

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Empresas



**ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LOGRAR UN
EFICIENTE EMPRENDIMIENTO EN LOS JÓVENES DE LA
REGIÓN DE MOQUEGUA – 2020**

Tesis presentada por el Bachiller:
Zapata Romero, Arturo Eduardo

Para optar el título profesional de:
Licenciado en administración de
Empresas

Asesor: Dr. Vargas Espinoza, Luis

Arequipa – Perú

2021

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TITULACIÓN CON TESIS
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 23 de Agosto del 2021

Dictamen: 002446-C-EPAE-2021

Visto el borrador del expediente 002446, presentado por:

2009242091 - ZAPATA ROMERO ARTURO EDUARDO

Titulado:

**ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LOGRAR UN EFICIENTE EMPRENDIMIENTO EN LOS
JÓVENES DE LA REGIÓN DE MOQUEGUA - 2020**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

0167 - TORRES PAREDES LUIS EMILIO
DICTAMINADOR



2901 - TRILLO ESPINOZA VERONICA MARGARITA
DICTAMINADOR



3133 - BALLON TAPLA JAVIER FRANCISCO
DICTAMINADOR



Dedicatoria



Índice de contenido

Dedicatoria.....	iii
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Introducción	xii
CAPÍTULO I.....	13
1. Fundamentos Teóricos	13
1.1. Planteamiento de Problema	13
1.2. Descripción del problema	16
1.2.1. Campo, Área y línea	16
1.2.2. Tipo de problema.....	16
1.2.3. Análisis de variables	16
1.2.4. Interrogantes Básicas	21
1.2.4.1. Pregunta general.....	21
1.2.4.2. Preguntas específicas	21
1.3. Justificación del problema	21
1.3.1. Justificación Metodológica.....	21
1.3.2. Justificación Práctica	22
1.3.3. Justificación social	22
1.4. Objetivos	22
1.4.1. Objetivo general.....	22
1.4.2. Objetivos específicos.....	22
1.5. Marco Teórico	23
1.5.1. Antecedentes bibliográficos	23
1.5.2. Bases teóricas	27
1.5.2.1. Competitividad	27
1.5.2.2. Mercadotecnia.....	28
1.5.2.3. Capital humano	29
1.5.2.4. Liderazgo.....	30
1.5.3. Emprendimiento	33
1.5.3.1. Actitud	34
1.5.3.2. Aptitud.....	35
1.5.3.3. Capacitación en emprendimiento o empresarial	36
1.6. Hipótesis.....	36
1.6.1. Hipótesis general.....	36
1.6.2. Hipótesis específicas	36

CAPÍTULO II	38
2. Aspectos Metodológicos	38
2.1. Técnicas e instrumentos	38
Validez del instrumento	38
Validez del contenido mediante juicio de expertos	38
Confiabilidad del instrumento	39
2.2. Estructuras de los Instrumentos	40
2.3. Campo de verificación	40
2.3.1. Ámbito	40
2.3.2. Temporalidad	40
2.3.3. Unidades de estudio	40
– <i>Población</i>	40
– <i>Muestra</i>	41
2.4. Estrategia de recolección de datos	41
2.5. Recursos necesarios	43
2.5.1. Recursos Humanos	43
2.5.2. Recursos Materiales	43
2.5.3. Presupuesto	43
Capítulo III	45
3. Resultados	45
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS	78
ANEXO	81
Anexo 01: Matriz de consistencia	82
Anexo 02: Cuestionario de estrategia de competitividad y	84
emprendimiento	84
Anexo 03: Validación de instrumento	87
Anexo 04: Base de datos para la confiabilidad	88

Índice de Tablas

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables	17
Tabla 2 Recursos humanos	43
Tabla 3 Recursos materiales	43
Tabla 4 ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua?	45
Tabla 5 ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?	46
Tabla 6 ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?	47
Tabla 7 ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?	48
Tabla 8 ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?.....	49
Tabla 9 ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua?	50
Tabla 10 ¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más competitivos a los jóvenes de la región de Moquegua?.....	51
Tabla 11 ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?.....	52
Tabla 12 ¿Cree que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento?.....	53
Tabla 13 ¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	54
Tabla 14 ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?	55
Tabla 15 ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	56
Tabla 16 ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	57

Tabla 17 ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?	58
Tabla 18 ¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	59
Tabla 19 ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?	60
Tabla 20 ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?	61
Tabla 21 ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?.....	62
Tabla 22 ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?	63
Tabla 23 ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?.....	64
Tabla 24 ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?	65
Tabla 25 ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?.....	66
Tabla 26 ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?	67
Tabla 27 ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?.....	68
Tabla 28 ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?.....	69
Tabla 29 ¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?	70
Tabla 30 Pruebas de normalidad.....	71
Tabla 31 Correlación entre estrategias competitivas y emprendimiento	72
Tabla 32 Correlación entre mercadotecnia y emprendimiento	73
Tabla 33 Correlación entre capital humano y emprendimiento.....	74
Tabla 34 Correlación entre liderazgo y emprendimiento	75

Índice de Figuras

Figura 1 ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua?	45
Figura 2 ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?	46
Figura 3 ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?	47
Figura 4 ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?	48
Figura 5 ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?.....	49
Figura 6 ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua?.....	50
Figura 7 ¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más competitivos a los jóvenes de la región de Moquegua?.....	51
Figura 8 ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?.....	52
Figura 9 ¿Cree que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento?.....	53
Figura 10 ¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	54
Figura 11 ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?.....	55
Figura 12 ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	56
Figura 13 ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	57
Figura 14 ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?	58
Figura 15 ¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?	59

Figura 16 ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?	60
Figura 17 ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?	61
Figura 18 ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?.....	62
Figura 19 ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?	63
Figura 20 ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?.....	64
Figura 21 ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?	65
Figura 22 ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?.....	66
Figura 23 ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?.....	67
Figura 24 ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?	68
Figura 25 ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?.....	69
Figura 26 ¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?	70

Resumen

En esta investigación se tiene como objetivo principal determinar las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua – 2020”. La metodología de esta investigación fue de tipo descriptivo – correlacional debido a que describe las variables de la investigación y estudia la relación entre ellas. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario mediante el cual se realizó la recolección de datos que se aplicó a los jóvenes de 14 a 19 años en el distrito de Moquegua que en su totalidad fueron 17 173 jóvenes, obteniendo como muestra a 376 personas del distrito de Moquegua. Los resultados mostraron correlación significativa y positiva entre la percepción de los encuestados respecto a las estrategias de competitividad y el emprendimiento ($r_s=.602$; $p=.000$). De igual manera, se encontró correlación positiva entre el emprendimiento y las estrategias de mercadotecnia ($r_s=.612$; $p=.000$), capital humano ($r_s=.522$; $p=.000$) y liderazgo ($r_s=.458$; $p=.000$).

Palabras clave: Competitividad, eficiente, emprendedor, jóvenes, Moquegua.

Abstract

The main objective of this research is to determine competitiveness strategies to achieve efficient entrepreneurship in young people in the Moquegua region - 2020". The methodology of this research is descriptive - correlational because it describes the variables of the research and studies the relationship between them. The technique used for data collection is the survey and the instrument is a questionnaire through which the data collection was carried out that will be applied to young people between 14 and 19 years old in the district of Moquegua who come to be in their totality 17 173 young people, taking 376 young people from the district of Moquegua as a sample. The results showed a significant and positive correlation between the perception of the respondents regarding competitiveness strategies and entrepreneurship ($r_s = .602$; $p = .000$); Similarly, a positive correlation was found between entrepreneurship and marketing strategies ($r_s = .612$; $p = .000$), human capital ($r_s = .522$; $p = .000$) and leadership ($r_s = .458$; $p = .000$).

Keywords: Competitiveness, efficient, entrepreneur, young, Moquegua.

Introducción

Esta investigación trata sobre las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua. La competitividad es la base fundamental para el éxito de todas las personas emprendedoras (Monterroso, 2016). Asimismo, el emprendimiento es más que un reto, es una parte de la personalidad, pues se define mediante su forma de ser y actuar ante determinadas circunstancias, es decir, es la manera de pensar y actuar de una persona emprendedora (Cumpa & Díaz, 2019).

Para su mayor comprensión se clasificó con los siguientes capítulos:

Capítulo I: Trata sobre la fundamentación teóricos con sus respectivos planteamiento de problema, la descripción del problema, dentro de ello se plantea el Campo, Área y línea, además de eso el tipo de problema y el análisis de variables, las interrogantes básicas, como tercer punto se tiene la justificación de la investigación, seguidamente los objetivos, hipótesis y finalmente, el marco teórico.

Capitulo II: En este punto trata sobre los aspectos metodológicos, donde se menciona la técnicas e instrumentos, la estructura de los instrumentos, campo de verificación, dentro de esto se encuentra el ámbito, temporalidad, unidad de estudio. Finalmente, se presenta la estrategia de recolección de datos y recursos necesarios.

Capítulo III: Trata sobre los resultados de la presente investigación, con sus respectivas tablas y gráficos, detallando cada una de las interpretaciones de estas.

Finalmente, se da sus respectivas conclusiones, recomendaciones, bibliografía de la investigación y anexos.

CAPÍTULO I

1. Fundamentos Teóricos

1.1. Planteamiento de Problema

Podemos decir con certeza que vivimos en una sociedad exigente en la que fomentamos la competencia y obtenemos hechos más allá de los demás. La personalidad competitiva necesita, al menos, de otra persona con la cual establecer esa competitividad. La principal característica de esta se relaciona con el hecho de compararnos con los demás; asimismo, para muchos, la palabra competencia significa avance, superación y alcanzar metas. Si bien es cierto, la competitividad es un factor más de la personalidad humana, existe quien lo lleva al extremo (Jimenez, 2015).

La competitividad hace que no solo los que están ya emprendiendo busquen mejoras internas a través de la implementación de medidas, sino también los jóvenes que tienen el espíritu para comenzar un negocio sean más comprometidos en la preparación de sus conocimientos y aptitudes para este tipo de actividades (Herruzo, 2019).

Los emprendedores son personas que intentan cambiarse a sí mismos, transformar ideas innovadoras e introducir nuevos conceptos en productos que se puedan desarrollar en los mercados, por lo que deben realizar búsquedas, difundir el espíritu empresarial en el entorno en el que se encuentran con la capacidad de liderar un grupo de personas, priorizar tareas y mejorar la eficiencia. Los emprendedores crean puestos de trabajo para innovar y cambiar la base económica; asimismo, para obtener negocios de calidad debemos mejorar la capacidad de los emprendedores para innovar y conseguir bienes/ servicios más eficaces. Por tanto, se dice que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de un individuo que le permite emprender en nuevos retos y

proyectos pues esto le permitirá avanzar un poco más que a donde ya ha llegado. El emprendimiento, en la actualidad, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchos individuos de querer lograr su independencia y estabilidad económica (Cumpa & Diaz, 2019).

Muchos jóvenes, teniendo en cuenta el concepto de competitividad y emprendimiento pueden emprender negocios. Para ello es necesario contar con algunas cualidades.

La nueva era juvenil se encuentra claramente en una posición en la que laboralmente hablando se siente muy poco valorada por la falta de conocimientos y sobre todo de experiencia. Los jóvenes, sin embargo, muestran una facilidad de generación de ideas o proyectos que se pueden llevar a cabo en forma de emprendimientos empresariales que a la larga representan su vida laboral en muchos de los casos. Asimismo, distintas situaciones hacen que el emprendimiento en la sociedad se encuentre creciendo a pasos agigantados para lo cual, intervienen instituciones, como las del gobierno y las entidades financieras, pues son quienes pueden ayudar al surgimiento de estos emprendimientos en diferentes regiones del país. El establecimiento de emprendimientos en la sociedad no es suficiente hoy en día a raíz del número de emprendimientos, sobre todo juveniles, en el país se ha creado una suerte de mercado interno con este tipo de ideas, por lo que y al igual que las grandes empresas se ven dentro de un círculo de competidores. Lo mencionado muestra la necesidad de competitividad en este campo.

Por todo ya lo mencionado, se muestran muchos problemas y deficiencias en el aspecto competitivo para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes, ya que, para emprender, los jóvenes deben de tener en cuenta ciertos aspectos como la

mercadotecnia, capital humano y liderazgo, pues estos son los pilares para un eficiente emprendimiento; asimismo, estos son los motores del progreso dentro de cualquier sociedad. Por esta razón nos centraremos en las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento. Muchos jóvenes quieren emprender y en la mayoría de los casos fracasan, tienen miedo a empezar o no reconocen las cualidades y conocimientos que deben adquirir para poder emprender y no padecer fallos en el camino.

Hoy en día, algunos jóvenes son asiduos a las redes sociales sin saber los beneficios que puede brindar el uso de estos; asimismo, es fundamental conocer el mundo del internet, ya que todo se está digitalizando, en consecuencia, esta es una de las estrategias de mercadotecnia para emprender eficazmente. Por otro lado, la estrategia del capital humano es considerada como una de las cualidades fundamentales dentro del aspecto empresarial, laboral, etc.; los jóvenes cuentan con ciertas capacidades, habilidades y competencias que actúan como pilares al emprender, sin embargo, no ponen en práctica estas cualidades y en el peor de los casos no lo descubren. Por último, se considera a la estrategia del Liderazgo como un punto importante para seguir adelante con un negocio de emprendimiento. Sin embargo, hallar individuos que acepten la tarea de acrecentar sus habilidades para liderar de una forma óptima puede presentar dificultades. Asimismo, se suelen presentar algunos inconvenientes debido a la falta de conocimiento sobre las funciones del líder en una organización, especialmente los jóvenes, pues no solo se trata de otorgarles conocimientos acerca de cómo fundar un negocio, sino también a ser competitivos frente a un mercado colmado de posibilidades y poner en práctica todo sus, habilidades capacidades y competencias para poder convertirse en líderes competitivos.

1.2. Descripción del problema

1.2.1. Campo, Área y línea

- Campo: Administración de empresas
- Área: Gestión empresarial
- Línea: liderazgo, emprendimiento y competitividad
- Ubicación: Región de Moquegua

1.2.2. Tipo de problema

El problema de investigación es de tipo descriptivo – correlacional, ya que se dio explicación de las variables de investigación competitividad y emprendimiento juvenil; asimismo, se determinó la relación que pueda tener la competitividad en los emprendimientos juveniles en la región de Moquegua - 2020.

1.2.3. Análisis de variables

- Variable independiente: Estrategia de Competitividad
- Variable dependiente: Emprendimiento

a) Operacionalización de Variables

Tabla 1: Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	La capacidad de competir exitosamente en los mercados internacionales y frente a las importaciones en su propio territorio. En el ámbito nacional predomina la idea que si las empresas desean lograr mayor competitividad se requerirá simplemente de un aumento sostenido de la inversión y de la	Estrategias de Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> - Venta directa e intermediarios - Marketing Online - Conocimiento y uso de los recursos tecnológicos - Uso de programas y herramientas tecnológicas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua? 2. ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia? 3. ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva? 4. ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua? 5. ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online? 6. ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para ser competitivos en el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua? 7. ¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para ser más competitivos en los jóvenes de la región de Moquegua?

apertura comercial.
(Sunol, 2006)

8. ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?

Estrategia de Capital humano – Habilidades cognitivas
– Capacidades de innovación permanente
– Competencias transversales

9. ¿Cree que un joven emprendedor debe de tener habilidades cognitivas al resto para realizar proyectos de emprendimiento?

10. ¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

11. ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para el emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?

Estrategia de Liderazgo – Liderazgo transaccional
– Liderazgo transformacional
– Liderazgo participativo

12. ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

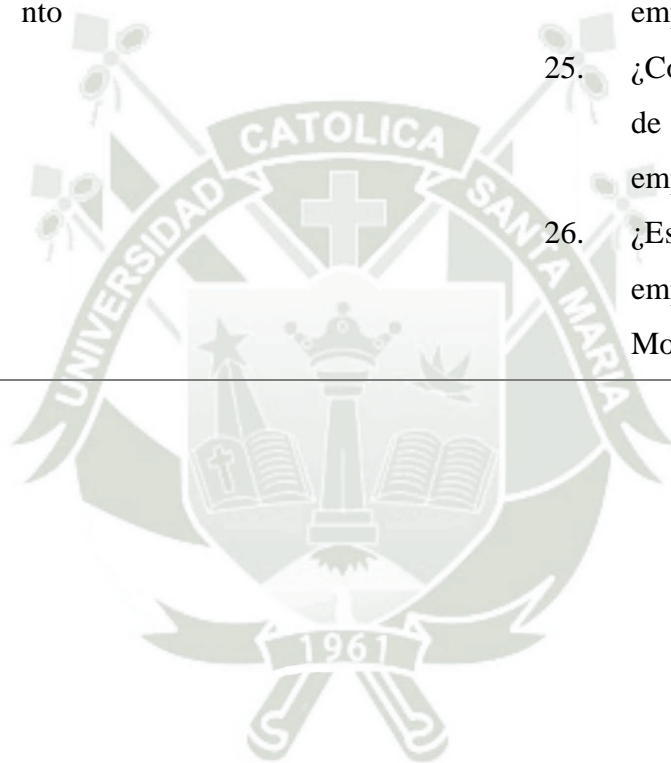
13. ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

14. ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?

