma de decisiones:** Esta lideresa se comunica eficazmente con otros y sabe cómo ser comprendida por los demás. Esto le permite influir con eficacia en las decisiones y acciones de otras personas.

Establecimiento de objetivos SMART

Para alcanzar sus objetivos, es importante definirlos para que le ayude a dar seguimiento al progreso y saber cuándo los ha conseguido. Para ello existe un marco simple que sirve de ayuda: el marco SMART:

- **[e]Specífico:** su objetivo debería centrarse en algo concreto.
(Ejemplo: quiero desarrollar un plan de negocios)
- **Medible:** debería ser fácil ver el progreso y medir su objetivo.
(Ejemplo: en dos semanas, habré analizado a mi clientela. En cuatro semanas, habré establecido los costos y precios de venta).
- **Alcanzable:** su objetivo debería ser algo que se pueda alcanzar o conseguir

- **Realista:** su objetivo debería ser realista. (Ejemplo: desarrollar un plan de negocios es realista, mientras que vender un millón de unidades en el primer mes de negocios no lo es).
- **Tiempo limitado:** los objetivos deberían establecerse tomando en cuenta plazos. ¡Es esto lo que los vuelve objetivos! Hacemos grandes esfuerzos por cumplir los plazos y estos nos ayudan a ser disciplinados a la hora de establecer y alcanzar objetivos. Los límites de tiempo tienen que ser también alcanzables y realistas.

Dimensión 5: Riesgos

Se define riesgo como cualquier cosa que puede generar un cambio en los resultados del plan de negocios. Un riesgo positivo puede ser que se generaron más ventas de las esperadas, que los productos se pueden vender por más dinero del proyectado, o que los proveedores están vendiendo a los negocios a un precio

reducido que antes no se consideró. Todas estas cosas redundan en un plan de negocios mejor de lo que se pensó. Los riesgos pueden también producir el efecto contrario. Puede ser un riesgo negativo que el negocio esté perdiendo dinero o que su reputación esté cayendo

- **Priorizas riesgos:** Para priorizar riesgos, hay que evaluar dos de sus características: la probabilidad y el impacto. Usemos una plantilla de puntuación proporcionando un puntaje a las características de cada riesgo; así, tendremos una lista que puede ordenarse del riesgo más urgente o más peligroso al menos urgente o menos peligroso. El lugar donde se traza la línea es subjetivo. Sin embargo, es importante

priorizar los factores de riesgo para minimizar los recursos que se requieren para enfrentarlos

- **Manejo de riesgos:** Una vez identificados los riesgos y establecidos los de alto impacto y alta probabilidad, puede elegir una de las siguientes opciones:
 - **Minimizar o reducir** el riesgo. En este caso, todavía tendrá que enfrentar el riesgo, pero si se da, el impacto se habrá reducido.
 - **Evitar.** Esto significa que no se pondrá en la situación de que el riesgo ocurra. No se enfrenta el impacto potencial sino la probabilidad.
 - **Transferir el riesgo.** En este caso, otra persona recibe el daño del riesgo.
 - **No hacer nada:** Finalmente, la otra opción es simplemente enfrentar los riesgos cuando lleguen, lo que equivale a no hacer nada para preverlos.

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.1. Hipótesis

1.1.1. Hipótesis general

La implementación de la metodología GET Ahead, incide positivamente en los emprendimientos liderado por mujeres beneficiarias del Proyecto emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad 2022.

1.2. Variables

Var X: Metodología GET Ahead

Var Y: Emprendimientos liderados por beneficiarias del proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022

Tabla 1

Operacionalización de variables

Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
La metodología GET Ahead, de la implementación de la metodología GET Ahead incide positivamente en los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto "Emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022 - 2023"	Implementación de la metodología GET Ahead	Cronograma de implementación PN	Cronograma de implementación PN elaborados	Lista de cotejo
			Avance de objetivos planteados	Encuesta
			Asistencia a la capacitación	Lista de cotejo
	Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima	Satisfacción	Grado de satisfacción	Encuesta
			Satisfacción del cliente con el producto o servicio	
			Precio de mercado	
		Mercadeo	Puesto de venta de producto o servicio	
			Promoción de producto o servicio	
			Equipo humano	
			Etapas del proceso de producción	
		Operaciones	Materiales y otros insumos utilizados en proceso de producción	
			Herramientas y equipos utilizados en proceso de producción	Encuesta
			Mano de Obra para la producción	
			Costos de producción	
			Ciclo financiero positivo	
		Finanzas	Manejo de inventario	
			Diversificación de opciones de financiamiento	
		Gente	Aptitudes de liderazgo	
			Objetivos SMART	

Gestión de tiempo	
Riesgos	Identificación de riesgos
	Calificación de probabilidad de riesgos
	Calificación de impacto de riesgos
	Manejo adecuado y oportuno de riesgo

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

Ubicación geográfica: Provincia Lima, Región Lima

4.2. Método de investigación

Método hipotético-deductivo, dado que partió de una hipótesis general sobre la incidencia de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias. A partir de dicha hipótesis, se dedujeron variables e indicadores que fueron evaluados mediante la recolección de datos en dos momentos distintos (línea de base y línea de salida), con el fin de verificar la validez empírica de la proposición inicial.

Método analítico–sintético, ya que permitió descomponer el objeto de estudio en sus distintas dimensiones e indicadores, analizar su comportamiento individual en dos momentos (antes y después de la intervención) y posteriormente integrar los hallazgos para comprender el efecto global de la metodología GET Ahead sobre los emprendimientos de las beneficiarias. Este enfoque favorece una comprensión sistemática y ordenada del fenómeno

4.3. Diseño de la investigación

Diseño no experimental, porque las variables serán analizadas tal y como aparecen en la realidad, sin manipularlas, en su contexto natural sin manipular ninguna variable. Por su temporalidad será longitudinal, porque la información que se obtendrá será en dos momentos, el primero antes de la implementación, como línea base y el segundo al haber transcurrido un semestre, como una línea de salida.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación

Unidad de análisis: Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima

Unidad de observación: Las mujeres emprendedoras beneficiarias del proyecto que lideran dichos emprendimientos.

La población, son los 67 emprendimientos que formaron parte del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana 2022.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Técnica cuantitativa: encuesta

Instrumento: cuestionario

La aplicación de cuestionario se realizó en 2 fases:

Fase 1: Se realizó el recojo de información 15 días antes de iniciar el proceso de capacitación mediante la metodología GETAhead; este proceso fue ejecutado por los tres facilitadores contratados para brindar la capacitación, en conjunto con el equipo contratado por el proyecto, con la finalidad de obtener información oportuna sobre el estado actual en conocimiento empresarial de las emprendedoras sobre su emprendimiento. Teniendo como resultado una base de datos, que, a partir de ahora, se llamará línea de base.

Fase 2: El recojo de información para esta fase, se realizó al inicio del segundo semestre del año 2023, ya que la capacitación brindada concluyó en diciembre del 2022, esto, con la finalidad de brindarle tiempo a las emprendedoras beneficiarias del proyecto para implementar la matriz formulada con acciones para mejora del emprendimiento como producto final individual de la capacitación brindada.

Para el recojo de información se contrató cuatro encuestadores, los cuales fueron capacitados en la recolección asertiva de indicadores económicos mencionados de

cada emprendimiento, mediante la encuesta realizada para la presente investigación. Teniendo como resultado una base de datos, que, a partir de ahora, se llamará línea de salida.

4.6. Técnicas de procesamiento, análisis y discusión de resultados

Técnica cuantitativa para el procesamiento de datos, se codificaron los resultados recogidos en el cuestionario, luego se tabularon y limpiaron los datos en una tabla organizada por encuestado e indicador en la herramienta digital Excel.

Para el análisis de datos se utilizó la herramienta digital SPSS, realizando pruebas de estadística descriptiva donde se calcularon porcentajes por indicador y escala calificada.

La discusión de resultados se realizó mediante la interpretación estadística inferencial con el cálculo de incidencia en Excel y la prueba de Wilcoxon para contrastación de hipótesis con SPSS.

Tabla 2.

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables
Problema principal:	Objetivo General	Hipótesis:	Var. X:
¿Cuál es la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende, ejecutado en Lima Metropolitana, 2022 - 2023?	Determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderado por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende, ejecutado en Lima Metropolitana, 2022 - 2023	La implementación de la metodología GET Ahead, incide positivamente en los emprendimientos liderado por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende, ejecutado en Lima Metropolitana, 2022 - 2023	Metodología GET Ahead
Problemas específicos	Objetivos específicos		Var. Y:
a. ¿Cuáles son los aspectos relevantes de la metodología GET Ahead?	Explicar la implementación de la metodología GET Ahead.		Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende
b. ¿Cuáles son las características de los emprendimientos liderados por	Determinar las características de los emprendimientos liderados por		

mujeres beneficiarias del Proyecto	mujeres beneficiarias del Proyecto
Emprende, ejecutado en Lima	Emprende, ejecutado en Lima
Metropolitana, 2022?	Metropolitana, 2022

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Presentación de resultados

La investigación buscó determinar la incidencia que existe de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende, ejecutado en Lima Metropolitana, 2022 – 2023.

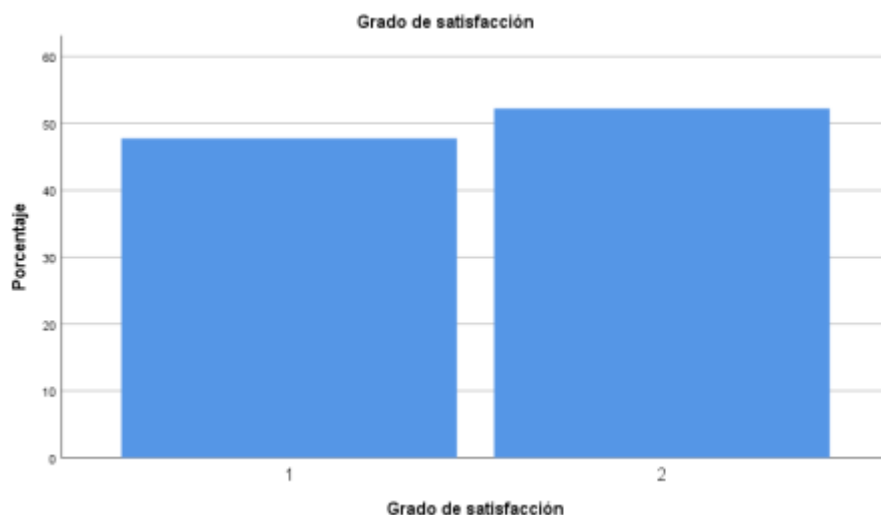
A. Grado de satisfacción de la implementación de la metodología GET Ahead

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuanto a la implementación de la metodología GET Ahead, el 52% calificó como regular el grado de satisfacción, esta situación confirma las falencias existentes en cuando a las condiciones en las que se realizó la implementación de la metodología ya que, como se describe anteriormente, la heterogeneidad del grupo era notable en cuanto al acceso a internet, conocimientos digitales y equipos tecnológicos.

Tabla 3

Grado de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	32	47,8	47,8	47,8
	Regular	35	52,2	52,2	100,0
	Poco	0	0	0	0
	Nada	0	0	0	0
	Total	67	100,0	100,0	

Figura 1*Grado de satisfacción***B. Avance de objetivos planteados**

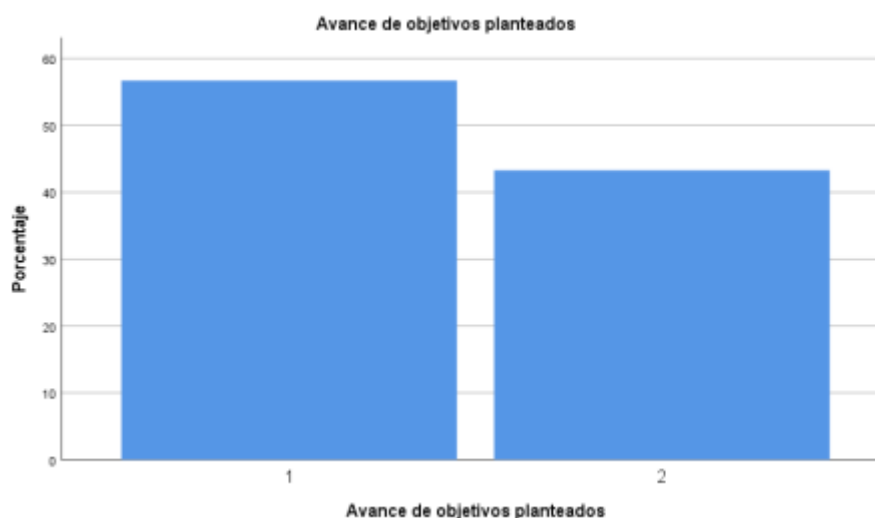
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la implementación de la metodología GET Ahead, el 56% calificó como mucho, el avance de objetivos planteados, esto confirma que, a pesar de haber iniciado con poca inversión, su emprendimiento si ha ido mostrando resultados concretos mediante la implementación de acciones, planteadas en el cronograma de implementación de mejora individual.

Tabla 4*Avance de objetivos planteados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	38	56,7	56,7	56,7
	Regular	29	43,3	43,3	100,0
	Poco	0	0	0	0
	Nada	0	0	0	0
	Total	67	100,0	100,0	

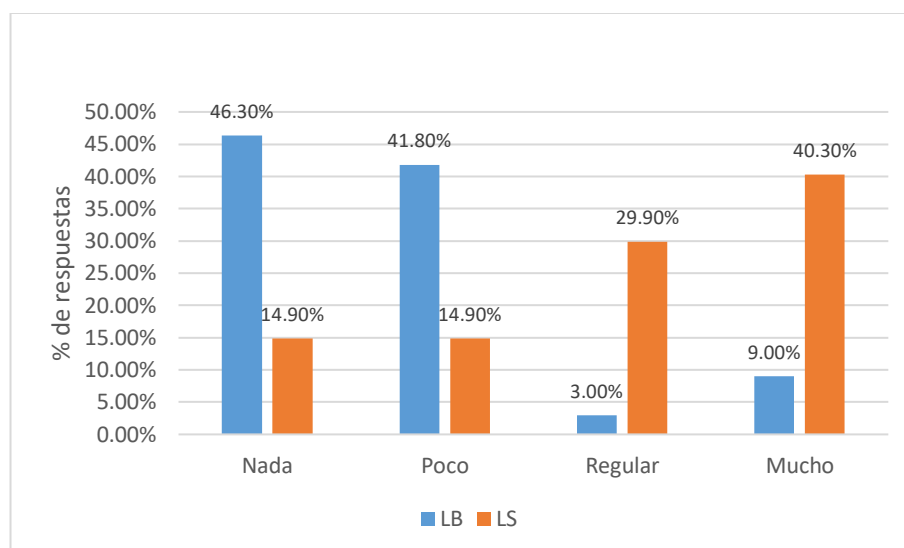
Figura 2

Avance de objetivos planteados

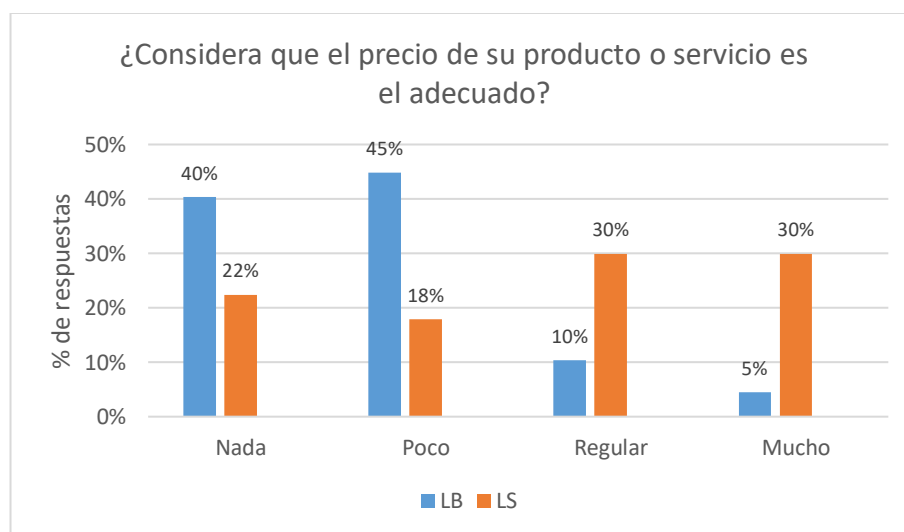


C. Satisfacción del cliente con el producto o servicio

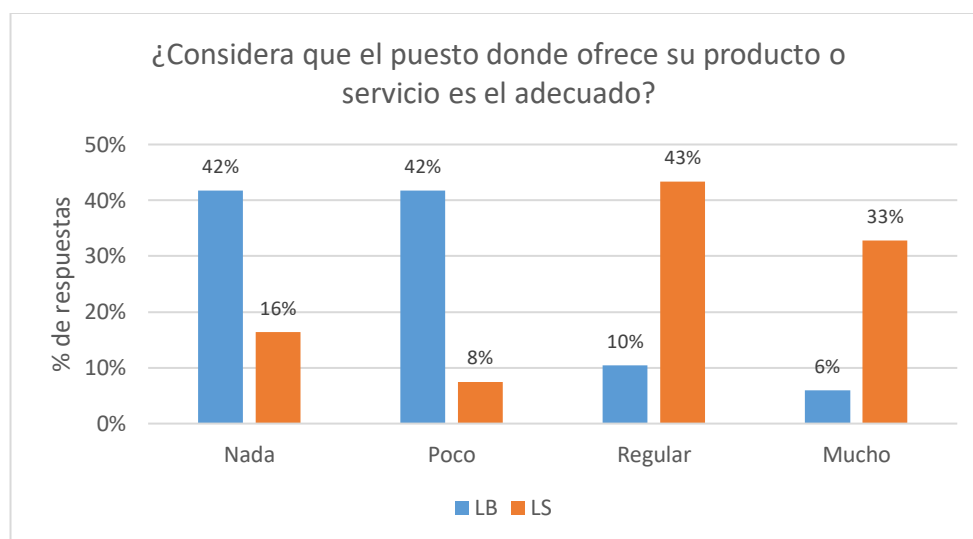
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la satisfacción del cliente con el producto o servicio que brinda al mercado, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 46.3% considera que no satisface en nada las expectativas de los clientes con el producto o servicio que brinda, confirmando las falencias existentes en cuando a la segmentación de su mercado y estrategias de mercadeo en su emprendimiento, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 40.3 % considera que satisface mucho las expectativas de los clientes con el producto o servicio que brinda, debido a la elaboración de estudio de mercado y segmentación de clientes que se realizó durante la capacitación, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 3**Expectativas de los clientes por producto o servicio****D. Precio del mercado**

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando al precio del mercado del producto o servicio que brinda, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 44.8% considera el precio de su producto o servicio que brinda es poco adecuado, confirmando las falencias existentes en cuando al cálculo de costos de producción y precios, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 29.9 % % considera el precio de su producto o servicio que brinda es regular o muy adecuado, debido al análisis de costos y precios elaborado que se realizó durante la capacitación, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 4***Expectativas de la relación precio / productos*****E. Puesto de venta de producto o servicio**