		<p>15. ¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?</p> <p>16. ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?</p>
<p>EMPRENDIMIENTO</p> <p>El emprendimiento es tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, el cambio social y estructural; también es visto como una fuerza impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico y la competitividad.</p>	<p>Actitud</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emociones - Toma de decisiones - Responsabilidad <hr/> <p>Aptitud</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación empresarial - Conducta - La construcción de un equipo 	<p>17. ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentir motivado al realizar su trabajo?</p> <p>18. ¿Cree usted que el fundamental una buena toma de decisiones en los jóvenes al momento de emprender?</p> <p>19. ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable haciendo su trabajo?</p> <p>20. ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?</p> <hr/> <p>21. ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías técnicas, prácticas y de procedimiento en el mundo empresarial?</p> <p>22. ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para alcanzar sus objetivos?</p> <p>23. ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?</p>

(Herruzo & Hernández, 2019)	Capacitación en emprendimiento – Capacitación de emprendimiento – Eventos aspiracionales	<p>24. ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?</p> <p>25. ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?</p> <p>26. ¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para el emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?</p>
-----------------------------	--	--

Elaboración: Propia



1.2.4. Interrogantes Básicas

1.2.4.1. Pregunta general

¿Cuáles son las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2020?

1.2.4.2. Preguntas específicas

- ¿Cuáles son las estrategias de mercadotecnia para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?
- ¿Cuáles son las estrategias de capital humano para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?
- ¿Cuáles son las estrategias de liderazgo para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?

1.3. Justificación del problema

1.3.1. Justificación Metodológica

Para poder cumplir los objetivos de esta investigación, es necesario hacer una recolección de información por medio de la técnica de investigación usada considerando que sea de corte transversal con el objetivo de lograr un enfoque más centrado en las variables de investigación como son el emprendimiento y la competitividad de los jóvenes de Moquegua. Además, a partir de los resultados y conclusiones se intentó contribuir al mejoramiento de la competitividad repercutiendo en el emprendimiento de los jóvenes y el uso de esta investigación en la línea de próximas investigaciones.

1.3.2. Justificación Práctica

La práctica al hacer posible el aumento de más y nuevos conocimientos en cuanto al emprendimiento juvenil y la importancia creciente que está tomando en la sociedad justifican metodológicamente el presente estudio, pues representa lo que para muchos es el desarrollo futuro a través de la implantación de sus ideas en negocios de gran impacto en la sociedad nacional en su conjunto.

1.3.3. Justificación social

La presente investigación tiene elevada importancia respecto al tema social porque se analiza el emprendimiento de los jóvenes lo que repercute en la sociedad al ser generadora de empleo en la región de Moquegua. De esta manera, se logrará la participación de distintas entidades que se involucran a los proyectos de estos jóvenes.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2020.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar las estrategias de mercadotecnia para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.
- Determinar las estrategias de capital humano para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.
- Determinar las estrategias de liderazgo para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Antecedentes bibliográficos

Internacionales

García (2015) en su investigación de nombre *“Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo”*, presentó como objetivo explorar y promover a la persona que puede cambiar el comportamiento del emprendimiento empresarial actual de los jóvenes universitarios para lograr soluciones ideales y factibles. El objetivo principal fue conocer más de cerca los propósitos de los jóvenes universitarios, su noción de emprendimiento empresarial y los planes que brindan los organismos públicos y privados para la apertura de nuevas empresas. Asimismo, se trató de un estudio cualitativo basado en una situación en México que intentaba de brindar una explicación acerca de la relación entre los jóvenes estudiantes de educación superior y el emprendimiento. Por otro lado, las técnicas con las que contó el estudio fueron el análisis y procesamiento de información cualitativo, la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación y se efectuó una muestra probabilística estratificada de la población a manera de conocer como el emprendimiento

Vergara y Paliz (2016) realizaron una investigación titulada *“Manual de capacitación de emprendimiento para estudiantes de colegios secundarios de la Ciudad de Esmeraldas”*, cuyo objetivo fue diseñar un Manual de capacitación de emprendimiento para estudiantes de colegios secundarios de la Ciudad de Esmeraldas como base primordial es incentivar el espíritu emprendedor en los jóvenes estudiantes, logrando en ellos desarrollar capacidades y habilidades que les permita crear ideas de negocios innovadoras que ayuden a solucionar necesidades de la sociedad. La metodología de la investigación es aplicada y descriptiva. Para la

recolección de información primaria es mediante la aplicación de herramientas de investigación como la encuesta, que contiene de 9 preguntas, fue aplicada a una población de 37 262 estudiantes en el área urbana y la muestra obtenida es de 205 estudiantes de distintos colegios de la ciudad de esmeralda a quienes se aplicó el instrumento. Finalmente, se concluyó a base de los resultados obtenidos que el 80% de los encuestados indican que se siga dictando capacitaciones de emprendimiento que los motive a los estudiantes a generar más ideas de negocios innovadores y así desarrollar las habilidades emprendedoras

Jiménez (2015) realizó un estudio que titularon “*Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literatura*”, cuyo objetivo fue analizar las estrategias y la competitividad, pues estos se han convertido en instrumentos necesarios para acrecentar la presencia de una empresa comercialmente. Asimismo, la metodología con la que se contó fue descriptiva y estuvo dirigida a la revisión de antecedentes que contaran con las variables analizadas en dicha investigación. Finalmente, se concluyó que existe un impacto significativo entre el emprendimiento y el desarrollo de la economía en la que la participación solidaria complementa las actividades realizadas por el gobierno en relación a los problemas del grupo social.

Nacionales

Julca (2011) nos presentó “*Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo de la Universidad San Martín de Porres, Lima Perú*”, cuyo propósito fue determinar cuáles eran las características más resaltantes del emprendimiento en los estudiantes. Asimismo, el propósito fundamental fue valorizar el desarrollo de las características orientadas a

la formación del emprendimiento de los alumnos. Por otro lado, se buscó encontrar una conexión entre la implementación de dichas habilidades y las características particulares de cada alumno (nivel socioeconómico, edad y relaciones cercanas). Se contó con la participación de 975 alumnos matriculados en un semestre en específico y en cuanto al instrumento, un cuestionario fue elaborado. Finalmente, se concluyó que las habilidades relacionadas al emprendimiento pueden ser adquiridas por cualquier individuo. Sin embargo, si la empresa está relacionada con el área de negocio, el significado que adquiere está relacionado con el inicio de un nuevo proyecto productivo o la mejora de las circunstancias en el trabajo. La capacidad de emprendimiento en puestos laborales relacionados al turismo puede presentarse de diversas maneras en múltiples campos. No obstante, como todas las actividades empresariales actuales, la industria orientada al sector turístico está evolucionando constantemente, requiriendo objetos de promoción turística basados en la naturaleza, la cultura o cambio en el nuevo paradigma del consumo de entretenimiento, por ejemplo, desde la perspectiva de la arqueología, la arquitectura y la naturaleza, el Perú ha sido históricamente considerado un atractivo turístico, sin embargo, por más de cinco años se ha estado presentando un despliegue reconocido como el realce de la cultura culinaria en el Perú.

Morales (2018) en su investigación de título *“Factores socioeconómicos que influyen en el micro emprendimiento juvenil región Puno”*, el propósito principal fue determinar cuáles eran los factores relacionados a la economía y la sociedad que inciden en la probabilidad de que las personas que residen en dicha ciudad del sur del Perú establezcan nuevas empresas. Asimismo, la necesidad del estudio se centra en determinar cuáles son los factores que posibilitan que las personas que generen empresas obtengan las facilidades para poder realizarlo. Este estudio utilizó

información transversal obtenida de la información desarrollada por el proyecto para analizar y determinar los factores socio-económicos que determinan las ciudades de Juliaca, Puno, Ayaviri, Orullo y Pukara y la posibilidad de que los jóvenes de 18 a 29 años se conviertan en nuevos emprendedores. Una encuesta realizada por la ONG jóvenes emprendedores de Desarrollo, una organización no gubernamental, utilizaron el método conocido como Probit, pues este ayudaba a determinar las habilidades necesarias, el apoyo ofrecido, experiencia en trabajo independiente, experiencia previa, sexo, ingresos, posibilidades de obtención de créditos bancarios, nivel de educación. Finalmente, se determinó que contar con familiares que hayan pasado por experiencias similares al momento de emprender significaba una relación positiva pero no significativa. Para el caso se considera de tipo transversal debido a la no existencia de data histórica para el ámbito de estudio.

Vásquez (2017) realizó un estudio que titula, *“Factores que inciden en la intención de emprendimiento de Universitarios adultos con experiencia Laboral”*, el propósito de la investigación fue reconocer los factores que originaban motivación y los factores del entorno que inciden en los propósitos de creación de una empresa en estudiantes adultos de educación superior con experiencia previa en trabajos. En la metodología de la investigación es de post – positiva con el enfoque cuantitativo, la proposición fue causal explicativa y el diseño de la investigación fue no experimental. La técnica utilizada fue la ecuación estructural aplicada a 784 alumnos. Finalmente, se concluyó que la motivación, actitudes, comportamiento y entorno tenían un impacto significativo y positiva sobre la intención de emprender.

1.5.2. Bases teóricas

1.5.2.1. Competitividad

Se refiere a la capacidad de un individuo o empresa para desarrollar ventajas competitivas (como habilidades, recursos, tecnología o atributos) en relación con los competidores, de modo que pueda diferenciarse de otros (Roldan, 2018).

Según Anzil (2019), la habilidad relacionada a la competencia, también es la capacidad de desenvolverse óptimamente de una empresa o persona en el mercado en relación a sus competidores. Asimismo, depende de la cantidad de productos ofrecidos, la inversión requerida para obtener ese producto y la productividad de los competidores. La competitividad es la clave del éxito de una persona en el mundo en el que opera. Cuando el individuo desarrolla capacidades, habilidades, su calidad de persona pueden ser comparables o superiores a los demás, por lo que es competitiva. Por tanto, la competitividad es una característica y pueden coexistir diferentes grados de competitividad en cada uno de los individuos. De esto, podemos concluir que la competitividad es un tema que solo beneficia a cada uno y debe interesar a la persona misma. La competitividad de cada uno depende de su propia capacidad interna, es decir, su forma de ser y habilidades, que puede incrementar su competitividad y superar a la competencia en diferentes áreas. Sin embargo, existen factores que pueden determinar la competitividad, pues una empresa puede lograr ser sumamente competitiva y novedosa, no obstante, al presentarse costos extras puede incidir en el crecimiento de la empresa y consecuentemente, en su capacidad de competitividad.

Rubio y Baz (2013) la competitividad es para competir, los individuos deben tener un entorno físico, legal y regulatorio que ayude a reducir costos y aumentar la competitividad. En un mundo globalizado, la competitividad lo es todo, porque esta

capacidad trae consigo la creación de riqueza, el crecimiento económico, creando así puestos de trabajo y mejorando el nivel de vida de las personas.

1.5.2.2. Mercadotecnia

Una persona competitiva tiene que conocer la parte de la Mercadotecnia para emprender un proyecto, se define de la siguiente manera:

Rattinger (2018) indica que es un conjunto de principios que se enfocan en comprender las necesidades de la audiencia, el propósito es conectar con las personas a través de métodos como la comunicación a manera de brindarles valor agregado y poder promover las ventas. El marketing incluye muchas explicaciones relacionadas con los conceptos de disciplinas, empresas profesionales y agentes.

González (2014) indica que es el concepto de marketing tiene un trasfondo filosófico que lleva a las empresas u organizaciones que practican el concepto a identificar y satisfacer las necesidades o expectativas de sus mercados objetivo a cambio de cierta utilidad o beneficios. En primer lugar, podemos definir el marketing como un proceso científico, social y administrativo mediante el cual grupos e individuos pueden obtener lo que necesitan generando, brindando e intercambiando productos valiosos con sus pares. El marketing consta de una serie de principios y prácticas que están diseñados para incrementar el comercio, especialmente para incrementar la demanda. En resumen, el concepto de marketing lo define como las actividades humanas relacionadas con el mercado, lo que significa cooperar con el mercado para actualizar la comunicación potencial para satisfacer las necesidades y deseos humanos

1.5.2.3. Capital humano

Uno de los factores que se considera para que un individuo sea competitivo en el ámbito laboral, profesional o en un emprendimiento es fundamental el capital humano que a continuación se define:

Sevilla (2018) menciona que el capital humano se entiende como un medio para medir el valor económico de las capacidades profesionales y el rendimiento laboral de los empleados de una empresa. En otras palabras, se considera como capital humano a todo aquel tiempo que dedican los trabajadores a producir para la empresa. El capital humano se calcula como el valor presente de todos los beneficios futuros que se pueden obtener del trabajo de la persona hasta que deje de trabajar, dado que la empresa depende de las habilidades y talentos de sus empleados.

Según Navarro (2005), el capital humano corresponde a los costos que las habilidades de los individuos enseñaron, experimentan, creando la función del conocimiento para aprovechar, tomar las elecciones y vincularse a otros. Corresponde a la población de reemplazar el conocimiento y las funciones que las personas y su capacidad para aplicarlas a sistemas productivos dentro del capital humano:

- Capital cognitivo: La situación del conocimiento ha formado que una sociedad territorial y no la persona tiene su historia y alcance.
- Capital simbólico: Corresponde a la potencia para hacer las cosas a través de la palabra para acceder a la fuerza lingüística activa y generativa.
- Capital cultural: Representa el stock de tradiciones, mitos, creencias, lenguaje, métodos de producción, grupo de material típico intangible y

productos inmateriales de la sociedad, cualquier discreción cultural constitutiva llamada memoria cultural.

- Capital cívico: Práctico para confiar en órganos civiles y políticos de interés público y la realización de las instituciones democráticas.
- Capital psicosocial: Muestra la serie de componentes que transmiten el pensamiento a la acción, como las emociones, las emociones, los recuerdos, los triunfos del progreso, entre otros.
- Capacidad sinérgica: Corresponde a la capacidad verdadera o latente de todas las sociedades para articular los múltiples caminos del capital intangible en una forma democrática, que se encuentra en todas las empresas, que proporciona uso mutuo y direcciones.

Como se puede evaluar, el sector de la capital es lo suficientemente grande y podría ser aún más. Sin embargo, las capitales intangibles mencionadas anteriormente son diferencias diferentes en los países pequeños, ya que el desarrollo comenzó allí continuamente en la veracidad de las comunidades y las provincias, en la situación chilena. Como resultado, el coraje de ponerlos en la alfombra de meditación antes de sumergir la dificultad y el comportamiento del capital humano hoy, que es una preocupación central de este trabajo.

1.5.2.4. Liderazgo

Koerich (2016) realiza el estudio del liderazgo ha ido evolucionando a través del tiempo. Actualmente se reconoce a quien mantiene un liderazgo positivo como aquel individuo que representa un perfil de autoridad, carisma y utiliza su poder para la consecución de objetivos legítimos. Asimismo, el líder toma en consideración las necesidades de los empleados y respeta sus derechos. El liderazgo asertivo apuesta por un modelo comunicativo eficaz, el trabajo que

propone es colaborativo y maneja las situaciones riesgosas de forma profesional ética para proporcionar soluciones que beneficien a la empresa.

Según la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo - USAID (2019) define el liderazgo como el proceso de dirigir el comportamiento de las personas por una vía que les permita alcanzar ciertos objetivos, pues dirigir se entiende como la forma en la que se organiza a las personas para que actúen de cierta manera o a seguir un curso determinado de acción. El liderazgo es la habilidad para influir en las personas de modo que alcancen sus objetivos, la influencia se da de una manera recíproca entre el líder y los seguidores, también se enuncia como la capacidad de influir en un grupo con el objetivo de alcanzar sus metas. Estas definiciones permiten identificar que el liderazgo es una competencia que se forma de conocimientos, habilidades, actitudes, valores y rasgos personales, entre los que destacan: a) el autoconocimiento, b) la habilidad para influir en las personas, c) la habilidad para anticiparse al futuro, d) la habilidad para planear u organizar y e) la orientación para contribuir en el desarrollo de las personas.