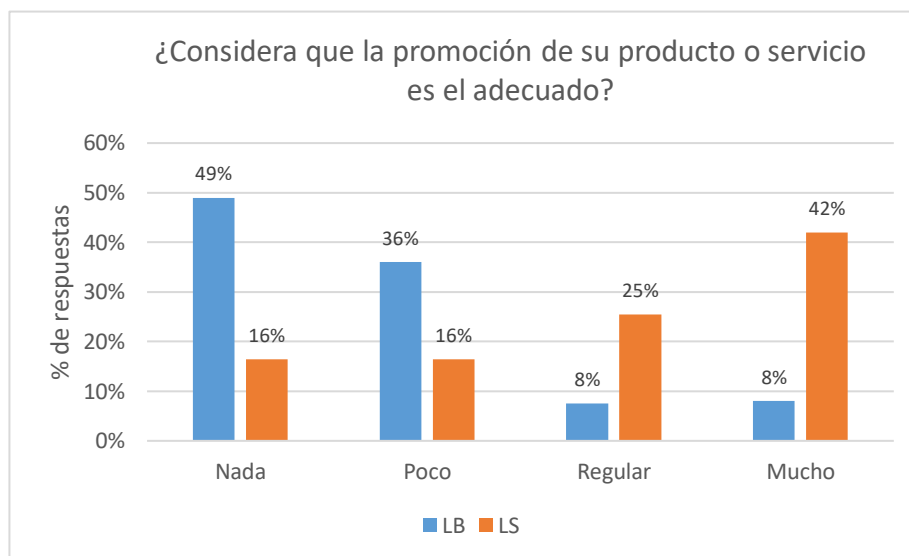
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando al puesto de venta del producto o servicio que brinda, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 41.8% considera que el puesto donde ofrece su producto o servicio es poco o nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuando a la inversión, distribución y ubicación de su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 43.3 % % considera que el puesto donde ofrece su producto o servicio es regularmente adecuado, debido a la capacitación sobre distribución, implementación e innovación en canales de venta, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 5***Puesto adecuado para la venta de producto o servicio*****F. Promoción de producto o servicio**

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la promoción del producto o servicio que brinda, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 49.3% considera que la promoción de su producto o servicio es nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuando a la elaboración de segmentación de mercado para determinar promociones estratégicas para su producto o servicio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 41.8 % considera que la promoción de su producto o servicio es muy adecuada, debido a la capacitación segmentación de clientes y análisis de mercado, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 6

Promoción adecuada para precio o producto

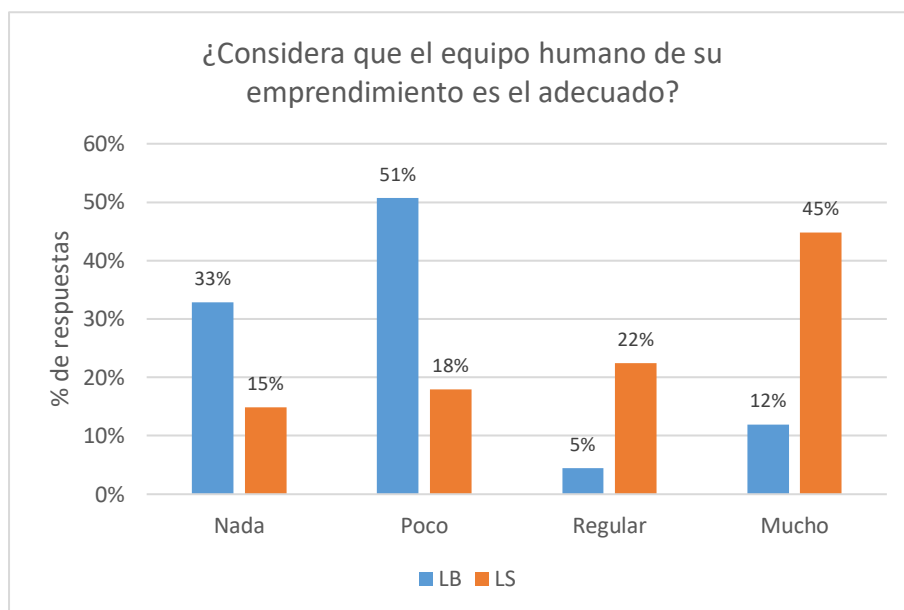


G. Equipo humano

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando al equipo humano con el que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 50.7% considera que el equipo humano con el que cuenta en poco adecuado, confirmando las falencias existentes en cuando a la confianza de sus colaboradores y familia con los que cuenta para el negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 44.8 % considera que el equipo humano con el que cuenta es muy adecuado, debido a los ejercicios de reforzamiento de confianza y entorno empresarial y familiar que necesitan los negocios, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 7

Equipo humano adecuado en el negocio

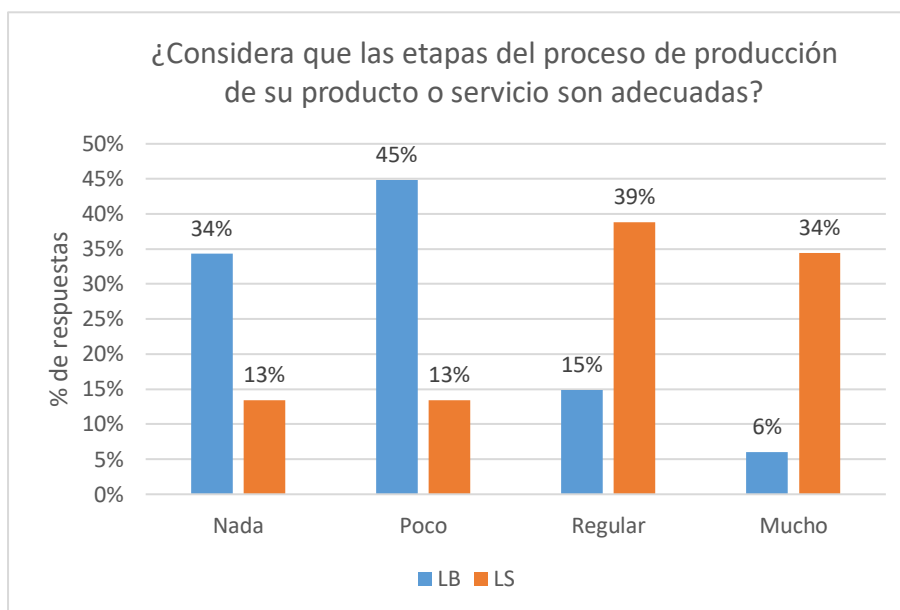


H. Etapas del proceso de producción

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a las etapas de proceso de producción con el que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 34.3% considera que las etapas del proceso de producción de su producto o servicio son nada adecuadas, confirmando las falencias existentes en cuando a la identificación del proceso de producción, cuellos de botella y estandarización en procesos, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 38.8 % y 34.3 % considera que el equipo humano con el que cuenta es regular o muy adecuado, debido a los a la identificación de procesos de producción y reforzamiento de la importancia de la estandarización en servicios y productos, así como las estrategias consideradas en la metodología y adaptadas para el trabajo remoto que se tuvo.

Figura 8

Adecuado proceso productivo

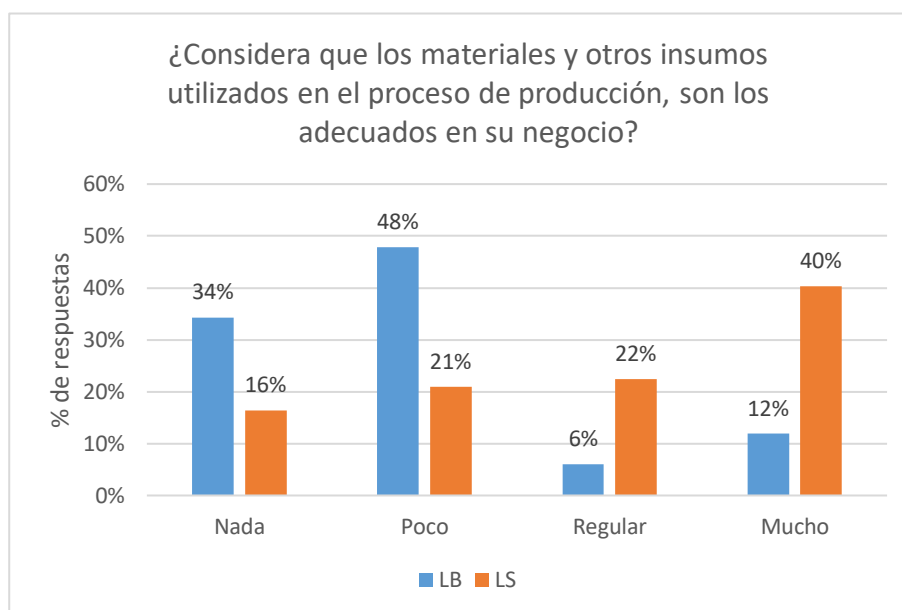


I. Materiales y otros insumos utilizados en proceso de producción

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a los materiales y otros insumos utilizamos en el proceso de producción de productos o servicios de su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 47.8 % considera que los materiales y otros insumos utilizados en el proceso de producción de su producto o servicio son poco adecuados, confirmando las falencias existentes en cuando a la identificación de materiales, proveedores y competencia en su entorno empresarial, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 40.3% considera que los materiales y otros insumos utilizados en el proceso de producción de su producto o servicio son muy adecuados.

Figura 9

Adecuados materiales y otros insumos utilizados en el proceso de producción

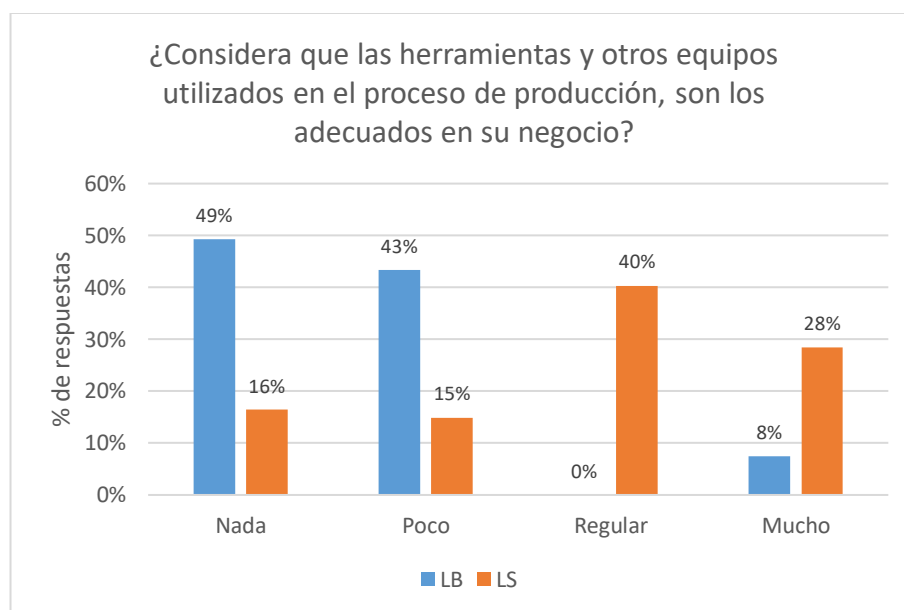


J. Herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a las herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción con el que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 49.3% considera que las herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción de su producto o servicio son nada adecuadas, confirmando las falencias existentes en cuando a la falta de capital e identificación de cuellos de botella en su proceso, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 40.3 % considera que las herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción de su producto o servicio son regularmente adecuadas, debido que a pesar de la inyección de dinero por parte de proyecto y capital semilla, aun les hace falta ciertos equipos y herramientas.

Figura 10

Adecuadas herramientas y otros equipos en proceso de producción

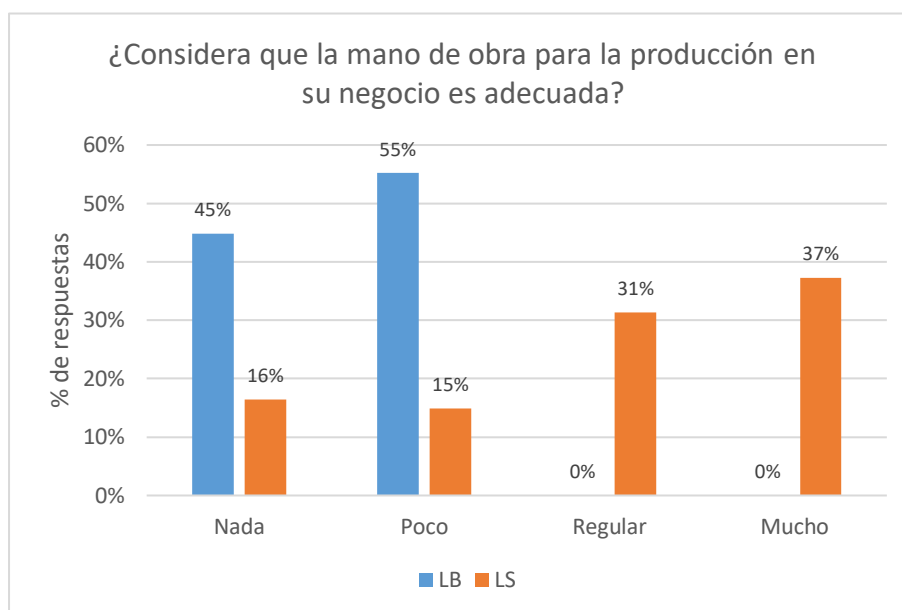


K. Mano de obra para la producción

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la mano de obra con el que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 44.8% considera que la mano de obra con el que cuentan en su negocio es nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuanto a la fortaleza de equipo humano que debe tener un negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 37.3% y 31.3% considera que la mano de obra con el que cuentan en su negocio es regular o muy adecuado, debido que a pesar de poca confianza hacía sus colaboradores, han logrado comprender lo importante y esenciales que son.

Figura 11

Mano de obra para la producción

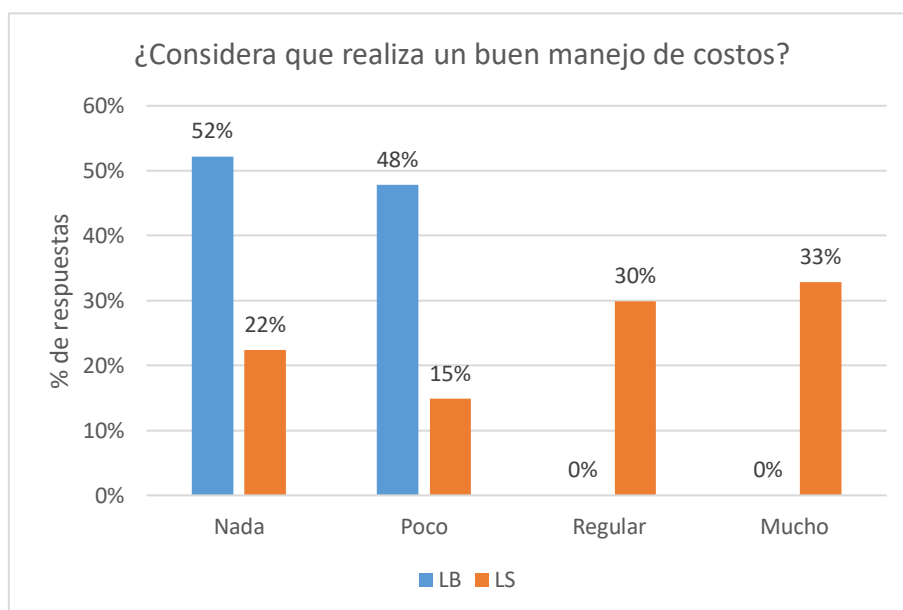


L. Costos

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a manejo de costos su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 52.2% considera que el manejo de costos de su negocio es nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuanto al análisis de costos de su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 32.8% considera que el manejo de costros de su negocio es muy adecuado, debido que a través de la capacitación han logrado identificar los costos de su negocio y analizarlos.

Figura 12

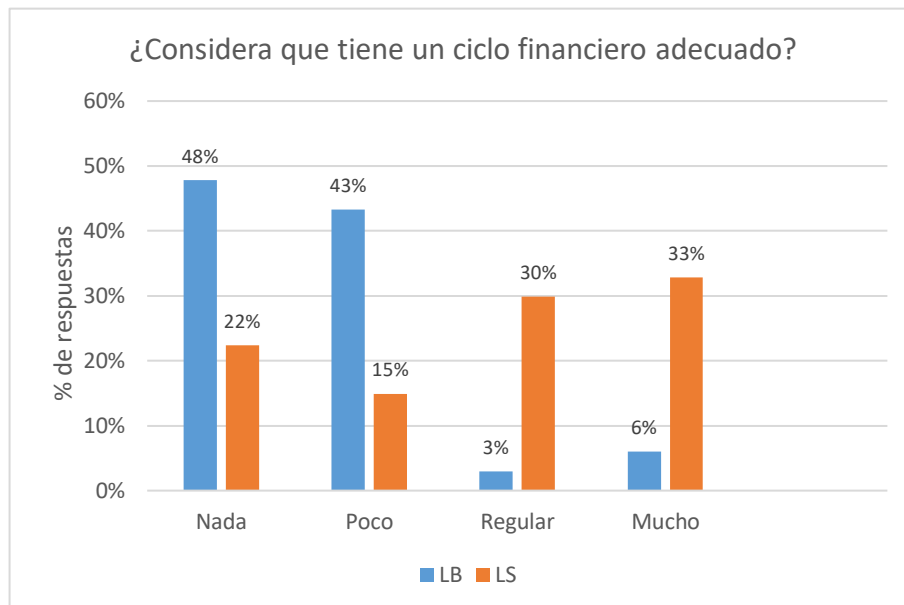
Costo de producción

**M. Ciclo financiero**

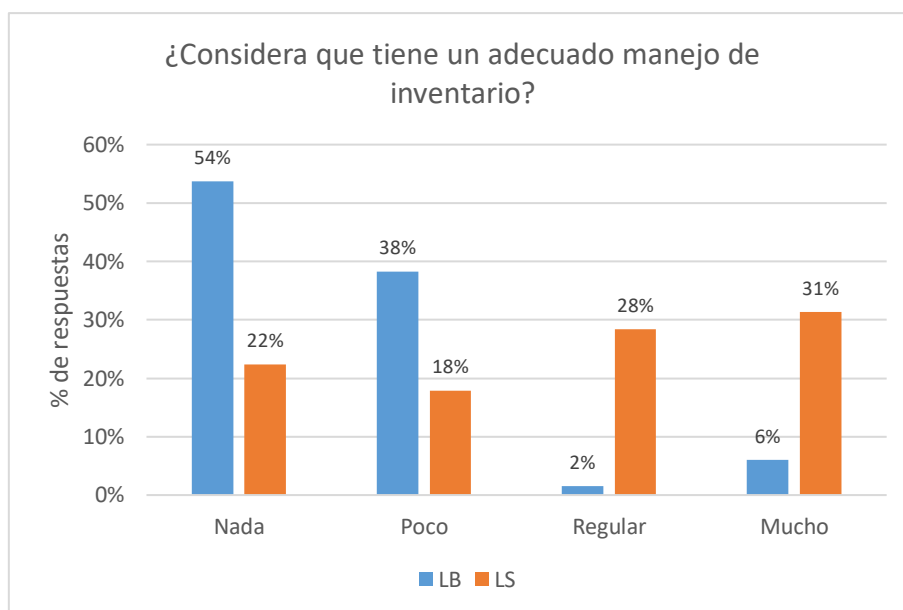
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando al ciclo financiero positivo de su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 47.8% considera que tiene un ciclo financiero nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuanto al registro financiero y flujo económico de su negocio , sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 32.8% considera que es muy adecuado, sin embargo persiste el hecho aun el 22.4% que es nada adecuado, reforzando la idea de que se debe ampliar el módulo de ciclo financiero en próximas replicas.