Según Kawata (2015), las aptitudes de liderazgo incluyen:

- Capacidades de líderes: Los ejecutivos tienen atributos (creencias, valores, ética, carácter, comprensión, coraje y habilidades) que hacen que la población se enorgullece de seguirlos. Dan una sensación de fe y tienen la oportunidad de recoger a las tropas y aumentar la moralidad tan pronto como haya problemas.
- Perspectiva: Los ejecutivos tienen la función para aumentar la productividad en la mayoría de las áreas. Inventar y establecer objetos y tener la oportunidad de rechazar obviamente una

perspectiva que se siente subordinada y los empleados para motivarse.

- Desarrollo de grupos: Los líderes desarrollan grupos de alto rendimiento que están integrados para contribuir a una tarea común o un éxito común en lugar de dejar los objetivos inaccesibles.
- Resolución de problemas con el beneficio de las dos piezas: Los líderes tienen la oportunidad de resolver realmente las discrepancias y los conflictos. Afloje las disputas centrándose en una solución de incomodidad sin insultar al ego de los individuos. Apoyan y experimentan otros ejecutivos y evalúan la condición física de los dispositivos de resolución de disputas alternativas. El líder óptimo se establece en las cosas y flexiblemente con los individuos.
- Evaluación exacta e inmediata del caso: Los líderes son responsables del caso que el caso los requiera y hace que las cosas antiguas en el tiempo.
- Capacitación/Preparación: Los líderes saben que incluso los errores tienen la oportunidad de aprender oportunidades de aprendizaje. Resultan en un estudio de eficiencia, preparación y ayuda para el desarrollo profesional de individuos de una manera que aumenta el triunfo personal y organizativo.
- Compromiso cooperativo con el empleado: Los líderes promueven la sensación de apego que involucran a los empleados con empleados y organización. Les dan a los empleados más fuerza brindándoles el poder para cumplir los efectos de la forma más efectiva y conveniente.

1.5.3. Emprendimiento

El emprendimiento proviene de emprendedores franceses, es decir, pioneros. Etimológicamente se refiere a la capacidad de una persona para realizar un esfuerzo extra para lograr un objetivo, aunque su uso actualmente se limita a quienes inician nuevas empresas o proyectos (Raffino, 2019).

Según los autores Moya y Santana (2016) emprender es seguir la posibilidad más allá de los recursos actualmente supervisados. El emprendedor es una persona con la capacidad de generar, realice sus ideas, para crear bienes o servicios, aceptar peligros y confrontar las desventajas. Él es una persona que no solo sabe "mirar" su alcance, sino también "ver" y encontrar las oportunidades. Los autores antes mencionados mencionan ciertas características de una persona emprendedora las cuales son:

- Innovadora
- Creativa
- Capacidad de asumir riesgos
- Perseverante
- Flexibilidad y adaptabilidad

Cumpa y Díaz (2019) mencionan que emprender es acometer, comenzar una obra, una empresa, emprender es simplemente iniciar o simplemente hacer. Los elementos más relevantes de esta son los siguientes:

1. - Proactividad: Esto implica solo positivo para anticipar los hechos.
2. - Abrir los propios caminos: Significa trabajar su propio futuro, busque tácticas para poner su punto de vista en la operación por medio de un emprendimiento.
3. - Enfrentar a los miedos: Existe constantemente la probabilidad de que los cambios indicados en entornos no estén, nuestros propios intentos no nos

llevan a obtener los resultados, sin embargo, se transformarán en algo increíble llamado experiencia y esto servirá para obtener nuevas ideas.

4. - Encajar golpes: En nuestro camino emprendedor, descubriremos una secuencia de obstáculos y solo dependerán de nosotros mismos porque manejaremos estos obstáculos, la vida no es simple, la perseverancia y el trabajo grupal nos ayudarán a superar cualquier barrera.
5. - Saber que nada es gratis: Con frecuencia pensamos que ser emprendedor es simple y en esta forma simple hacer dinero, todo el emprendimiento tiene su peligro y el resultado será la práctica en la funcionalidad del análisis que realiza cuando invierte su dinero en una determinada iniciativa, no tenemos la oportunidad de invertir a ciegas.

1.5.3.1. Actitud

Según el autor Mora (2019) tener una actitud emprendedora real es emprender con un impulso y costar en el reino de la imaginación, los sueños, es ir de los ideales nobles, siendo competentes en los deseos y en la función para hacer cosas. La verdadera actitud emprendedora tiene un alto grado de logro autorrealización, de querer transformarse en un hombre o mujer capaz con ayudar en buscar su grado de excelencia en todo lo que se compromete a una persona creativa, innovador, exclusivo, lo guía para tener objetos y conservarlo apasionadamente para alcanzarlos. emprender, como labor primordial, nos compromete a promover y desarrollar nuestra verdadera reacción emprendedora, para eso es preciso de una vivencia verdadera y creativa, se necesitan metas personales de superación provechosa en quehaceres concretos, hace falta acción innovadora constante, senderos seguros y directos hacia el triunfo. Todos ya estamos

involucrados en este planeta por naturaleza, sin embargo, frecuentemente nos hace falta costo, decisión e intensa perspectiva de las probables resoluciones de este presente para desarrollarnos.

Por otro lado el autor Aguilar (2013) la actitud del empresario es observar antes, es para llevar una alta dosis de preocupación de las posibilidades y el futuro de nuestro momento, es abrirse para admitir un nuevo modelo en lugar de lo bien conocido. La verdadera reacción empresarial es una investigación constante para la excelencia para aprovechar al máximo las satisfacciones de las personas, pues quien tenga riesgo de reacción emprendedora, pero responsable es consciente de sus secuelas y está organizada en cualquier momento para enfrentarlos, con sus habilidades, con su gran potencial con una prueba de fuego constante de su capacidad humana. La actitud empresarial se opone al conformismo, la involución, el estancamiento, para dejar de soñar y la pasividad, aquellos que tienen una verdadera reacción empresarial deje de ser observadores de la vida primordiales y examinar la verdad como seres activos, ocurren su propio estadio y trabajan allí, viven constantemente su presencia, pero tienen una fuerza visionaria en su futuro y mañana.

1.5.3.2. Aptitud

Según el autor Sánchez, (2010) se habla de personas optimistas, abiertas, flexibles a los cambios, cooperadoras, interesadas en procedimientos y métodos que continuamente quieran aprender. Un emprendedor es alguien que tiene un quiero incesante por producir y aplica dicha motivación a cada una de las esferas de su historia. Los individuos emprendedores poseen la función de aprender de sus fracasos y errores, de obtener y desplegar el costo para continuar adelante, volviendo a retomar constantemente el plan hasta llevarlo por el buen camino

desarrollando dos capacidades imprescindibles: creatividad y pensamiento positivo. La creatividad es la generación de novedosas ideas o conceptos, asociaciones entre ideas y conceptos conocidos que comúnmente generan resoluciones originales. El raciocinio positivo se apoya en tener una reacción optimista ante la vida y lo cual la gente experimenta; esta reacción tiene trascendencia por sus efectos sobre las cosas que hacemos y al costado de una correcta acción puede ayudarnos a llevar a cabo nuestros propios fines.

1.5.3.3. Capacitación en emprendimiento o empresarial

Según Manual de Atención al Cliente - CEPAM (2012) dice que para que una persona tome el camino del emprendimiento se tiene capacitar esta tiene como objetivo promover el proceso técnico y capacitar a los jóvenes en la gestión de la gestión de microempresas para obtener el apoyo de los jóvenes productores a través de un proceso de comunicación dinámico y participativo para apoyar a los jóvenes productores y la producción; asimismo, crea empleo productivo. La propia experiencia puede mejorar las condiciones de vida de las familias jóvenes aumentando los ingresos de las microempresas.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Las estrategias de competitividad tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2020.

1.6.2. Hipótesis específicas

- Las estrategias de mercadotecnia tienen una influencia significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.

- Las estrategias de capital humano tienen una influencia significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.
- La estrategia de liderazgo tiene una influencia significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.



CAPÍTULO II

2. Aspectos Metodológicos

2.1. Técnicas e instrumentos

a) Técnica:

La técnica utilizada es la recolección de datos a través de una encuesta.

b) Instrumento:

El instrumento utilizado para la investigación es el cuestionario elaborado por medio del cual se realizó la recolección de data, además se empleó el cuestionario para plasmar preguntas con escala de Likert, ya que esta es la mejor forma para medir los elementos cuantitativos por su valoración.

Validez del instrumento

Carrasco (2019) considera a la validez como un atributo de los instrumentos de estudio que consiste en medir con objetividad, precisión, veracidad y autenticidad aquello que se desea medir en las variables de estudio. Un instrumento es válido cuando mide lo que debe medir, es decir, cuando permite extraer datos que necesitamos conocer.

Cuestionario

El cuestionario consta de 26 preguntas con opciones de respuesta múltiples. Asimismo, retomando que el instrumento refiere una adaptación, en la determinación de la confiabilidad del instrumento se recurrió al procedimiento formal de consistencia interna medida a través del coeficiente de Alfa de Cronbach.

Validez del contenido mediante juicio de expertos

Sánchez (2018) menciona que un instrumento tiene validez de contenido cuando los ítems que lo integran constituyen una muestra representativa de los

indicadores de la propiedad que mide. Para la presente investigación se buscó la variación del instrumento por juicio de expertos de la carrera (anexo 1).

Confiabilidad del instrumento

Para el conjunto de ítems que pareciera necesario aumentar la confiabilidad, se hizo uso del software estadístico SPSS y Excel para determinar cómo se comportaba el coeficiente Alfa de Cronbach, si se eliminaba alguno de sus ítems, es decir, se estudió el impacto que tendría sobre la fiabilidad si uno u otro ítem se eliminará. Seguidamente, se muestra la Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach.

Tabla 2 Valoración de confiabilidad

Rango	Nivel
0,9 - 1,0	Excelente
0,8 - 0,9	Muy bueno
0,7 - 0,8	Aceptable
0,6 - 0,7	Cuestionable
0,5 - 0,6	Pobre
0,0 - 0,5	No aceptable

Elaboración: Propia

Cuestionario evaluado por el método estadístico de alfa de Cronbach mediante el software SPSS, muestra los estadísticos de fiabilidad del cuestionario de Estrategias Competitivas y Emprendimiento.

Tabla 3 Confiabilidad del instrumento

Variabes	Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
Estrategias Competitivas	0.808	16

Emprendimiento	0.765	10
Total	0,875	26

Elaboración: Propia

Se obtiene un coeficiente de 0,875 que determina que el instrumento posee una confiabilidad excelente para su aplicación.

2.2. Estructuras de los Instrumentos

La estructura del instrumento es el cuestionario que esta anexado en parte final.

2.3. Campo de verificación

2.3.1. Ámbito

La presente investigación se realizó en el distrito de Moquegua, en el departamento de Moquegua.

2.3.2. Temporalidad

La Investigación se realizó en el año 2020, durante todo el año mencionado.

2.3.3. Unidades de estudio

La presente investigación ha tomado como unidad de estudio a los jóvenes del distrito de Moquegua considerando que el término joven enmarca las edades oscilantes entre 14 a 29 años según el criterio de las naciones unidas.

– *Población*

La investigación tomo a los jóvenes de grupo de edad de 14 a 29 años del distrito de Moquegua como población; asimismo, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019), la población de jóvenes es de 17 173 en todo el distrito constituido por 8409 mujeres y 8764 varones.

– **Muestra**

Se utilizó un muestreo al azar simple debido a que la muestra es probabilística, comprendiendo la misma posibilidad de ser seleccionados.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * P * Q}$$

Dónde:

- N = Tamaño de población 17 173
- $Z_a^2 = 1.96$ (al 95% de nivel de confiabilidad) 1.962
- q = Probabilidad Negativa del 50% 0.5
- p = Probabilidad Positiva del 50% 0.5
- d = Precisión o error 5% 0.05

$$n = \frac{(202) (1.962)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (20200-1) + (1.962)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 376$$

Se determinó como muestra una cantidad de 376 jóvenes del distrito de Moquegua, en las cuales se aplicó la encuesta a los jóvenes del distrito, tanto urbanas y rurales un total de 184 hombres y 192 mujeres.

2.4. Estrategia de recolección de datos

La investigación busca hacer un análisis de la competitividad para el emprendimiento de jóvenes de la región de Moquegua, distrito de Moquegua. En principio es necesario un análisis documental con información cualitativa y cuantitativa con el objeto de tener un panorama de la situación actual en el área de emprendimiento juvenil que presenta la zona. Además de ello, para cerrar mejor la investigación, se hizo uso de la técnica de la encuesta con la aplicación de cuestionario

elaborado y previamente validado por expertos tomando en cuenta el número de productores textiles de donde se obtendrá una muestra para la aplicación con el fin de obtener información de primera mano, desde la percepción de la muestra encuestada respecto a cómo se ha ido desarrollando la actividad emprendedora juvenil en esta región de Moquegua.

Recolección y utilización de datos

1. Se elaboraron el instrumentó para realizar la evaluación de las variables.
2. Se determinó la población de estudio.
3. Se ha convertido el cuestionario en Google drive para recopilar información mediante online.
4. Se coordinó con los jóvenes la aplicación del instrumento, y realizar la expansión del cuestionario a los jóvenes de la adecuada edad según la muestra obtenida para la proporción de la información requerida.
5. El resultado se va guardando en mismo Google drive, a medida que se va respondiendo.

Procesamiento de datos

1. Se codificaron los datos obtenidos en una base de datos mediante el uso del software estadístico Excel en su versión 2019.
2. Se eligió el paquete estadístico de corroboración de hipótesis.
3. El programa de Google drive nos brindó los gráficos de los datos respailados.
4. Se analizaron e interpretaron los datos estadísticos.
5. Se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones.

2.5. Recursos necesarios

2.5.1. Recursos Humanos

Tabla 4: *Recursos humanos*

Ítem	Descripción	Cantidad
2	Investigador	1
3	Asesor	1
	TOTAL	22

Elaboración: Propia

2.5.2. Recursos Materiales

Tabla 5: *Recursos materiales*

Ítem	Descripción	Cantidad
1	Computadora, Laptop	1
2	Escritorio	1
3	Silla	1
4	Impresora	1
5	Papel Bon A4 75gm	3 cientos
6	Página Web	40 veces
7	Fotocopias	50
8	Libros	8
9	Cartuchos para la impresora	4
10	Bolígrafos	6
11	Correctores	2
12	Cuaderno	1

Elaboración: propia

2.5.3. Presupuesto

Tabla 6 *Presupuesto*

Ítem	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
------	-------------	----------	-----------------	-------

1. Material de trabajo

1	Costo papel bon A4 75mg	500	S/ 12.00	S/ 12.00
		unidades		
2	Folders de manila	6 unidades	S/ 0.70	S/ 4.20
3	Bolígrafos	2 unidades	S/ 2.00	S/ 4.00
4	Correctores	1 unidades	S/ 2.50	S/ 2.50
	Cuaderno de apuntes	01 unidades	S/ 15.00	S/ 15.00
			Total	S/ 37.70

2. Suministros

1	Memoria USB	1 unidades	S/ 25.00	S/ 25.00
			Total	S/ 25.00

3. Bienes

1	Textos	5	S/ 150.00	S/ 150.00
			Total	S/ 150.00

4. Servicios

1	Asesoría y consultoría	1	S/ 500.00	S/ 500.00
2	Movilidad	15	S/ 200.00	S/ 200.00
3	Refrigerio	40	S/ 2.00	S/ 80.00
4	Empastado	4	S/ 25.00	S/ 100.00
			Total	S/880.00
			Total Gasto	S/ 1092.70

Elaboración: Propia

Capítulo III

3. Resultados

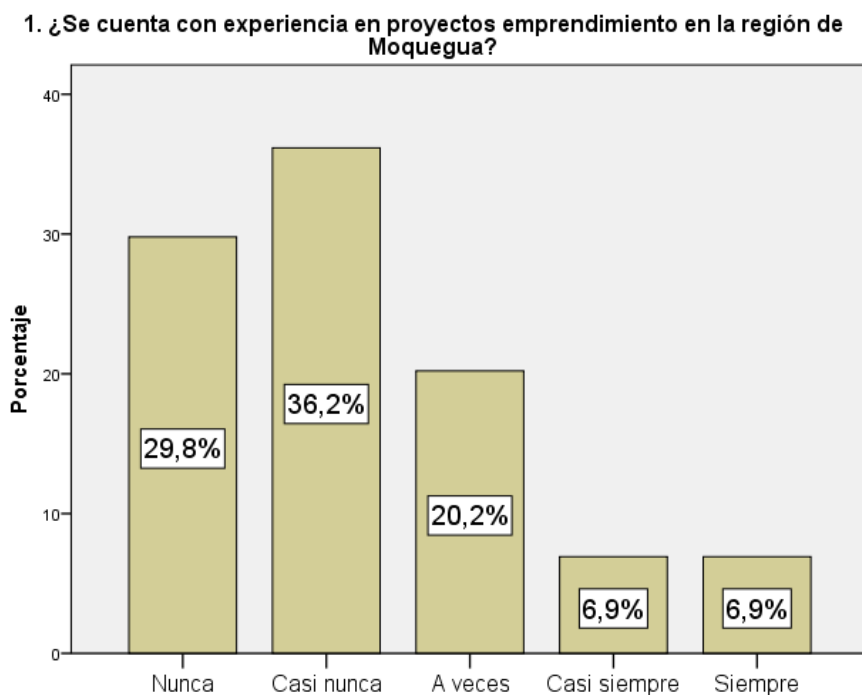
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Estrategias de mercadotecnia

Tabla 7 ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	112	29.8	29.8	29.8
Casi nunca	136	36.2	36.2	66.0
A veces	76	20.2	20.2	86.2
Casi siempre	26	6.9	6.9	93.1
Siempre	26	6.9	6.9	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 1 ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua?