Figura 13

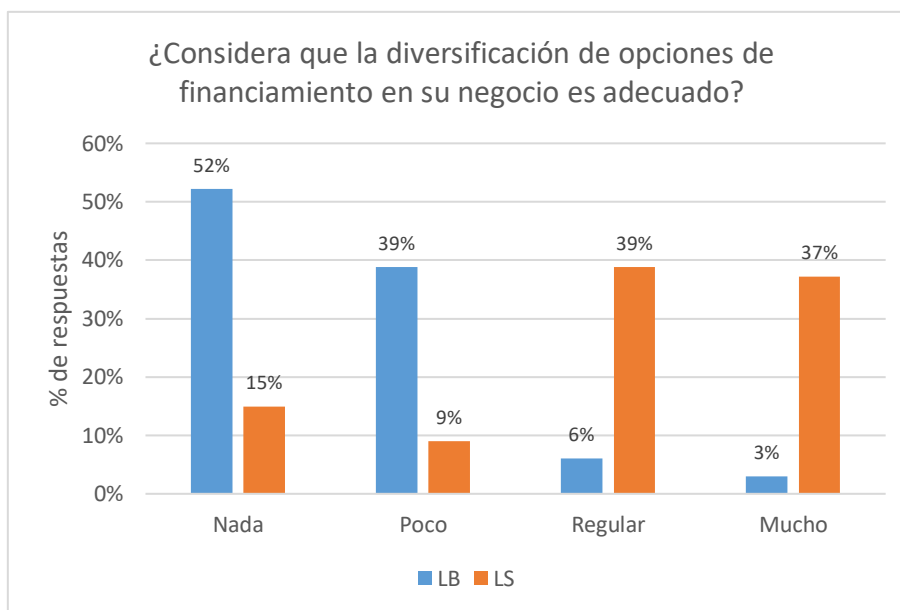
Ciclo financiero positivo

**N. Manejo de inventario**

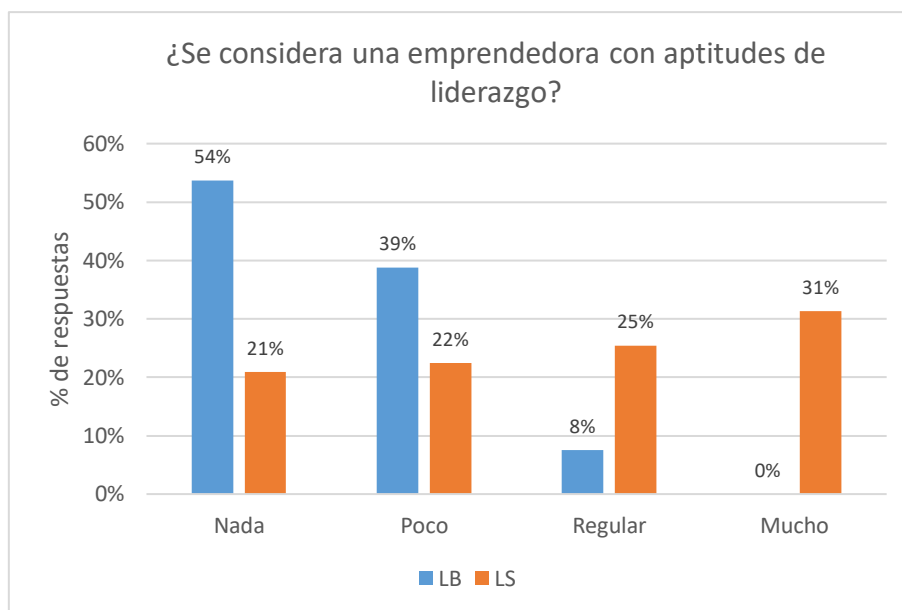
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando al manejo de inventario que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 53.7% considera que el manejo de inventario en su negocio es nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuanto a las entradas, salidas y producción adecuada de su negocio, lo cual genera pérdidas en su mayoría de casos, sin embargo esta situación varía en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 31.3% y 28.4% considera que el manejo de inventario en su negocio es regular o muy adecuado, debido que a pesar de haber capacitado sobre el manejo de inventario, es necesario plantear una herramienta digital de manejo de inventarios para pequeños emprendedores

.Figura 14**Manejo de inventario****O. Diversificación de opciones de financiamiento**

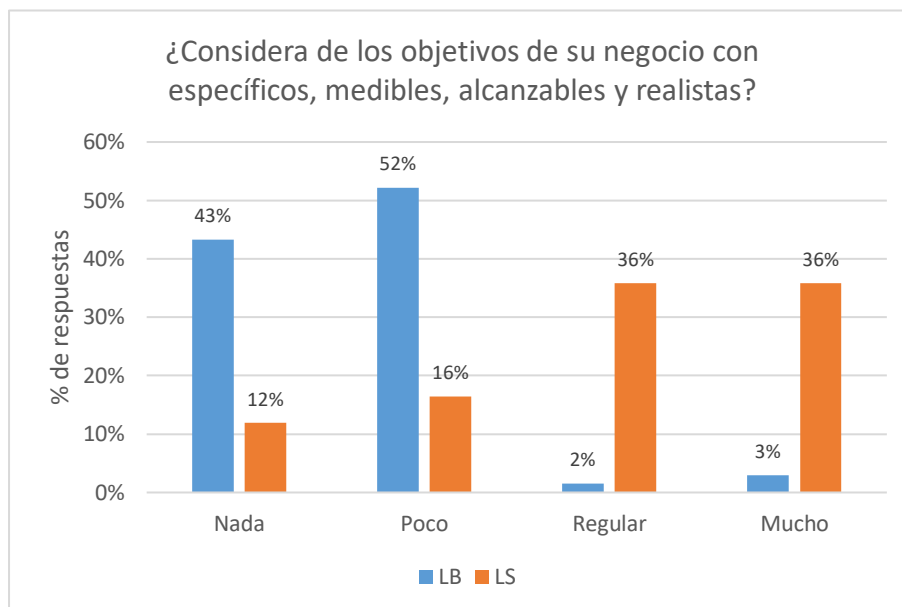
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la mano de obra con el que cuentan en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 52.2% considera que la diversificación de opciones de financiamiento de su negocio es nada adecuado, confirmando las falencias existentes en cuanto al análisis de financiamiento para el crecimiento de su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 38.8% y 37.3% considera que la diversificación de opciones de financiamiento de su negocio es regular o muy adecuado, ya que, como parte de los ejercicios planteados en la metodología se realizó el mapeo de la oferta financiera acorde a las posibilidades de su negocio.

Figura 15*Diversificación de opciones de financiamiento***P. Aptitudes de Liderazgo**

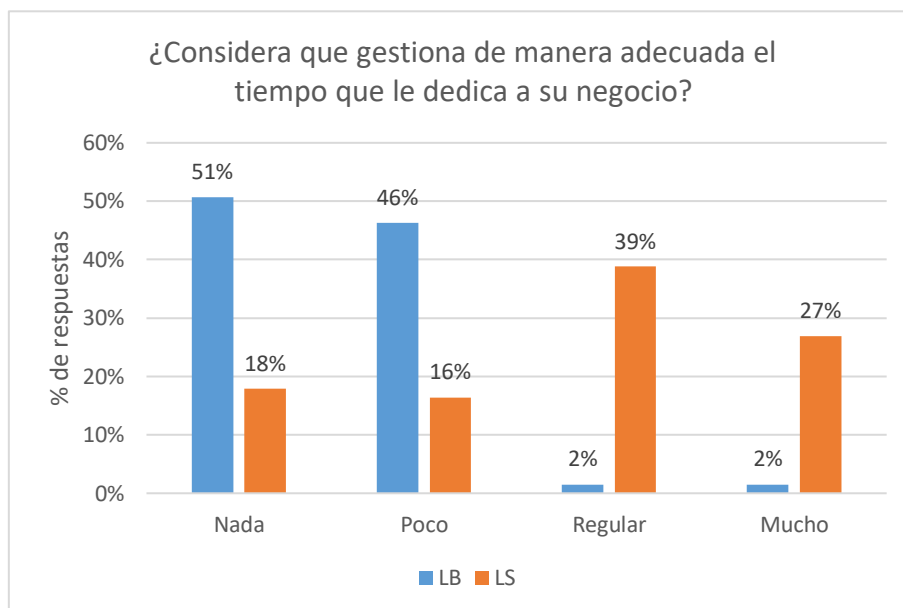
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuanto a las aptitudes de liderazgo, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 53.7% considera con ninguna aptitud de liderazgo, confirmando las falencias existentes en cuanto a la confianza en si mismas, así como en la identificación de aptitudes y reforzamiento de las mismas, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 31.3% considera con muchas aptitudes de liderazgo