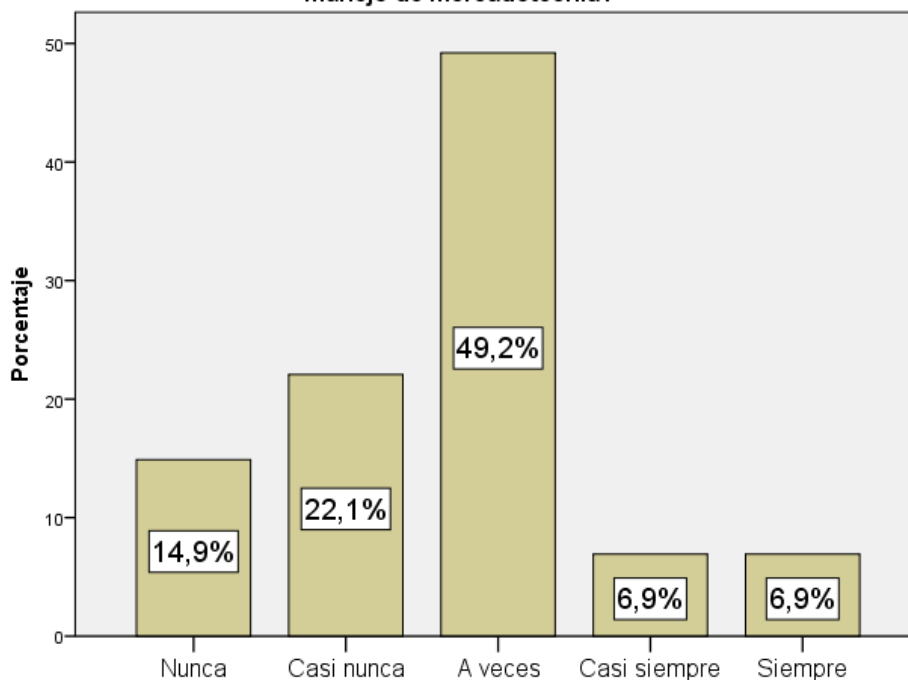
En la Tabla 4 y Figura 1 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si en la región de Moquegua se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento, a lo cual el 29.8% respondió que nunca, el 36.2% respondió que casi nunca, el 20.2% respondió que a veces, el 6.9% respondió que casi siempre y el 6.9% respondió que siempre.

Tabla 8 ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	56	14.9	14.9	14.9
Casi nunca	83	22.1	22.1	37.0
A veces	185	49.2	49.2	86.2
Casi siempre	26	6.9	6.9	93.1
Siempre	26	6.9	6.9	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 2 ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?

2. ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?



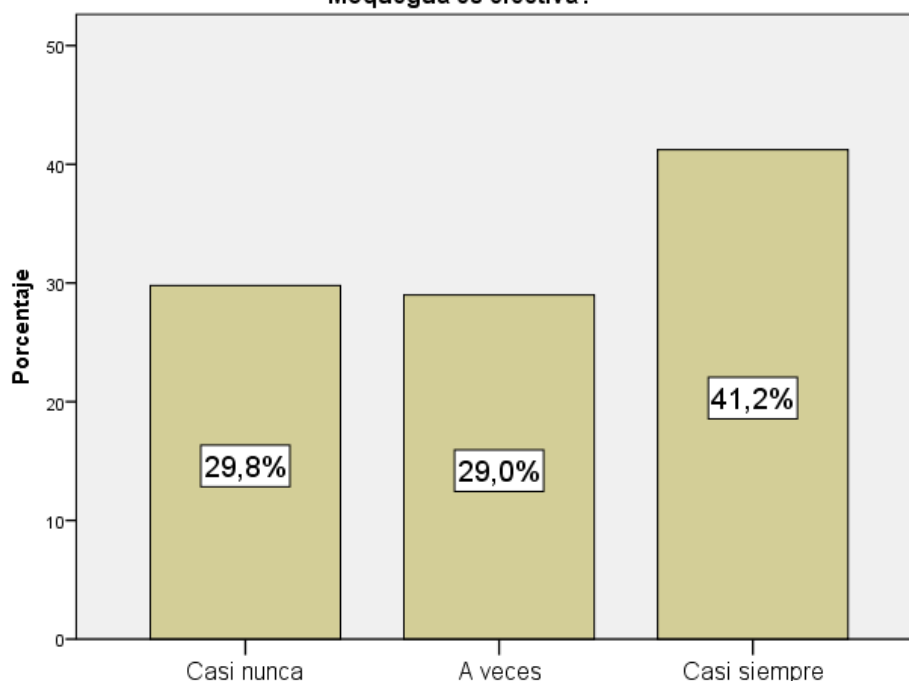
En la Tabla 5 y Figura 2 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia, a lo cual el 14.9% respondió que nunca, el 22.1% respondió que casi nunca, el 49.2% respondió que a veces, el 6.9% respondió que casi siempre y el 6.9% respondió que siempre.

Tabla 9 ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	112	29.8	29.8	29.8
A veces	109	29.0	29.0	58.8
Casi siempre	155	41.2	41.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 3 ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?

3. ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?



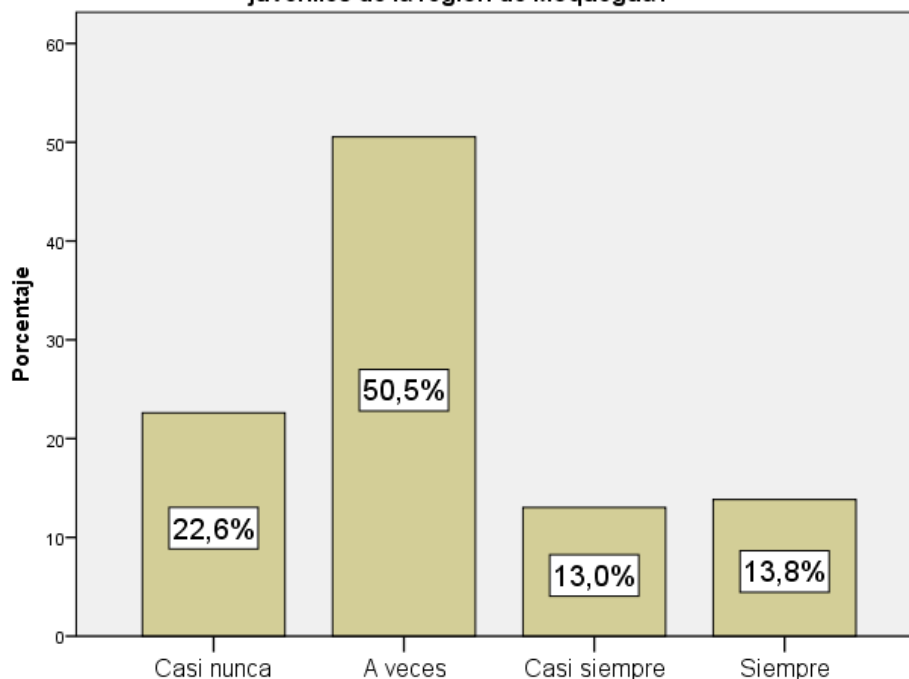
En la Tabla 6 y Figura 3 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva, a lo cual el 29.8% respondió que casi nunca, el 29% respondió que a veces, y el 41.2% respondió que siempre.

Tabla 10 ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	85	22.6	22.6	22.6
A veces	190	50.5	50.5	73.1
Casi siempre	49	13.0	13.0	86.2
Siempre	52	13.8	13.8	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 4 ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?

4. ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?



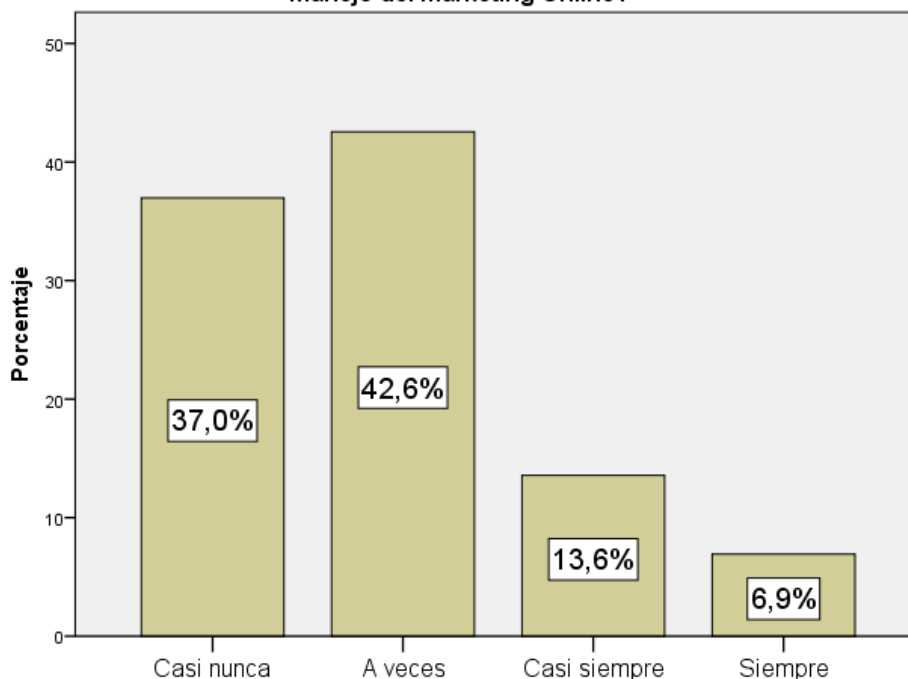
En la Tabla 7 y Figura 4 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua, a lo cual el 22.6% respondió que casi nunca, el 50.5% respondió que a veces, el 13% respondió que casi siempre y el 13.8% respondió que siempre.

Tabla 11 ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	139	37.0	37.0	37.0
A veces	160	42.6	42.6	79.5
Casi siempre	51	13.6	13.6	93.1
Siempre	26	6.9	6.9	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 5 ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?

5. ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?

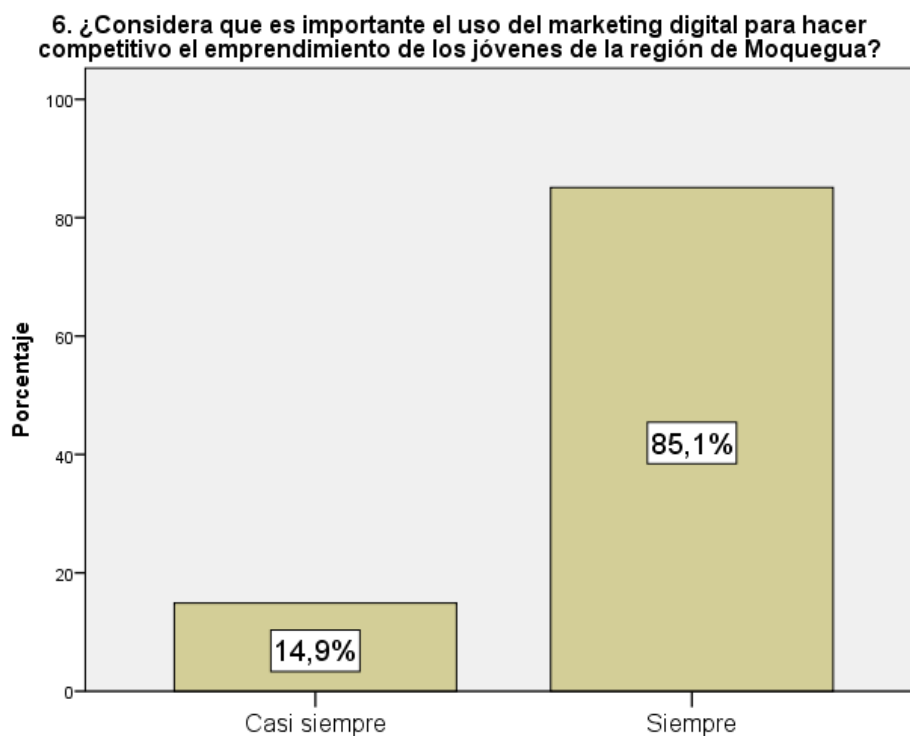


En la Tabla 8 y Figura 5 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online, a lo cual el 37% respondió que casi nunca, el 42.6% respondió que a veces, el 13.6% respondió que casi siempre y el 6.9% respondió que siempre.

Tabla 12 ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	56	14.9	14.9	14.9
Siempre	320	85.1	85.1	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 6 ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua?



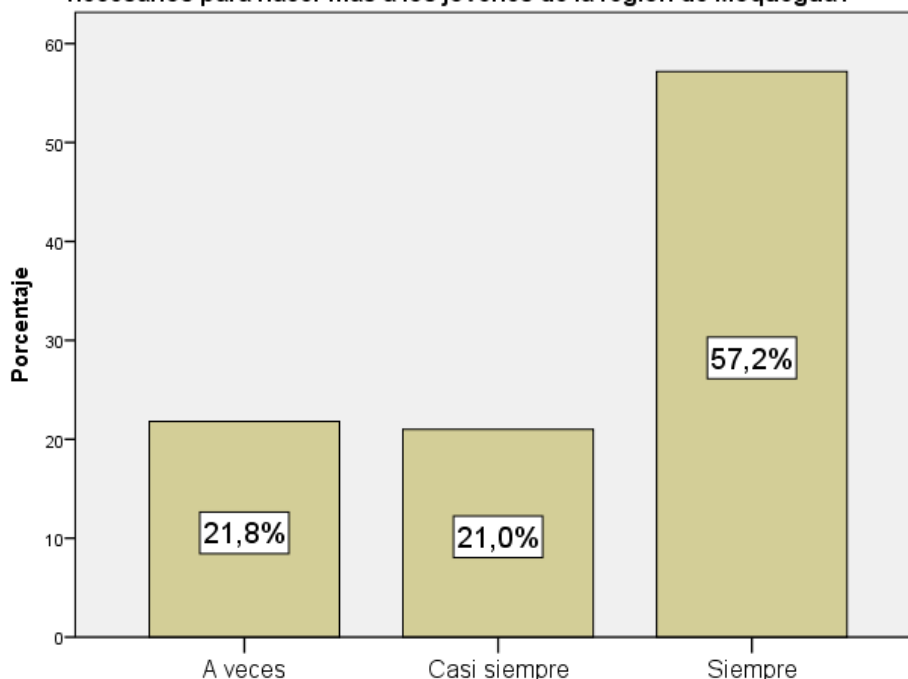
En la Tabla 9 y Figura 6 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua, a lo cual el 14.9% respondió que casi siempre, mientras que el 85.1% respondió que siempre.

Tabla 13 *¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más competitivos a los jóvenes de la región de Moquegua?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	82	21.8	21.8	21.8
Casi siempre	79	21.0	21.0	42.8
Siempre	215	57.2	57.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 7 *¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más competitivos a los jóvenes de la región de Moquegua?*

7. ¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más a los jóvenes de la región de Moquegua?