Figura 16**Aptitudes de Liderazgo****Q. Objetivos SMART**

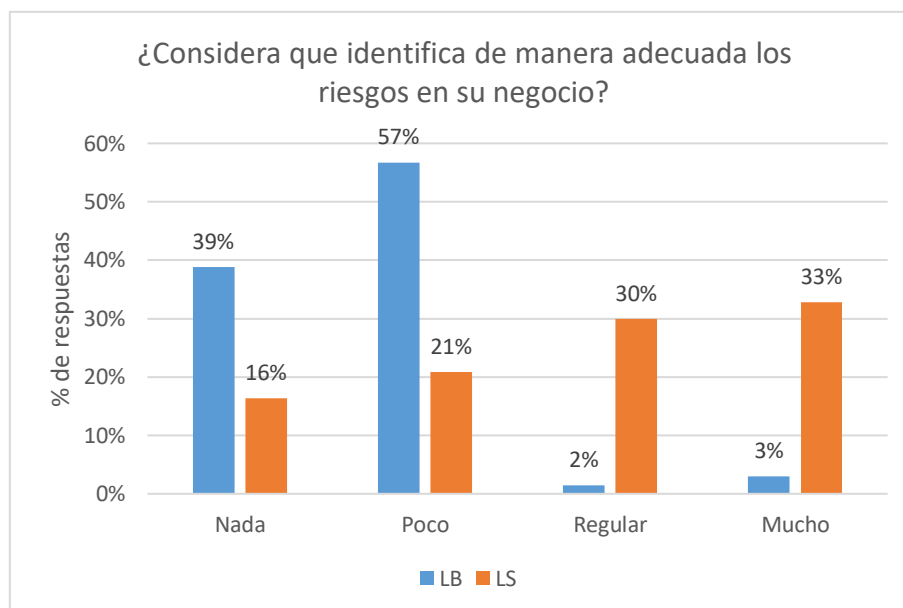
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a objetivos planteados para su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 43.3% considera que los objetivos planteados para su negocio no son nada SMART, confirmando las falencias existentes en cuanto al planteamiento de objetivos, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 35.8% considera que los objetivos planteados para su negocio son regular y muy específicos, medibles, alcanzables y realistas

Figura 17**Objetivos SMART****R. Gestión del tiempo**

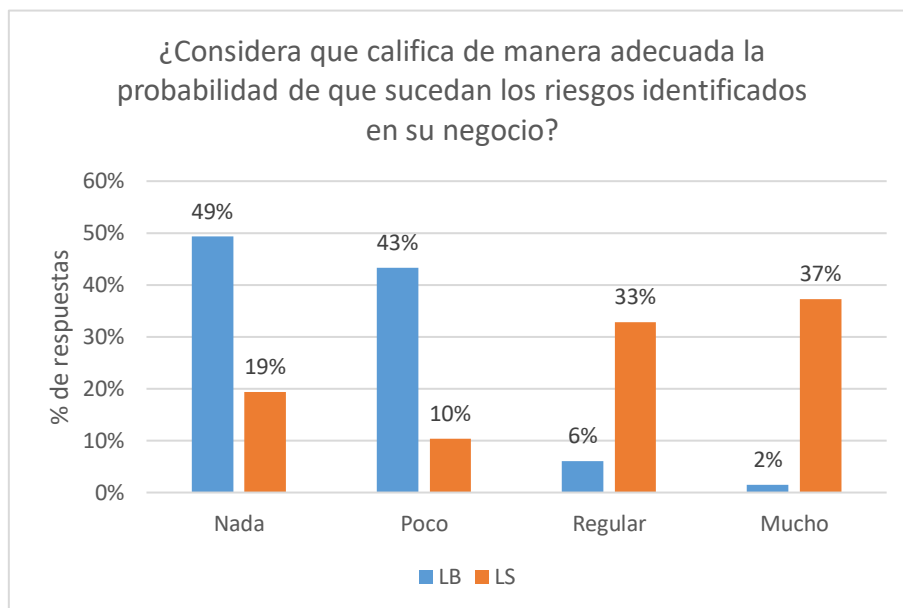
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuanto a la gestión de tiempo, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 50.7% y 46.3% considera que no tiene o tiene poca gestión de tiempo, confirmando las falencias existentes en cuanto a la organización de su tiempo personal y laboral, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 29.9% y 32.8% considera que tiene regular y mucha gestión de tiempo, debido a la implementación de la herramienta digital incluida como parte de la metodología.

Figura 18**Gestión del tiempo****S. Identificación de riesgo**

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la identificación de riesgos en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 56.7% considera que identifica de manera poco adecuada los riesgos de su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 32.8% y 29.9% considera que identifica de manera regular y muy adecuada los riesgos de su negocio

Figura 19**Identificación de riesgo****T. Calificación de probabilidad de riesgo**

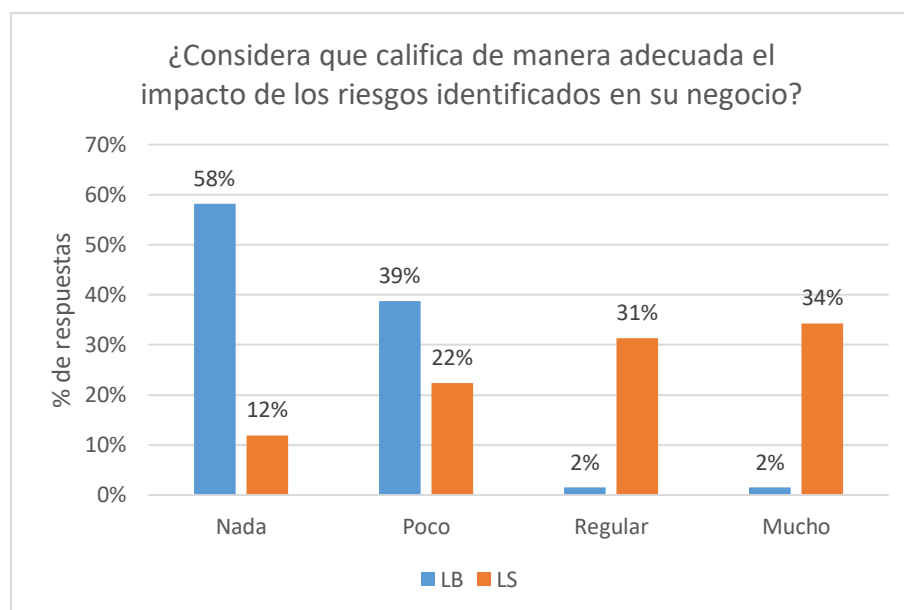
De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la calificación de probabilidad de riesgos en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 49.3% considera que califica de manera nada adecuada la probabilidad de riesgos de su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 32.8% y 37.3% considera que califica de manera regular y muy adecuada la probabilidad de riesgos de su negocio

Figura 20**Calificación de probabilidad de riesgo****U. Calificación de impacto de riesgo**

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la calificación de impacto de riesgos en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 58.2% considera que califica de manera nada adecuada el impacto de riesgos en su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 34.3% y 31.3% considera que califica de manera regular y muy adecuada el impacto de riesgos de su negocio.

Figura 21

Calificación de impacto de riesgo

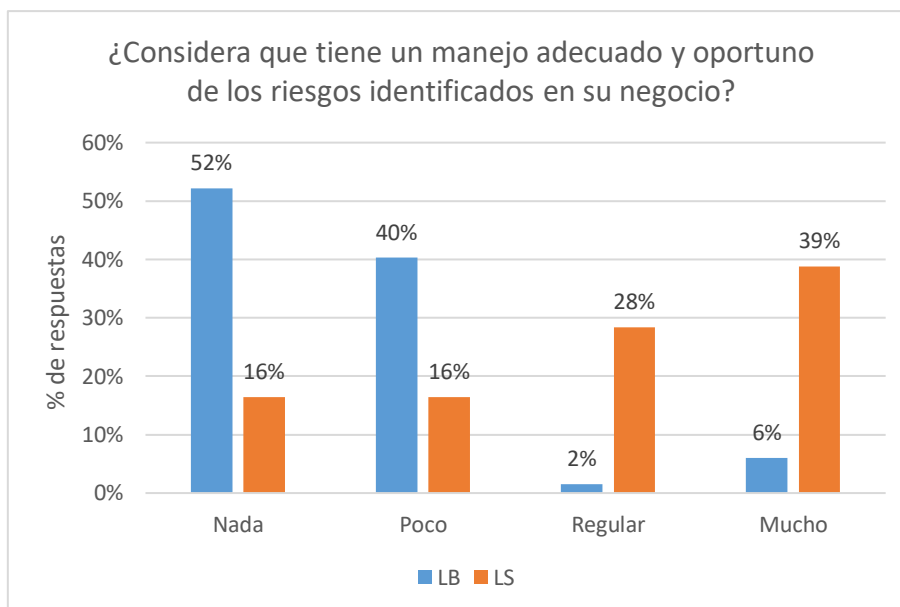


V. Manejo adecuado y oportuno de riesgo

De las 67 mujeres beneficiarias del Proyecto Emprende encuestadas, en cuando a la calificación de manejo adecuado y oportuno de riesgos en su negocio, en el recojo de información de línea de base, se visualizó que el 52.2% considera que tiene un manejo nada adecuado y oportuno de los riesgos identificados en su negocio, sin embargo esta situación varía considerablemente en los resultados de este indicador en el recojo de información de línea de salida, ya que como se observa en la siguiente tabla, el 28.4% y 38.8% considera que tiene un manejo regular y muy adecuado y oportuno de los riesgos identificados en su negocio.