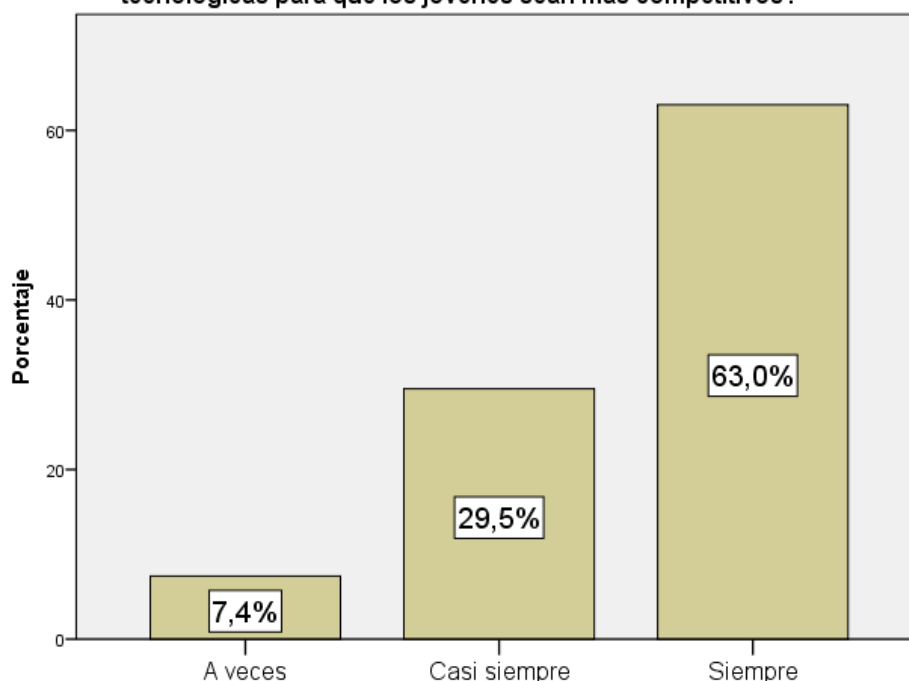
En la Tabla 10 y Figura 7 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más competitivos a los jóvenes de la región de Moquegua, a lo cual el 21.8% respondió que a veces, el 21% respondió que casi siempre y el 57.2% respondió que siempre.

Tabla 14 ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	111	29.5	29.5	37.0
Siempre	237	63.0	63.0	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 8 ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?

8. ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?



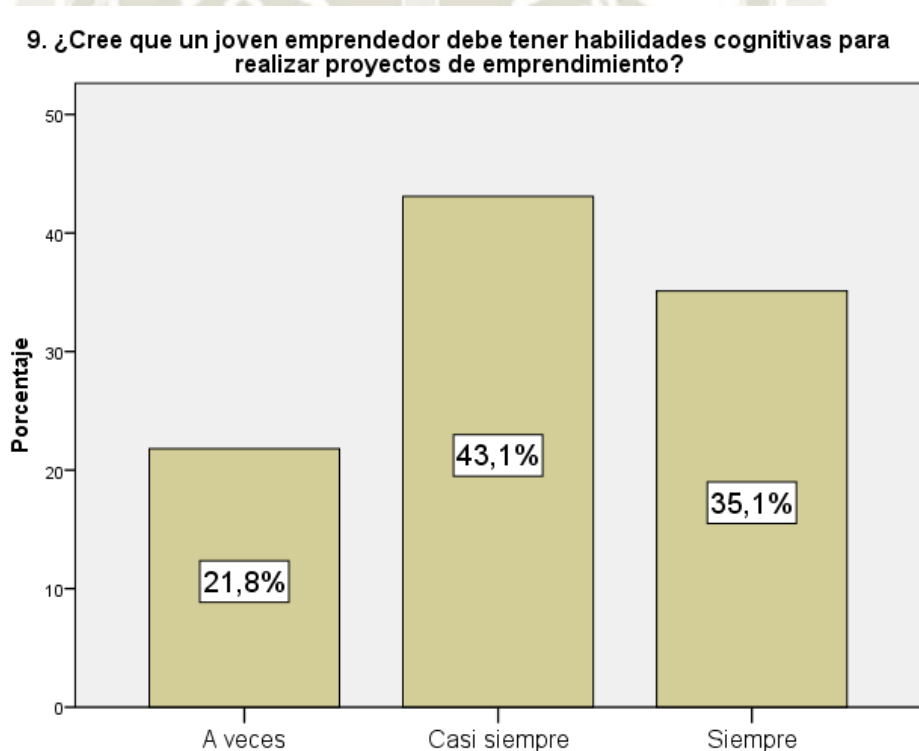
En la Tabla 11 y Figura 8 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 29.5% respondió que casi siempre y el 63% respondió que siempre.

Estrategias de capital humano

Tabla 15 ¿Cree que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	82	21.8	21.8	21.8
Casi siempre	162	43.1	43.1	64.9
Siempre	132	35.1	35.1	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 9 ¿Cree que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento?

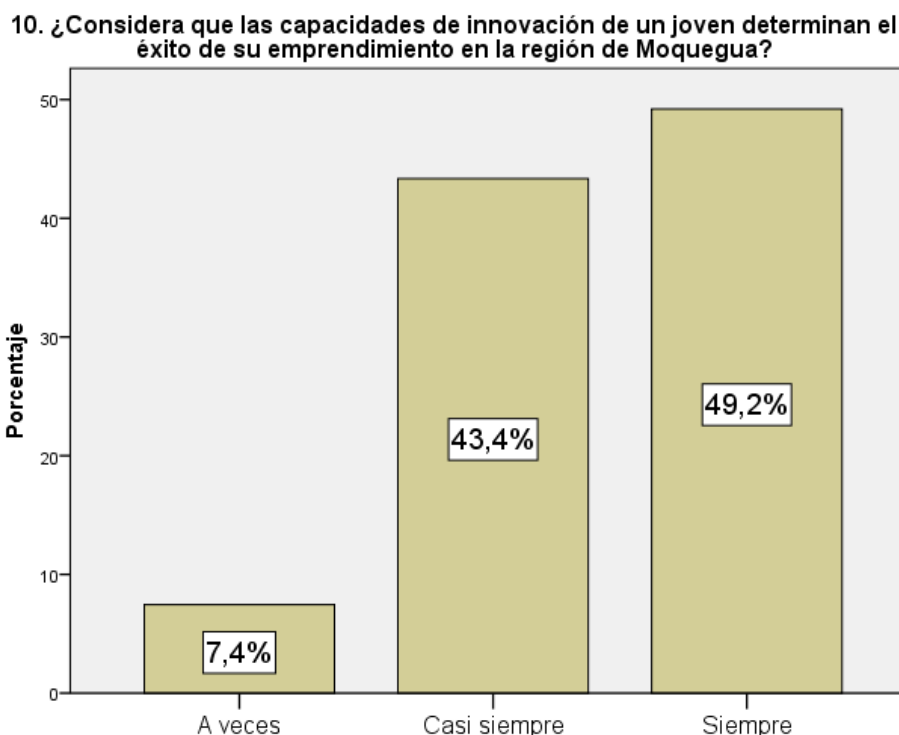


En la Tabla 12 y Figura 9 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento, a lo cual el 21.8% respondió que a veces, el 43.1% respondió que casi siempre y el 35.1% respondió que siempre.

Tabla 16 *¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	163	43.4	43.4	50.8
Siempre	185	49.2	49.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 10 *¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?*



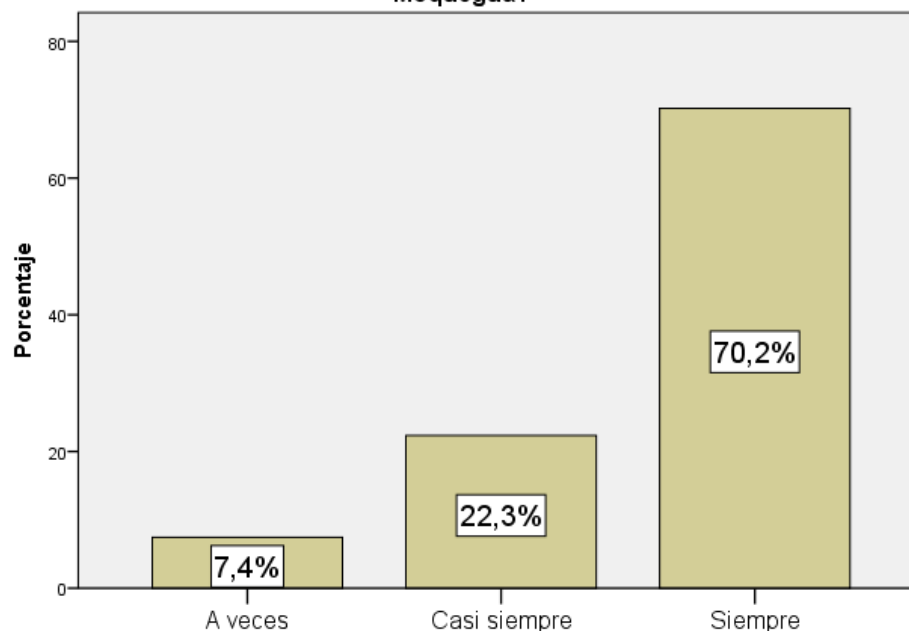
En la Tabla 13 y Figura 10 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 43.4% respondió que casi siempre y el 49.2% respondió que siempre.

Tabla 17 ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	84	22.3	22.3	29.8
Siempre	264	70.2	70.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 11 ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?

11. ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?



En la Tabla 14 y Figura 11 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que las competencias transversales (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 22.3% respondió que casi siempre y el 70.2% respondió que siempre.

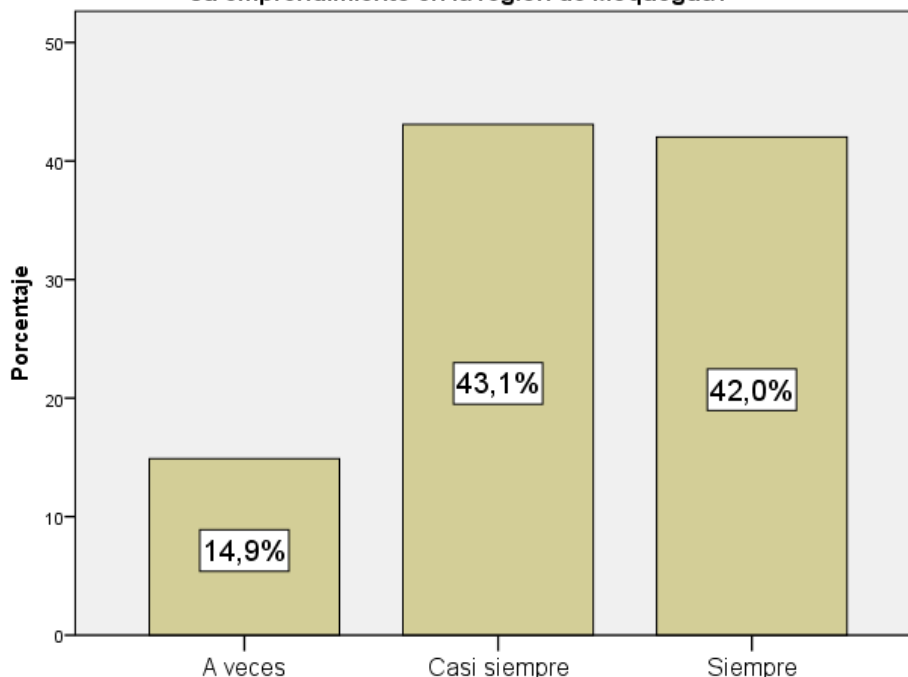
Estrategias de liderazgo

Tabla 18 ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	56	14.9	14.9	14.9
Casi siempre	162	43.1	43.1	58.0
Siempre	158	42.0	42.0	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 12 ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

12. ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?



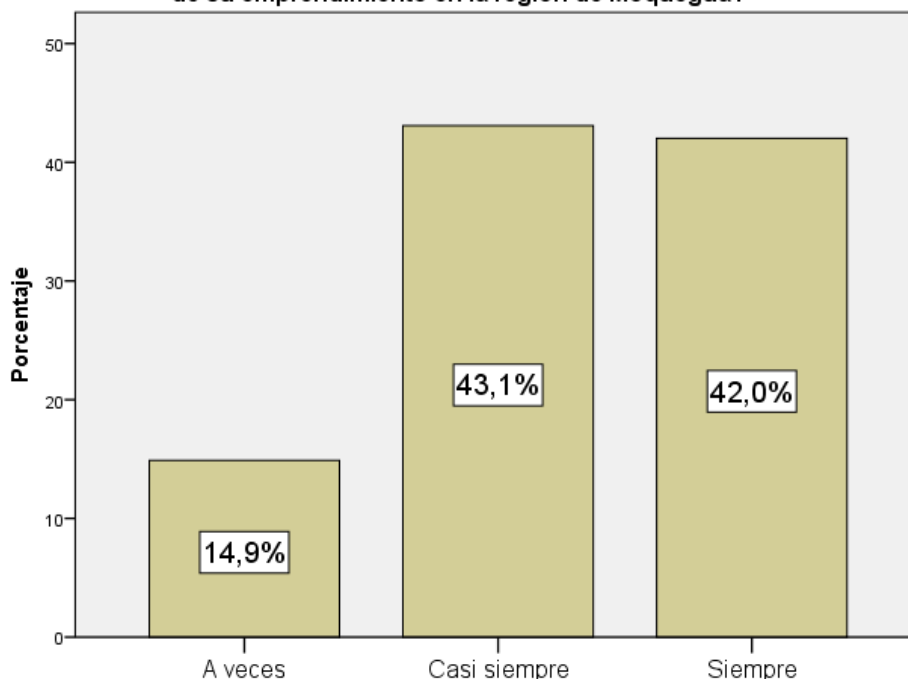
En la Tabla 15 y Figura 12 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua, a lo cual el 14.9% respondió que a veces, el 43.1% respondió que casi siempre y el 42% respondió que siempre.

Tabla 19 ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	56	14.9	14.9	14.9
Casi siempre	162	43.1	43.1	58.0
Siempre	158	42.0	42.0	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 13 ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

13. ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

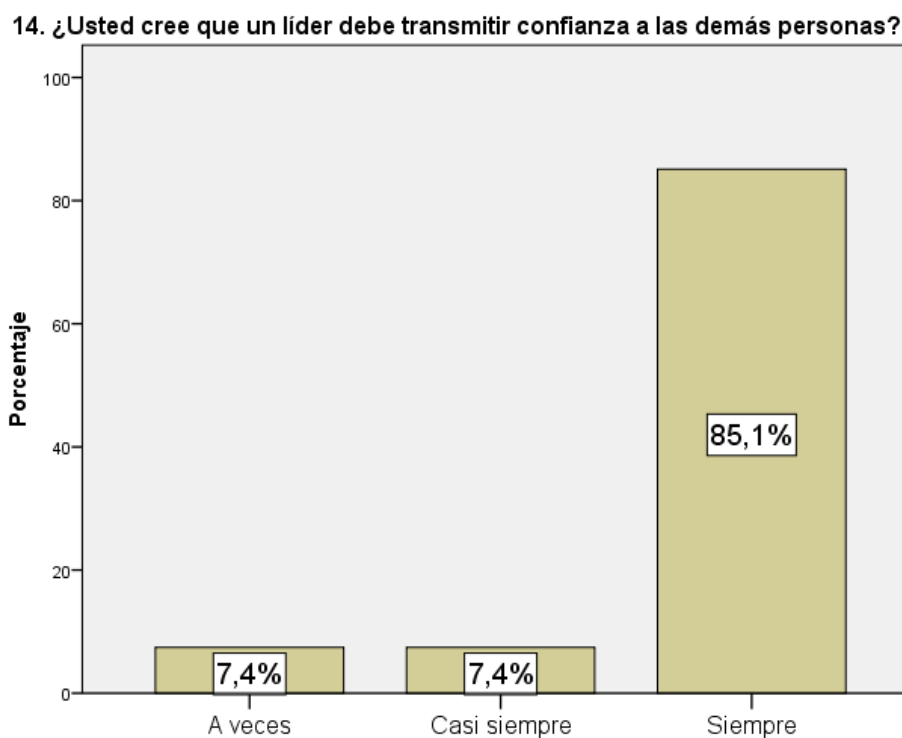


En la Tabla 16 y Figura 13 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua, a lo cual el 14.9% respondió que a veces, el 43.1% respondió que casi siempre y el 42% respondió que siempre.

Tabla 20 ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	28	7.4	7.4	14.9
Siempre	320	85.1	85.1	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 14 ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?



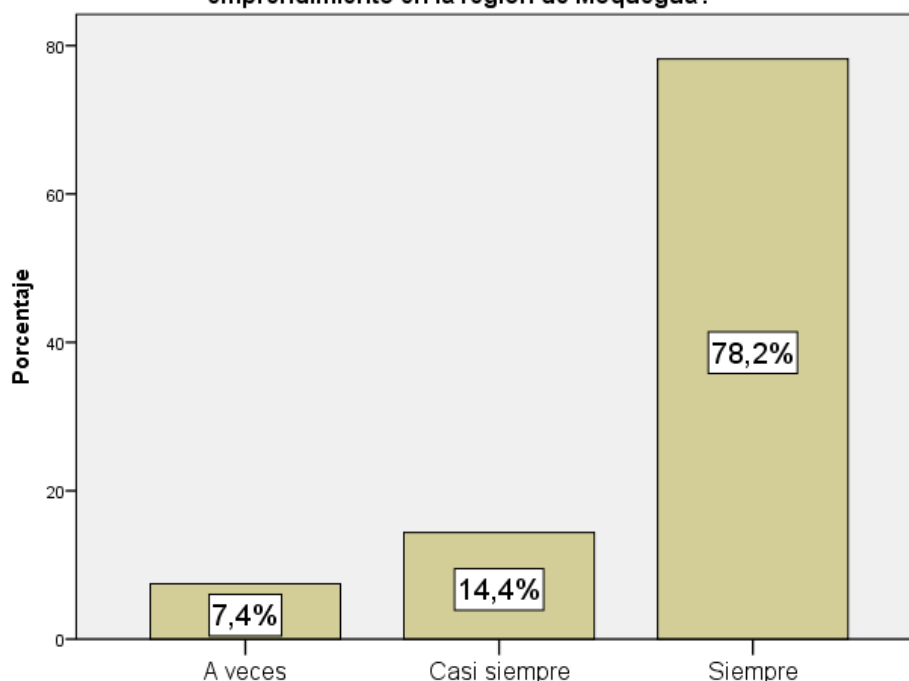
En la Tabla 17 y Figura 14 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que un líder debe transmitir confianza a las demás personas, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 7.4% respondió que casi siempre y el 85.1% respondió que siempre.

Tabla 21 *¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	54	14.4	14.4	21.8
Siempre	294	78.2	78.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 15 *¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?*

15. ¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?

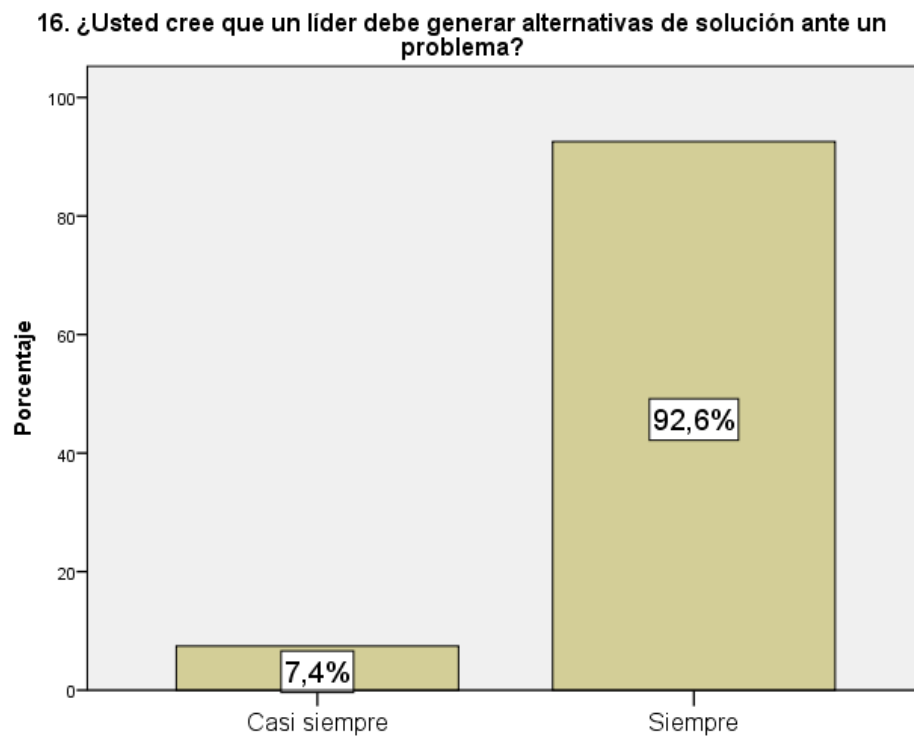


En la Tabla 18 y Figura 15 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 14.4% respondió que casi siempre y el 78.2% respondió que siempre.

Tabla 22 ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	28	7.4	7.4	7.4
Siempre	348	92.6	92.6	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 16 ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?



En la Tabla 19 y Figura 16 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema, a lo cual el 7.4% respondió que casi siempre, mientras que el 92.6% restante respondió que siempre.

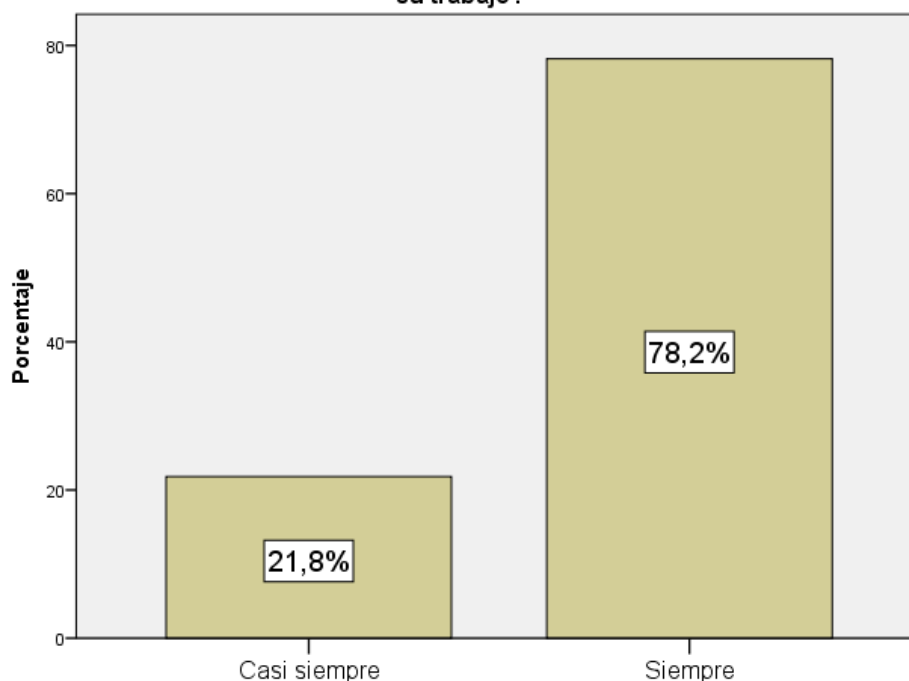
EMPREDIMIENTO

Tabla 23 ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	82	21.8	21.8	21.8
Siempre	294	78.2	78.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 17 ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?

17. ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?



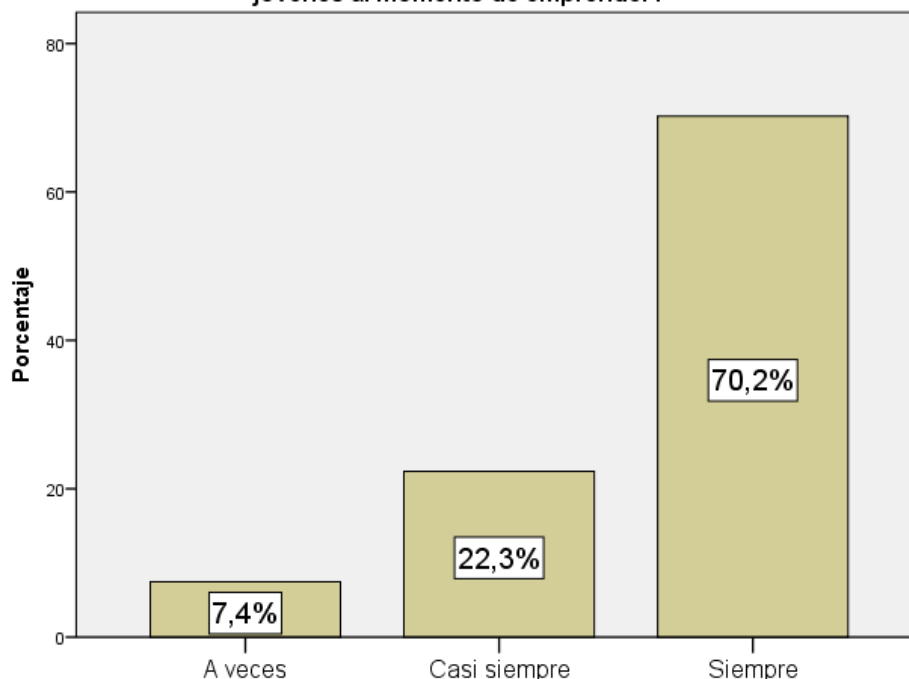
En la Tabla 20 y Figura 17 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que un emprendedor debe sentirse motivado al realizar su trabajo, a lo cual el 21.8% respondió que casi siempre, mientras que el 78.2% restante respondió que siempre.

Tabla 24 ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	84	22.3	22.3	29.8
Siempre	264	70.2	70.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 18 ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?

18. ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?



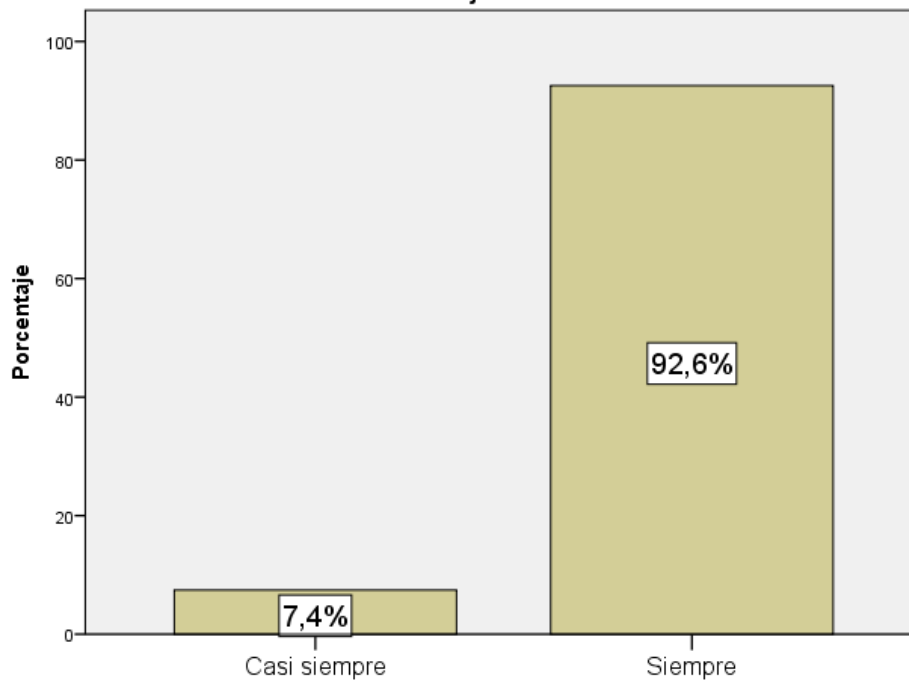
En la Tabla 21 y Figura 18 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 22.3% respondió que casi siempre y el 70.2% respondió que siempre.

Tabla 25 ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	28	7.4	7.4	7.4
Siempre	348	92.6	92.6	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 19 ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?

19. ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?



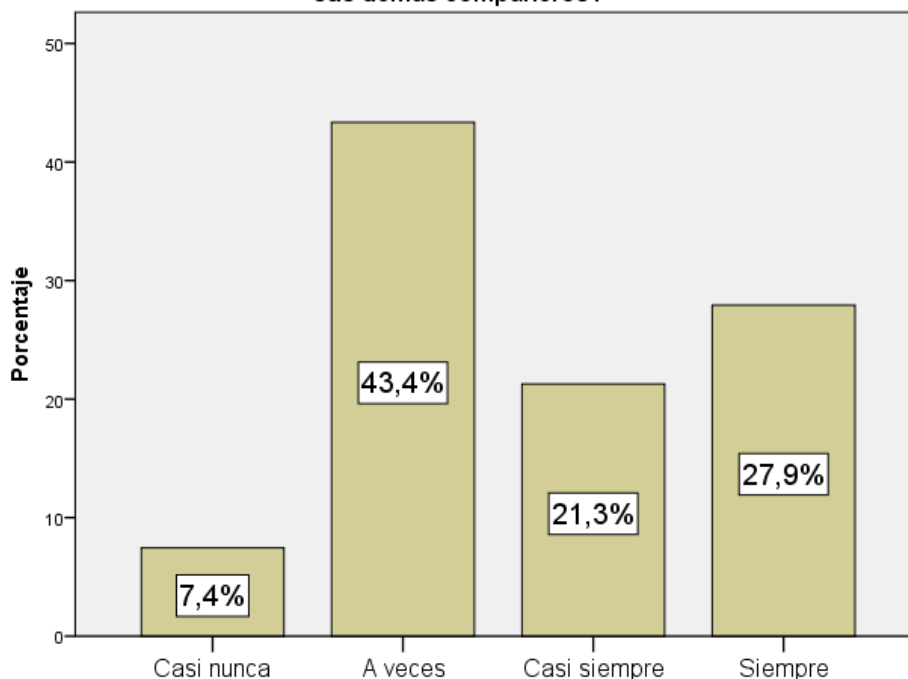
En la Tabla 22 y Figura 19 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo, a lo cual el 7.4% respondió que casi siempre, mientras que el restante 92.6% respondió que siempre.

Tabla 26 ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	28	7.4	7.4	7.4
A veces	163	43.4	43.4	50.8
Casi siempre	80	21.3	21.3	72.1
Siempre	105	27.9	27.9	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 20 ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?

20. ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?



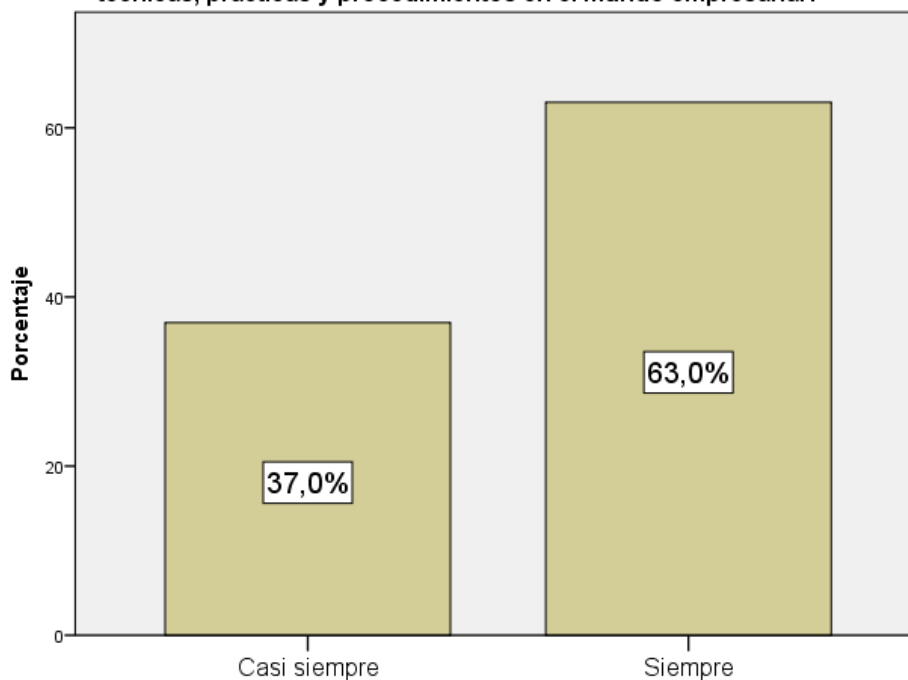
En la Tabla 23 y Figura 20 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros, a lo cual el 7.4% respondió que casi nunca, el 43.4% respondió que a veces, el 21.3% respondió que casi siempre y el 27.9% respondió que siempre.