Figura 22

Manejo adecuado y oportuno de riesgo



5.2. Análisis e Interpretación de resultados

La tabla 25 muestra la incidencia calculada mediante media aritmética de los resultados por cada indicador antes de la capacitación mediante la metodología GET Ahead y después de la capacitación,

Estos datos indican que, la incidencia fue positiva en las dimensiones Mercadeo donde pasó de “poco” a “regular”, Operaciones donde pasó de “nada” a “regular” e incidencia nula en las dimensiones de Finanzas, Gente y Riesgos, donde se mantuvo “poco”. Lo que indica que la metodología GET Ahead cómo la primera vez aplicada en Perú con el tipo de perfil de emprendedoras en el territorio, se tiene que reforzar los apartados en Finanzas donde la incidencia fue nula (Ciclo financiero, Diversificación de opciones de financiamiento), Gente donde la incidencia fue nula (Aptitudes de liderazgo y gestión del tiempo) y Riesgos donde la incidencia fue nula (Identificación de riesgos, calificación de probabilidad de riesgos y manejo oportuno y adecuado de riesgos), ya que el Mercadeo y las Operaciones son aspectos que por lo general las emprendedoras manejan y se desenvuelven de mejor manera.

Tabla 5

Incidencia de resultados de cuestionario por indicador y dimensión

Dimensiones	Indicadores	Moda	
		Antes	Después
Mercadeo	Satisfacción del cliente con el producto o servicio	2	3
	Precio de mercado	1	3
	Puesto de venta de producto o servicio	2	2
	Promoción de producto o servicio	2	3
	Equipo Humano	2	3
Moda dimensión Mercadeo		2	3
Operaciones	Etapas de proceso de producción	1	3
	Materiales y otros insumos utilizados en proceso de producción	1	3
	Herramientas y equipos utilizados en el proceso de producción	2	2
	Mano de obra para la producción	2	2
	Costos de producción	1	3
Moda dimensión Operaciones		1	3
Finanzas	Ciclo financiero positivo	2	2
	Manejo de inventario	1	3
	Diversificación de opciones de financiamiento	2	2
Moda dimensión Finanzas		2	2
Gente	Aptitudes de liderazgo	2	2
	Objetivos SMART	1	3
	Gestión de tiempo	2	2
Moda dimensión Gente		2	2

Conclusión

En la tabla 1 se observó que el Sig (bilateral) =0.000 es que el nivel de significancia $\alpha =0.05$ se rechaza H_0 . Existe suficiente evidencia para afirmar que existe incidencia significativamente en las Var 1 y Var 2

VI. CONCLUSIONES

La incidencia fue positiva en las dimensiones Mercadeo donde pasó de “poco” a “regular”, Operaciones donde pasó de “nada” a “regular” e incidencia nula en las dimensiones de Finanzas, Gente y Riesgos, donde se mantuvo “poco”. Lo que indica que la metodología GET Ahead cómo la primera vez aplicada en Perú con el tipo de perfil de emprendedoras en el territorio, se tiene que reforzar los apartados en Finanzas donde la incidencia fue nula (Ciclo financiero, Diversificación de opciones de financiamiento), Gente donde la incidencia fue nula (Aptitudes de liderazgo y gestión del tiempo) y Riesgos donde la incidencia fue nula (Identificación de riesgos, calificación de probabilidad de riesgos y manejo oportuno y adecuado de riesgos), ya que el Mercadeo y las Operaciones son aspectos que por lo general las emprendedoras manejan y se desenvuelven de mejor manera

La metodología GET Ahead fue elaborada por el equipo de la OIT en el año 2022 con el objetivo subyacente de Género y Emprendimiento es brindar mayor acceso a mujeres a capacitación en habilidades empresariales mediante actividades interactivas y prácticas. Con un enfoque innovador, la capacitación reconoce que, para llegar a más mujeres y ser efectivos, utilizando un modelo de desarrollo de capacidades para capacitar a formadores de Género y Emprendimiento el cual está dividido en 5 secciones denominada: mercado, operaciones, finanzas, Gente y riesgos.

Las características de las mujeres beneficiarias del proyecto son: disponibilidad de dispositivo para conectarse a internet, tiempo de funcionamiento del negocio: entre 0 – 1.5 años, tiempo de dedicación al negocio: Tiempo completo – Medio tiempo, Monto de ventas promedio mensual: S/. 500 – S/. 2000, número de miembros de la familia y acceso a internet

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las ONG o instituciones en general que tengan este tipo de público objetivo descrito en la presente investigación, utilizar la metodología GET Ahead ya que el periodo de prueba y mejora ya se realizó entre los años 2022 y 2023, actualmente los facilitadores se encuentran en proceso de aprendizaje constante y desarrollando la metodología en distintos territorios a nivel nacional, los cuales han traído resultados positivos en emprendedores de bajos recursos, en su mayoría personas en estado de vulnerabilidad o migrantes.

Se recomienda a la OIT, adaptar la metodología en función a las deficiencias existentes en las zonas de intervención de proyectos similares realizando siempre una línea de base, la cual permite evidenciar deficiencias en los aspectos más complicados de cada uno de los emprendimientos, sobre seguir implementando la metodología y de acuerdo a los resultados de incidencia.

Se recomienda a la cooperación internacional continuar con las réplicas en los distintos territorios ya que es una metodología propuesta para el perfil de emprendedores que tenemos en Perú y que han ido aumentando a raíz de la reciente pandemia.

[illegible]

APENDICE 3: Encuesta Línea Base

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDA A MUJERES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTO Y EMPLEABILIDAD CON MUJERES JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderados por beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima metropolitana 2022 – 2023.

Se pide su apoyo valioso para contestar con objetividad las siguientes preguntas:

Fecha de la encuesta :/...../.....
 Nombre de la emprendedora :
 Nombre del emprendimiento :
 Distrito :

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (X) según su criterio.

Alternativas de respuesta	Denotación	Calificación
Mucho	M	4
Regular	R	3
Poco	P	2
Nada	N	1

Variable Y: Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima		M	R	P	N
Dimensión 1: Mercadeo					
	Indicador 1: Producto				
P1	Considera que el producto o servicio que ofrece, satisface las expectativas de los clientes				
	Indicador 2: Precio				

P2	Considera que el precio de su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 3: Puesto				
P3	Considera que el puesto donde ofrece su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 4: Promoción				
P4	Considera que la promoción de su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 5: Persona				
P5	Considera que el equipo humano de su emprendimiento es el adecuado				
Dimensión 2: Operaciones					
	Indicador 6: Proceso				
P6	Considera que las etapas del proceso de producción de su producto o servicio son adecuadas				
	Indicador 7: Materiales y otros insumos				
P7	Considera que los materiales y otros insumos utilizados en el proceso de producción, son los adecuados en su negocio				
	Indicador 8: Herramientas y otros equipos				
P8	Considera que las herramientas y otros equipos utilizados en el proceso de producción, son los adecuados en su negocio				
	Indicador 9: Mano de obra				
P9	Considera que la mano de obra para la producción en su negocio es adecuada				
	Indicador 10: Costos				
P10	Considera que realiza un buen manejo de costos				
Dimensión 3: Finanzas					
	Indicador 11: Ciclo financiero positivo				
P11	Considera que tiene un ciclo financiero positivo				
	Indicador 12: Manejo de inventario				
P12	Considera que tiene un buen manejo de inventario				
	Indicador 13: Diversificación de opciones de financiamiento				
P13	Considera que tiene diversificación de opciones de financiamiento				

Dimensión 4: Gente					
	Indicador 14: Aptitudes de liderazgo				
P14	Se considera una emprendedora que toma iniciativa y busca oportunidades				
P15	Se considera una emprendedora que establece objetivos, planes para lograrlos y persiste				
P16	Se considera una emprendedora ambiciosa, demanda calidad y explora cómo hacer todo de la mejor manera posible				
P17	Se considera una emprendedora curiosa y asume riesgos calculados				
P18	Se considera una emprendedora que identifica y reconoce las fortalezas de otros				
P19	Se considera una emprendedora con espíritu empresarial				
P20	Se considera una emprendedora honesta, responsable ante otros				
P21	Se considera una emprendedora que coordina y establece redes				
P22	Se considera una emprendedora que inspira				
P23	Se considera una emprendedora con autoestima				
P24	Se considera una emprendedora con habilidades de negociación y toma de decisiones				
	Indicador 15: Establecer objetivos SMART				
P25	Considera de los objetivos de su negocio con específicos, medibles, alcanzables y realistas				
	Indicador 16: Gestión de tiempo				
P26	Considera que gestiona de manera adecuada el tiempo que le dedica a su negocio				
Dimensión 5: Riesgos					
	Indicador 17: Identificación				
P27	Considera que identifica de manera adecuada los riesgos en su negocio				
	Indicador 18: Probabilidad				
P28	Considera que califica de manera adecuada la probabilidad de que sucedan los riesgos identificados en su negocio				
	Indicador 19: Impacto				

P29	Considera que califica de manera adecuada el impacto de los riesgos identificados en su negocio				
	Indicador 20: Manejo de riesgos				
P30	Considera que tiene un manejo adecuado y oportuno de los riesgos identificados en su negocio				

APENDICE 4: Encuesta línea de salida**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA****FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN****ENCUESTA DIRIGIDA A MUJERES BENEFICIARIAS DEL PROYECTO EMPRENDIMIENTO Y
EMPLEABILIDAD CON MUJERES JÓVENES DE LIMA METROPOLITANA**

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo determinar la incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead en los emprendimientos liderados por beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima metropolitana 2022 – 2023.