Tabla 27 ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	139	37.0	37.0	37.0
Siempre	237	63.0	63.0	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 21 ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?

21. ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?



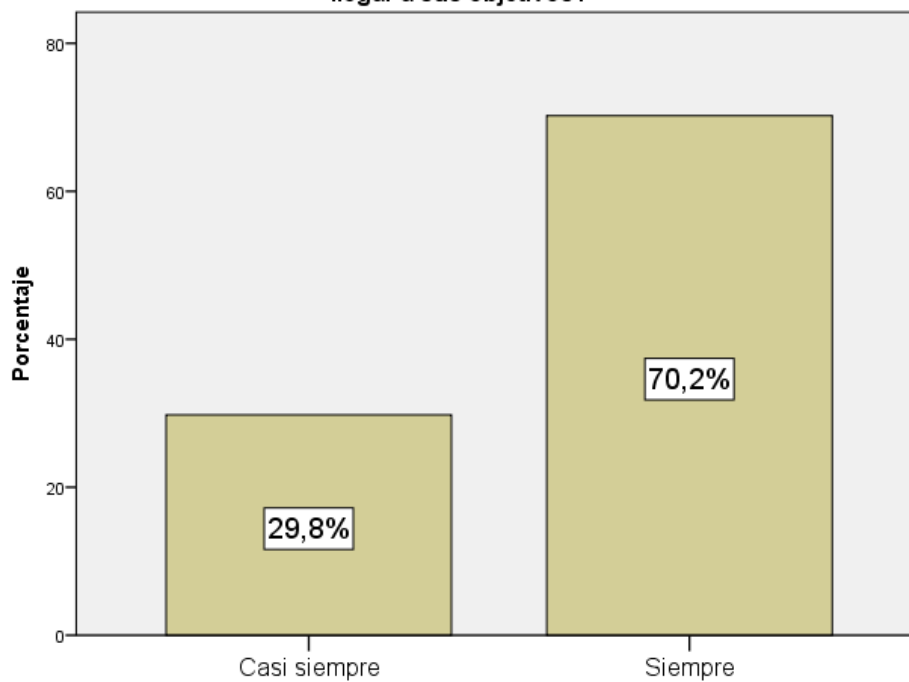
En la Tabla 24 y Figura 21 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial, a lo cual el 37% respondió que casi siempre, mientras que el restante 63% respondió que siempre.

Tabla 28 ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	112	29.8	29.8	29.8
Siempre	264	70.2	70.2	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 22 ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?

22. ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?

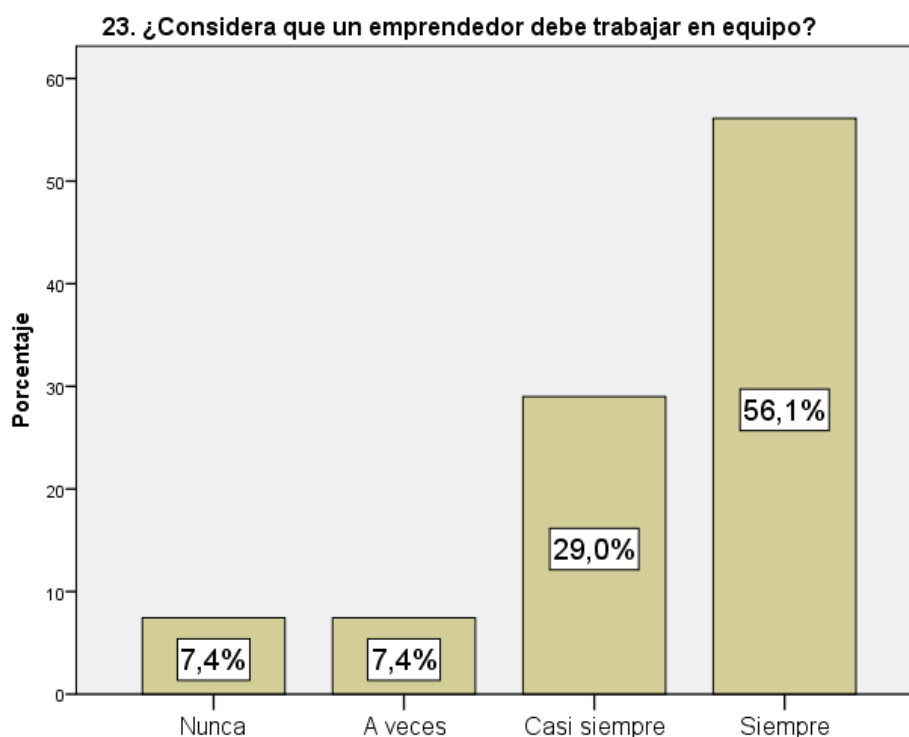


En la Tabla 25 y Figura 22 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos, a lo cual el 29.8% respondió que casi siempre, mientras que el 70.2% restante respondió que siempre.

Tabla 29 ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	28	7.4	7.4	7.4
A veces	28	7.4	7.4	14.9
Casi siempre	109	29.0	29.0	43.9
Siempre	211	56.1	56.1	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 23 ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?



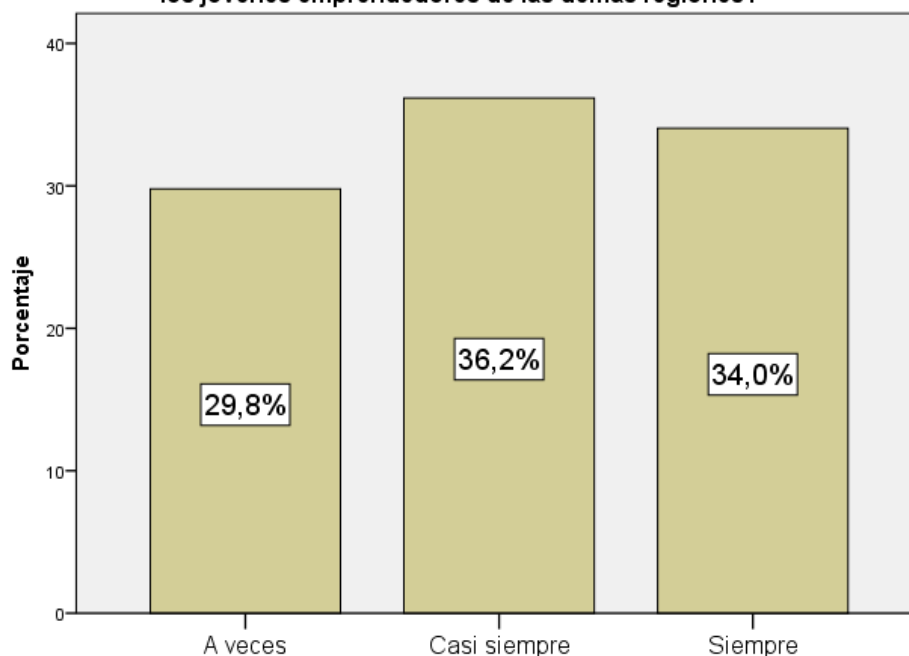
En la Tabla 26 y Figura 23 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que un emprendedor debe trabajar en equipo, a lo cual el 7.4% respondió que nunca, el 7.4% respondió que a veces, el 29% respondió que casi siempre y el 56.1% respondió que siempre.

Tabla 30 ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	112	29.8	29.8	29.8
Casi siempre	136	36.2	36.2	66.0
Siempre	128	34.0	34.0	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 24 ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?

24. ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?

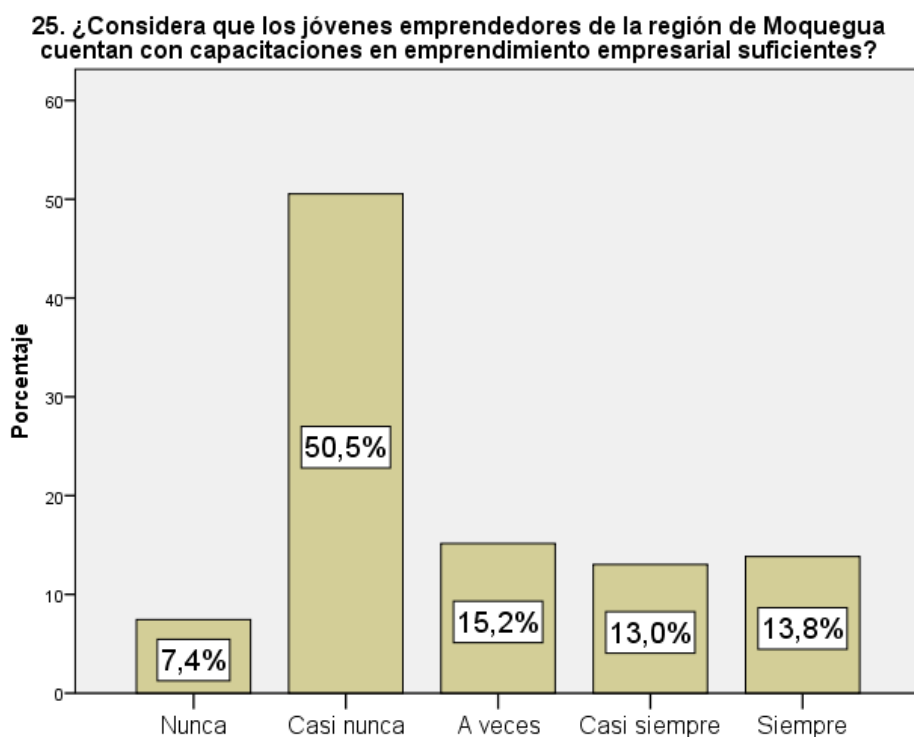


En la Tabla 27 y Figura 24 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si creen que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones, a lo cual el 29.8% respondió que a veces, el 36.2% respondió que casi siempre y el 34% respondió que siempre.

Tabla 31 ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	28	7.4	7.4	7.4
Casi nunca	190	50.5	50.5	58.0
A veces	57	15.2	15.2	73.1
Casi siempre	49	13.0	13.0	86.2
Siempre	52	13.8	13.8	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 25 ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?



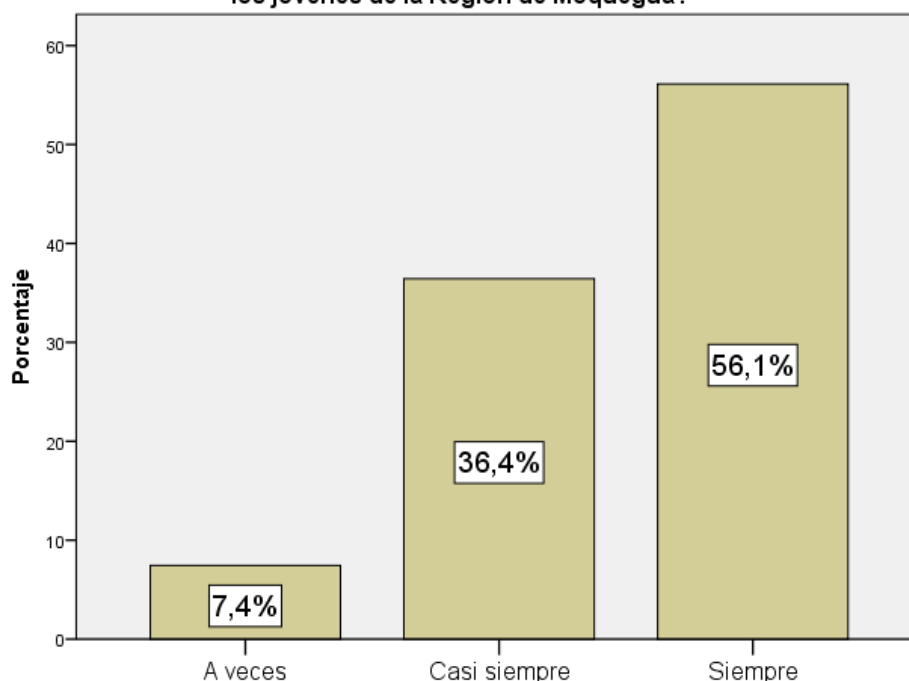
En la Tabla 28 y Figura 25 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con la suficiente capacitación en emprendimiento empresarial, a lo cual el 7.4% respondió que nunca, el 50.5% respondió que casi nunca, el 15.2% respondió que a veces, el 13% respondió que casi siempre y el 13.8% respondió que siempre.

Tabla 32 *¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	28	7.4	7.4	7.4
Casi siempre	137	36.4	36.4	43.9
Siempre	211	56.1	56.1	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Figura 26 *¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?*

26. ¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?



En la Tabla 29 y Figura 26 se observan las respuestas de los sujetos encuestados frente a la cuestión sobre si consideran que es importante que los jóvenes de la Región Moquegua asistan a eventos aspiracionales para su emprendimiento, a lo cual el 7.4% respondió que a veces, el 36.4% respondió que casi siempre y el 56.1% respondió que siempre.

Tabla 33 Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Estrategias competitivas	.126	376	.000	.943	376	.000
Mercadotecnia	.131	376	.000	.957	376	.000
Capital humano	.175	376	.000	.869	376	.000
Liderazgo	.268	376	.000	.764	376	.000
Emprendimiento	.137	376	.000	.905	376	.000

Para el análisis de correlación de las variables, primero se analizó la distribución de las mismas y sus dimensiones, para verificar si estas se ajustaban a la distribución normal y en función de ello poder escoger una prueba paramétrica (si la distribución es normal) o no paramétrica (si la distribución no es normal) para el análisis de correlación. Se aplicó la prueba estadística Kolmogorov-Smirnov, la cual se recomienda para muestras mayores a cincuenta sujetos.

En la Tabla 30 se aprecia que los valores de significancia en todos los casos son menores a 0.05, lo cual indica que hay diferencias significativas entre la distribución de las variables y la distribución normal o lo que es lo mismo que las variables no poseen distribución normal, por ello se ha empleado la prueba no paramétrica Rho de Spearman para el análisis de correlación.

Tabla 34 *Correlación entre estrategias competitivas y emprendimiento*

		Estrategias competitivas		Emprendimiento
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coefficiente de correlación	1.000	.602**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	.602**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La Tabla 31 muestra los resultados de la prueba de correlación de Spearman, dicha prueba estadística ha sido empleada con el objeto someter a corroboración la hipótesis general de investigación y de esta forma determinar si los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de competitividad tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento.

Se observa que el valor de significancia es de 0.000, menor al 0.05, lo cual indica que existe relación estadísticamente significativa entre las variables, confirmándose así la hipótesis de investigación. Asimismo, se aprecia que el valor del coeficiente de correlación es de 0.602, lo cual indica que existe relación directa o positiva entre las variables. Por tanto, se puede concluir que los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias competitivas influyen positivamente en el logro de un emprendimiento eficiente.

Tabla 35 *Correlación entre mercadotecnia y emprendimiento*

			Mercadotecnia	Emprendimiento
Rho de Spearman	Mercadotecnia	Coefficiente de correlación	1.000	.612**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	.612**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La Tabla 32 muestra los resultados de la prueba de correlación de Spearman, dicha prueba estadística ha sido empleada con el objeto someter a corroboración la primera hipótesis específica y determinar si los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de mercadotecnia tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento.

Se observa que el valor de significancia es de 0.000, menor al 0.05, lo cual indica que existe relación estadísticamente significativa entre las variables, confirmándose así la hipótesis de investigación. Asimismo, se aprecia que el valor del coeficiente de correlación es de 0.612, lo cual indica que existe relación directa o positiva entre las variables. Por tanto, se puede concluir que los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de mercadotecnia influyen positivamente en el logro de un emprendimiento eficiente.

Tabla 36 *Correlación entre capital humano y emprendimiento*

			Capital humano	Emprendimiento
Rho de Spearman	Capital humano	Coefficiente de correlación	1.000	.522**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	.522**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La Tabla 33 muestra los resultados de la prueba de correlación de Spearman, dicha prueba estadística ha sido empleada con el objeto someter a corroboración la segunda hipótesis específica y determinar si los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de capital humano tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento.

Se observa que el valor de significancia es de 0.000, menor al 0.05, lo cual indica que existe relación estadísticamente significativa entre las variables, confirmándose así la hipótesis de investigación. Asimismo, se aprecia que el valor del coeficiente de correlación es de 0.522, lo cual indica que existe relación directa o positiva entre las variables. Por tanto, se puede concluir que los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de capital humano influyen positivamente en el logro de un emprendimiento eficiente.