Se pide su apoyo valioso para contestar con objetividad las siguientes preguntas:

Fecha de la encuesta :/...../.....
 Nombre de la emprendedora :
 Nombre del emprendimiento :
 Distrito :

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa (X) según su criterio.

Alternativas de respuesta	Denotación	Calificación	Significado
Mucho	M	4	
Regular	R	3	
Poco	P	2	
Nada	N	1	

Después de haber recibido la capacitación mediante la metodología GET Ahead y haber elaborado su cronograma de implementación de plan de negocios. Por favor responda las siguientes preguntas.

Variable X: Implementación de la metodología GET Ahead		M	R	P	N	N
Dimensión 1: Cronograma de implementación						
	Indicador 1: Avance de objetivos planteados					
P1	Considera que el avance los objetivos planteados en el cronograma de implementación son					
	Indicador 2: Satisfacción					
P2	Se considera satisfecho con la capacitación					

Variable Y: Emprendimientos liderados por mujeres beneficiarias del proyecto emprendimiento y empleabilidad con mujeres jóvenes de lima		M	R	P	N
Dimensión 1: Mercadeo					
	Indicador 1: Producto				
P1	Considera que el producto o servicio que ofrece, satisface las expectativas de los clientes				
	Indicador 2: Precio				
P2	Considera que el precio de su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 3: Puesto				
P3	Considera que el puesto donde ofrece su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 4: Promoción				
P4	Considera que la promoción de su producto o servicio es el adecuado				
	Indicador 5: Persona				
P5	Considera que el equipo humano de su emprendimiento es el adecuado				
Dimensión 2: Operaciones					
	Indicador 6: Proceso				
P6	Considera que las etapas del proceso de producción de su producto o servicio son adecuadas				
	Indicador 7: Materiales y otros insumos				
P7	Considera que los materiales y otros insumos utilizados en el proceso de producción, son los adecuados en su negocio				
	Indicador 8: Herramientas y otros equipos				
P8	Considera que las herramientas y otros equipos utilizados en el proceso de producción, son los adecuados en su negocio				
	Indicador 9: Mano de obra				
P9	Considera que la mano de obra para la producción en su negocio es adecuada				
	Indicador 10: Costos				
P10	Considera que realiza un buen manejo de costos				
Dimensión 3: Finanzas					
	Indicador 11: Ciclo financiero positivo				
P11	Considera que tiene un ciclo financiero adecuado				

	Indicador 12: Manejo de inventario				
P12	Considera que tiene un adecuado manejo de inventario				
	Indicador 13: Diversificación de opciones de financiamiento				
P13	Considera que la diversificación de opciones de financiamiento en su negocio es el adecuado				
Dimensión 4: Gente					
	Indicador 16: Aptitudes de liderazgo				
P14	Se considera una emprendedora que toma iniciativa y busca oportunidades				
P15	Se considera una emprendedora que establece objetivos, planes para lograrlos y persiste				
P16	Se considera una emprendedora ambiciosa, demanda calidad y explora cómo hacer todo de la mejor manera posible				
P17	Se considera una emprendedora curiosa y asume riesgos calculados				
P18	Se considera una emprendedora que identifica y reconoce las fortalezas de otros				
P19	Se considera una emprendedora con espíritu empresarial				
P20	Se considera una emprendedora honesta, responsable ante otros				
P21	Se considera una emprendedora que coordina y establece redes				
P22	Se considera una emprendedora que inspira				
P23	Se considera una emprendedora con autoestima				
P24	Se considera una emprendedora con habilidades de negociación y toma de decisiones				
	Indicador 17: Establecer objetivos SMART				
P25	Considera de los objetivos de su negocio con específicos, medibles, alcanzables y realistas				
	Indicador 18: Gestión de tiempo				
P26	Considera que gestiona de manera adecuada el tiempo que le dedica a su negocio				

Dimensión 5: Riesgos					
	Indicador 19: Identificación				
P27	Considera que identifica de manera adecuada los riesgos en su negocio				
	Indicador 20: Probabilidad				
P28	Considera que califica de manera adecuada la probabilidad de que sucedan los riesgos identificados en su negocio				
	Indicador 21: Impacto				
P29	Considera que califica de manera adecuada el impacto de los riesgos identificados en su negocio				
	Indicador 22: Manejo de riesgos				
P30	Considera que tiene un manejo adecuado y oportuno de los riesgos identificados en su negocio				

ANEXO 1. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS 1

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR EXPERTOS

Nombre del Juez	Angela Silvana Aliaga Urquiaga
Grado Académico Profesional	Magister en administración y dirección de proyectos
Profesión o especialidad	Economista
Cargo Actual	Jefe de Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad
Institución donde labora	ONG CESAL
Tipo de instrumento	Encuesta
Autor del instrumento	Bach Alejandra Mariana Mejía Miranda
Lugar y fecha	20/10/2023
TÍTULO: Incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022 - 2023	

FICHA DE EVALUACIÓN

N°	Indicadores (Atributos)	Definición	5	4	3	2	1
			Muy bueno	Bueno	Aceptable	Malo	Muy malo
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades	5				
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.	5				
3	Relevancia	Las preguntas contribuyen a recoger información importante para la investigación.		4			
4	Pertinencia	Las preguntas son pertinentes para lograr los objetivos de la investigación.		4			
5	Objetividad	Las preguntas están expresadas de manera objetiva para medir lo que se dese evaluar.		4			
6	Suficiencia	Las preguntas son suficientes para medir cada dimensión y las variables.	5				
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular	5				
8	Contexto	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	5				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.	5				
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado	5				
SUBTOTALES			35	12			

Coefficiente de valoración porcentual c=	Valoración global
0.90	Muy bueno

Observaciones:

OPINIÓN: Apto para su aplicación (X) No apto para su aplicación (...)


 ANGELA S. ALIAGA URQUIAGA
 DNI N° 80483742

Firma: _____

ANEXO 1. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS 2

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR EXPERTOS

Nombre del Juez	Segundo Edgardo Obando Pintado
Grado Académico Profesional	Magister en Gerencia Social
Profesión o especialidad	Economista
Cargo Actual	Director Filial
Institución donde labora	ONG CEDEPAS NORTE
Tipo de instrumento	Encuesta
Autor del instrumento	Bach Alejandra Mariana Mejía Miranda
Lugar y fecha	04/11/2023
TÍTULO: Incidencia de la implementación de la metodología GET Ahead, en los emprendimientos liderados por beneficiarias del Proyecto Emprendimiento y Empleabilidad con mujeres jóvenes de Lima Metropolitana, 2022 - 2023	

FICHA DE EVALUACIÓN

N°	Indicadores (Atributos)	Definición	5	4	3	2	1
			Muy bueno	Bueno	Aceptable	Malo	Muy malo
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades	5				
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.	5				
3	Relevancia	Las preguntas contribuyen a recoger información importante para la investigación.	5				
4	Pertinencia	Las preguntas son pertinentes para lograr los objetivos de la investigación.		4			
5	Objetividad	Las preguntas están expresadas de manera objetiva para medir lo que se dese evaluar.	5				
6	Suficiencia	Las preguntas son suficientes para medir cada dimensión y las variables.	5				
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular	5				
8	Contexto	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	5				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.	5				
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado	5				
SUBTOTALES			45	4			

Coefficiente de valoración porcentual c=	Valoración global
0.90	Muy bueno

Observaciones:

OPINIÓN: Apto para su aplicación (X) No apto para su aplicación (...)

Firma: 

Referencias Bibliográficas

- Aquino, R. (2019). La implementación de los proyectos de fortalecimiento de capacidades para el emprendimiento del Programa Impulsa Perú del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en las provincias de Arequipa y de Ica entre los años 2015 y 2017 [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].
- Camarena, M. E. (2020). Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].
- Congreso de la República del Perú. (2013). *Ley N.º 30056: Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Diario Oficial El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/>
- Congreso de la República del Perú. (2003). *Ley N.º 28015: Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Diario Oficial El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/>
- Congreso de la República del Perú. (2002). *Ley N.º 27692: Ley que crea la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI)*. Diario Oficial El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/>
- Cartier, E., & Osorio, O. M. (1992). *Teoría General del Costo. Un marco necesario*. La Habana, Cuba.
- Carter, N., & Allen. (1997). Determinantes del tamaño de las empresas propiedad de mujeres: ¿Elección o barreras para el éxito? *Emprendimiento y Desarrollo Regional*.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración* (7ª ed.).
- Estupiñán, O. (2006). *Análisis financiero y de gestión*. Ecoe Ediciones.
- Fernández, A. (2010). *La gestión del riesgo operacional*. Limusa.
- Gartner, W. (1985). Un marco conceptual para describir el fenómeno de la creación de nuevas empresas. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279095>
- Hisrich, R. (1989). *Mujeres empresarias: Problemas y recetas para el éxito en el futuro*.

- Minniti, M., Allen, E., & Langowitz, N. (2006). 2005 Informe sobre Mujer y Emprendimiento. Monitor Global de Emprendimiento (GEM).
- Organización Internacional del Trabajo. (2017). GET Ahead: Género y emprendimiento. Manual del formador. OIT.
- Rosell, A. C. (2023, diciembre 14). Emprendimientos en el Perú: desafíos y retos. El Peruano. <https://elperuano.pe/>
- Rozas, D., Cerna, D., García, K., Puémape, C., Sosa, A., & Rentería, J. (2017). Informe de resultados del estudio de línea de base del Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres – Juntos. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Timmons, J. (1994). New venture creation (4^a ed.). Irwin.
- Zamudio, L. (2018). Análisis del Programa de Oportunidades para el Empleo a través de la Tecnología en las Américas (POETA) [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]..