Tabla 37 *Correlación entre liderazgo y emprendimiento*

		Liderazgo	Emprendimiento
Rho de Spearman	Liderazgo	1.000	.458**
	Coefficiente de correlación	.	.000
	Sig. (bilateral)	376	376
Emprendimiento	Liderazgo	.458**	1.000
	Coefficiente de correlación	.000	.
	Sig. (bilateral)	376	376

** . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

La Tabla 34 muestra los resultados de la prueba de correlación de Spearman, dicha prueba estadística ha sido empleada con el objeto someter a corroboración la tercera hipótesis específica y determinar si los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de liderazgo tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento. Se observa que el valor de significancia es de 0.000, menor al 0.05, lo cual indica que existe relación estadísticamente significativa entre las variables, confirmándose así la hipótesis de investigación. Asimismo, se aprecia que el valor del coeficiente de correlación es de 0.458, lo cual indica que existe relación directa o positiva entre las variables. Por tanto, se puede concluir que los jóvenes de la Región Moquegua perciben que las estrategias de liderazgo influyen positivamente en el logro de un emprendimiento eficiente.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Se encontró relación significativa y positiva entre las estrategias de competitividad y el emprendimiento en los jóvenes de la región Moquegua, por lo que se puede concluir que las estrategias de competitividad, en cuanto a mercadotecnia, capital humano y liderazgo tienen una influencia positiva sobre el emprendimiento.

SEGUNDA

Se encontró relación significativa y positiva entre las estrategias de mercadotecnia y el emprendimiento en los jóvenes de la región Moquegua, por lo que se puede concluir que las estrategias de mercadotecnia tienen una influencia positiva sobre el emprendimiento. Entre las principales estrategias de mercadotecnia se encuentran el marketing digital y el empleo de recursos, herramientas y programas tecnológicos.

TERCERA

Se encontró relación significativa y positiva entre las estrategias de capital humano y el emprendimiento en los jóvenes de la región Moquegua, por lo que se puede concluir que las estrategias de capital humano tienen una influencia positiva sobre el emprendimiento. Entre las principales estrategias de capital humano se encuentran la capacidad de innovación y las competencias transversales (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema).

CUARTA

Se encontró relación significativa y positiva entre las estrategias de liderazgo y el emprendimiento en los jóvenes de la región Moquegua, por lo que se puede concluir que las estrategias de liderazgo tienen una influencia positiva sobre el emprendimiento. Entre las principales estrategias de liderazgo se encuentran la transmisión de confianza, el liderazgo participativo y la capacidad de generar alternativas de solución frente a un problema.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades del Gobierno Regional de Moquegua, a través de la gerencia competente, desarrollar programas que fomenten el desarrollo de proyectos de emprendimiento empresarial, que estén dirigidos a la población joven de la región.
2. Se sugiere realizar capacitaciones en materia de marketing digital, y el uso de herramientas y plataformas tecnológicas para el comercio electrónico que tengan como población objetivo a los jóvenes de la Región Moquegua que desarrollan proyectos de emprendimiento empresarial.
3. Se recomienda brindar capacitaciones, dirigidas a los jóvenes de la Región Moquegua que desarrollan proyectos de emprendimiento empresarial, que estén orientadas al desarrollo de habilidades y competencias que les permitan un mejor desempeño en el ámbito organizativo y comercial
4. Se sugiere realizar capacitaciones en materia de liderazgo y dirección de equipos, dirigidas a los jóvenes de la Región Moquegua que desarrollan proyectos de emprendimiento empresarial.

REFERENCIAS

- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo - USAID. (2019). *El Manual de Destrezas para la Vida y Liderazgo*. Peace Corps. Obtenido de <https://pclive.peacecorps.gov/pclive/index.php/pclive-resources/resource-library/1303-m0110-life-skills-and-leadership-spanish/file>
- Aguilar, D. d. (2013). *Emprendedurismo en una microempresa fabricante de frituras de Cintalapa de Figueroa, Chiapas*. Obtenido de <https://biblat.unam.mx/hevila/Staobillekilaltalekilabtel/2013/no5/5.pdf>
- Anzil, F. (30 de julio de 2019). *Zona economica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Carrasco Diaz, S. (2019). *Metodología e la Investigación Científica*. Editorial San Marcos E. I . R. LTDA.
- Cumpa, J., & Diaz, J. (2019). *Emprendimiento*. Lima - Perú: USMP. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/EMPREDIMIENTO.pdf>
- Cumpa, J., & Diaz, J. (2019). *Emprendimiento*. Perú: Unidad Académica de Estudios Generales. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/EMPREDIMIENTO.pdf>
- Cumpa, J., & Díaz, J. (2019). *Emprendimiento*. Perú: Académica de la UAEG 0. Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/EMPREDIMIENTO.pdf>
- García García, V. D. (2015). *Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. Tultitlan, Estado de Mexico. Obtenido de https://cojetac.files.wordpress.com/2015/04/tesis_admon_final_2015.pdf
- González, F. (2014). *Mercadotecnia estratégica: teoría e impacto en las unidades de información*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de http://ru.iibi.unam.mx/jspui/bitstream/IIBI_UNAM/L117/1/mercadotecnia_estrategica_ui.pdf
- Herruzo, E. (2019). *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*. Madrid - España: Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>
- Herruzo, E., & Hernández, B. (2019). *Emprendimiento e innovación*. Madrid, España: Universidad de Córdoba, España. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Población Económicamente Activa*. Lima - Perú: Dirección Nacional de Censos y Encuestas. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1624/18TOMO_01.pdf
- Jimenez, A. (2015). *Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literatura*. Colombia: Universidad Autónoma del Caribe. Obtenido de [file:///C:/Users/VERIOSKA/Downloads/2492-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2479-1-10-20170522%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/VERIOSKA/Downloads/2492-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2479-1-10-20170522%20(1).pdf)
- Jiménez, A. (2015). Estrategia de Competitividad y Emprendimiento, una Revisión de la Literatura. *Universidad Autónoma del Caribe, IV(2)*. doi:<https://doi.org/10.17081/invinno.4.2.2492>
- Julca Meza, E. (2011). *Evaluación de factores básicos de competencia de emprendimiento empresarial en los estudiantes de turismo - el caso de la universidad san martin de porres, Lima Peru*. Liima. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=104303>
- Kawata, P. (2015). *Desarrollo de Liderazgo*. National Minority Aids Council. Obtenido de <https://targethiv.org/sites/default/files/file-upload/resources/desarrollo-de-liderazgo.pdf>
- Koerich, B. (2016). *Liderazgos juveniles en construcción: el proceso de asambleas en la Casa de la Juventud (Canoas, Brasil)*. Brasil: scielo. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rpfd/v11n22/1870-4115-rpfd-11-22-00120.pdf>
- Manual de Atención al Cliente - CEPAM. (2012). *Manual de capacitación de emprendimientos productivos y culturales para grupos juveniles de Esmeraldas*. Victoria: Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer - CEPAM. Obtenido de <https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/MANUAL4.pdf>
- Monterroso, E. (2016). *Competitividad y Estrategia: Conceptos, fundamentos y relaciones*. Universidad Nacional de Luján. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2016/05/RSOC014-002-Competitividad-y-estrategia-MONTERROSO.pdf>
- Mora, R. (2019). *Estudio de actitudes emprendedores con profesionales que crearon empresa*. Bogota: Universidad de los andes. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a06.pdf>
- Morales Paja, D. Y. (2018). *Factores socioeconomicos que influyen en el micro emprendimiento juvenil de la region puno 2014*. Puno. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7491>
- Moya, P., & Santana, S. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. Santiago - Chile: Laboratorio de Innovación y Emprendimiento. Obtenido de <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>

- Navarro, I. (2005). *Capital Humano: Su Definición y Alcances en el Desarrollo Local y Regional*. Arizona - Estados Unidos: Arizona State University. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2750/275020513035.pdf>
- Raffino, M. E. (30 de febrero de 2019). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Rattinger, A. (19 de octubre de 2018). *Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/que-es-mercadotecnia-definicion/>
- Roldan, P. N. (15 de mayo de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Rubio, L., & Baz, V. (2013). *El poder de la competitividad*. Mexico: CIDAC. Obtenido de http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto_2004.pdf
- Sanchez, H., & Reyes, C. (2018). *Manual de terminos de Investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima - Perú: ©Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez, L. (2010). *¿Qué es ser emprendedor?* Colombia: gycperu. doi:https://www.empredepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html#definicion_de_emprendedor
- Sevilla, A. (10 de enero de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/capital-humano.html>
- Sunol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, XXXI(2), 179-198. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Vásquez, J. (2017). *Factores que inciden en la intención de emprendimiento de Universitarios adultos con experiencia Laboral*. Perú: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2705/1/2017_Vasquez_Factores-que-incident-en-la-intencion-de-emprendimiento.pdf
- Vergara, J. L., & Paliz, A. (2016). *Manual de capacitación de emprendimiento para estudiantes de colegios secundarios de la Ciudad de Esmeraldas*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/764/1/DELGADO%20ORTIZ%20KARLA%20GABRIELA%20.pdf>



Anexo 01: Matriz de consistencia

ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA LOGRAR UN EFICIENTE EMPRENDIMIENTO EN LOS JÓVENES DE LA REGIÓN DE MOQUEGUA - 2019

ENUNCIADO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA
Estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2019.	¿Cuáles son las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2019?	Determinar las estrategias de competitividad para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2019.	Las estrategias de competitividad tienen una influencia positiva y significativa para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua - 2019.	Tipo de investigación: Descriptivo - Correlacional Nivel de investigación: Es de enfoque cuantitativo Diseño de investigación: No experimental de corte transversal Método de investigación: Método científico específico deductivo. Población: 17 173 jóvenes de Moquegua Muestra: Los jóvenes de la región de Moquegua considerando que el término joven enmarca las edades de 14 a 29 años, es de 376. Técnicas e Instrumento: Encuesta - Cuestionario
	Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis Específicas	
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las estrategias de la mercadotecnia para lograr un eficiente emprendimiento que utilizan los jóvenes de la región de Moquegua? • ¿Cuáles son las estrategias del capital humano para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua? • ¿Cuáles son las estrategias de Liderazgo para lograr un eficiente emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las estrategias de la mercadotecnia para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua. • Determinar las estrategias del capital humano para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua. • Determinar las estrategias de liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Las estrategias de la mercadotecnia tienen una influencia significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua. • Las estrategias del capital humano tienen una influencia significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua. • La estrategia de liderazgo tiene una influencia 	

en los jóvenes de la región de Moquegua?

para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.

significativa y positiva para lograr un eficiente emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua.

Elaboración. Propia



Anexo 02: Cuestionario de estrategia de competitividad y emprendimiento

Este cuestionario contiene una serie de frases relativamente cortas que permite hacer una descripción sobre cómo es que se percibe la competitividad para el emprendimiento en los jóvenes de Moquegua. Para ello debes responder con la mayor sinceridad posible a cada una de las proposiciones que aparecen a continuación, de acuerdo con como pienses o actúes. Con respecto a cada ítem le rogamos que valore y marque con una X, según la siguiente escala de valoración:

- | | |
|--------------|---|
| Nunca | 1 |
| Casi nunca | 2 |
| A veces | 3 |
| Casi siempre | 4 |
| Siempre | 5 |

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	1	2	3	4	5
Mercadotecnia					
1. ¿Se cuenta con experiencia en proyectos emprendimiento en la región de Moquegua?					
2. ¿Cree que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo de mercadotecnia?					
3. ¿Considera que la venta directa en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua es efectiva?					
4. ¿Considera que la venta a intermediarios es necesaria en emprendimientos juveniles de la región de Moquegua?					
5. ¿Cree usted que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua tienen manejo del marketing Online?					
6. ¿Considera que es importante el uso del marketing digital para hacer competitivo el emprendimiento de los jóvenes de la región de Moquegua?					
7. ¿Considera usted que el conocimiento y uso de los recursos tecnológicos son necesarios para hacer más a los jóvenes de la región de Moquegua?					
8. ¿Usted cree que es fundamental el uso de los programas y herramientas tecnológicas para que los jóvenes sean más competitivos?					

Capital Humano	1	2	3	4	5
9. ¿Cree que un joven emprendedor debe tener habilidades cognitivas para realizar proyectos de emprendimiento?					
10. ¿Considera que las capacidades de innovación de un joven determinan el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?					
11. ¿Usted considera que las competencias transversales como (trabajo en equipo, responsabilidad, capacidad de resolución de problema) son fundamentales para un emprendimiento en los jóvenes de la región de Moquegua?					
Liderazgo	1	2	3	4	5
12. ¿Considera que el liderazgo transaccional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?					
13. ¿Considera que el liderazgo transformacional de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?					
14. ¿Usted cree que un líder debe transmitir confianza a las demás personas?					
15. ¿Considera que el liderazgo participativo de un joven determina el éxito de su emprendimiento en la región de Moquegua?					
16. ¿Usted cree que un líder debe generar alternativas de solución ante un problema?					
EMPRENDIMIENTO	1	2	3	4	5
Actitud					
17. ¿Usted considera que un emprendedor se debe sentirse motivado al realizar su trabajo?					
18. ¿Cree usted que es fundamental una adecuada toma de decisiones de los jóvenes al momento de emprender?					
19. ¿Usted considera que un emprendedor debe ser responsable al realizar su trabajo?					
20. ¿Cree que los jóvenes de la región de Moquegua sean capaces de dirigir a sus demás compañeros?					
Aptitud					
21. ¿Considera que un emprendedor debe participar en las asesorías de técnicas, prácticas y procedimientos en el mundo empresarial?					

22. ¿Considera que la actitud positiva de los emprendedores es la clave para llegar a sus objetivos?					
23. ¿Considera que un emprendedor debe trabajar en equipo?					
Capacitación en emprendimiento	1	2	3	4	5
24. ¿Cree que la falta de capacitación en emprendimiento empresarial en los jóvenes de la región Moquegua hace que sean menos competitivos respecto de los jóvenes emprendedores de las demás regiones?					
25. ¿Considera que los jóvenes emprendedores de la región de Moquegua cuentan con capacitaciones en emprendimiento empresarial suficientes?					
26. ¿Es importante asistir a eventos aspiracionales para su emprendimiento en los jóvenes de la Región de Moquegua?					



Anexo 03: Validación de instrumento

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto:
- 1.2 Grado académico:
- 1.3 Cargo e institución donde labora:
- 1.4 Título de la Investigación:
-
-
- 1.5 Autor del instrumento:
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención:
- 1.7 Nombre del instrumento:

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.					
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					
SUB TOTAL						
TOTAL						

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lugar y fecha:

.....

Firma de experto

DNI:

Anexo 04: Base de datos para la confiabilidad.

Sujetos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	4	3	2	3	5	2	2	3	3	3	2	4	5	3	2	2	5	4	5	4	5	3	5	3	3	3
2	2	4	5	3	2	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	3	1	4	4	4	3	3	2	5	4	4
3	4	2	4	5	2	3	2	4	3	5	4	2	2	5	5	3	3	3	4	2	5	4	5	5	4	2
4	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	3
5	4	3	4	3	3	2	3	1	5	1	4	4	3	2	4	1	2	4	1	4	5	4	1	1	5	5
6	4	4	5	4	5	3	5	4	3	1	5	4	5	1	4	5	3	1	2	1	5	2	4	4	1	4
7	3	3	5	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	3	5	3	5	5	3
8	2	5	5	4	3	4	4	5	3	5	3	4	3	2	2	4	4	3	3	5	4	3	4	3	5	4
9	2	2	2	1	1	1	3	3	1	3	3	2	3	1	3	1	3	3	3	1	2	3	3	2	1	3
10	4	3	3	3	1	4	4	5	5	1	2	5	4	1	1	3	1	3	3	5	4	3	3	2	4	3
11	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	1	3	2	1	3	1	3	2	3	3	2	1
12	5	2	5	4	2	3	1	3	5	4	1	1	5	2	2	4	5	3	4	5	5	4	3	5	3	4
13	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	2	2	5	3	4	4	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4
14	4	4	2	2	3	5	2	2	5	2	3	2	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	5
15	5	2	3	2	3	3	4	4	3	3	2	2	5	3	4	5	4	3	5	3	5	5	3	3	4	5
16	3	5	4	4	3	5	5	3	5	5	3	3	4	4	4	3	5	5	5	3	4	5	3	4	2	1
17	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5
18	5	1	4	1	2	5	3	5	4	5	1	3	1	1	5	5	3	4	5	4	2	1	5	5	3	2
19	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	5	2	2	2	2	4	2	5	3	3	5	3	4	3	3	2
20	2	1	3	1	1	3	2	2	1	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	3