



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

COMPETITIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN LOS PRODUCTORES
ARTESANALES DE MATES BURILADOS EN EL DISTRITO DE COCHAS -
HUANCAYO 2021

Línea de investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Administración y
Gestión Pública

Autor:

Simeón Núñez, Antonio Santos

Asesor:

Bazán Briceño, José Luis
(ORCID: 0000-0001-8604-3260)

Jurado:

Paredes Soria, Alejandro
Anton de los Santos, Marco Antonio
Ambrosio Reyes, Jorge Luis

Lima - Perú

2023

Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:

[1A_SIMEON_NUÑEZ_ANTONIO_SANTOS_MAESTRÍA_2023.docx](#)

Fecha del Análisis:

7/02/2023

Analizado por:

Astete Llerena, Johnny Tomas

Correo del analista:

jastete@unfv.edu.pe

Porcentaje:

4 %

Título:

“COMPETITIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN LOS PRODUCTORES ARTESANALES DE MATES BURILADOS EN EL DISTRITO DE COCHAS – HUANCAYO 2021”

Enlace:

<https://secure.arkund.com/old/view/150938614-106475-149695#q1bKLvayijbQMdQxBBJA0kjH0FjH0ETHKFZHqTgzPS8zLTM5MS85VcnKQM/A2Mz11NTQ3NTI2MzcmMjA3LQWAA==>





Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

COMPETITIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN LOS
PRODUCTORES ARTESANALES DE MATES BURILADOS EN
EL DISTRITO DE COCHAS – HUANCAYO 2021

Línea de Investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Administración y Gestión
Pública

Autor

Simeón Núñez, Antonio Santos

Asesor

Bazán Briceño, José Luis

(ORCID: 0000-0001-8604-3260)

Jurado

Paredes Soria, Alejandro

Antón de los Santos, Marco Antonio

Ambrosio Reyes, Jorge Luis

Lima – Perú

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.Planteamiento del problema	2
1.2.Descripción del problema.....	4
1.3.Formulación del problema.....	5
1.3.1.Problema general.....	5
1.3.2.Problemas específicos.....	5
1.4.Antecedentes.....	6
1.4.1.Antecedentes internacionales.....	6
1.4.2.Antecedentes nacionales	7
1.4.3.Antecedentes locales	9
1.5.Justificación de la investigación	10
1.5.1.Justificación metodológica	10
1.5.2.Justificación teórica.....	11
1.5.3.Justificación Práctica	11
1.7.Objetivos.....	11
1.7.1.Objetivo General.....	11
1.7.2.Objetivos específicos.....	12
1.8.Hipótesis	12
1.8.1.Hipótesis General.....	12
1.8.2.Hipótesis específicas.....	12

II.	MARCO TEÓRICO.....	14
	2.1.Marco conceptual	14
III.	MÉTODO.....	39
	3.1.Tipo de investigación.....	39
	3.1.1 Diseño de la investigación.....	39
	3.2.Población y muestra.....	40
	3.3.Operacionalización de variables	40
	3.4.Instrumentos	43
	3.5.Procedimientos	43
	3.6.Análisis de datos.....	43
	3.6.1 Validez y confiabilidad del instrumento.....	44
IV.	RESULTADOS	47
	4.1.Contrastación de las hipótesis.....	47
	4.1.1. <i>Prueba de normalidad</i>	47
	4.1.2. <i>Contrastación de la Hipótesis general</i>	47
	4.1.3.Contrastación de la Hipótesis específica 1.....	49
	4.1.4. <i>Contrastación de la Hipótesis específica 2</i>	50
	4.1.5. <i>Contrastación de la Hipótesis específica 3</i>	51
	4.1.6. <i>Contrastación de la Hipótesis específica 4</i>	52
	4.2 Análisis e interpretación descriptivo	54
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	62
VI.	CONCLUSIONES	65
VII.	RECOMENDACIONES.....	67
VIII.	REFERENCIAS	68
	Anexo A. Matriz de consistencia	75

Anexo B. Instrumentos de recolección de datos.....	76
Anexo C. Validación de Instrumentos.....	78
Anexo D. Alfa de Cronbach.....	81
Anexo E. Datos tomados del SPSS v. 25.....	82
Anexo F. Tomas fotográficas de recolección de datos	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Factores de competitividad	16
Tabla 2 Matriz de operacionalización de las variables de investigación.....	42
Tabla 3 Consolidación de validez de expertos de la variable 1.	44
Tabla 4 Consolidación de validez de expertos de la variable 2.	45
Tabla 5 Confiabilidad instrumento de competitividad.....	46
Tabla 6 Confiabilidad instrumento de emprendimiento.	46
Tabla 7 Prueba de normalidad de competitividad y emprendimiento empresarial	47
Tabla 8 Contraste de la hipótesis general.....	48
Tabla 9 Contraste de la hipótesis específica 1.....	49
Tabla 10 Contraste de la hipótesis específica 2.....	51
Tabla 11 Contraste de la hipótesis específica 3	52
Tabla 12 Contraste de la hipótesis específica 4	53
Tabla 13 Frecuencia dimensión recursos. Recursos necesarios para la producción.....	54
Tabla 14 Frecuencia dimensión tecnología. Renovación de equipos tecnológicos.	55
Tabla 15 Frecuencia dimensión calidad. Utilización de sistemas de calidad	56
Tabla 16 Frecuencia dimensión precio. Precio de los productos acorde con el mercado.....	57
Tabla 17 Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal – nuevas ideas.....	58
Tabla 18 Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal -capacitación.....	59
Tabla 19 Frecuencia de la dimensión proceso . el proceso productivo	60
Tabla 20 Frecuencia de la dimensión organización. Documentos de gestión.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Factores de competitividad.....	2
Figura 2 Posicionamiento de competitividad.....	3
Figura 3 La competitividad.....	18
Figura 4 Ventajas de competitividad	18
Figura 5 Frecuencia de la dimensión recursos. Recursos necesarios para la produccion.....	54
Figura 6 Frecuencia dimension tecnología. Renovación de equipos tecnológicos.....	55
Figura 7 Frecuencia dimension calidad. Utilización de sistemas de calidad.....	56
Figura 8 Frecuencia dimension precio. Precio de los productos acorde con el mercado	57
Figura 9 Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal.....	58
Figura 10 Frecuencia de la dimensión entorno. Capacitacion de personal.....	59
Figura 11 Frecuencia de la dimensión proceso . el proceso productivo	60
Figura 12 Frecuencia de la dimensión organizacion. Documentos de gestión.....	61

Resumen

La presente investigación titulada tuvo como Objetivo determinar la relación entre las variables competitividad y emprendimiento en los productores artesanales de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, para lo cual se tomó como método de investigación de un Enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y de diseño no experimental. La población que se consideró para la investigación fue de 90 productores de mates burilados del distrito de cochabamba para lo cual se tomó una muestra de tipo censal; a los resultados que se llegaron fueron a partir de la recolección de datos fue a partir del cuestionario, dichos instrumentos pasaron por la validación de instrumentos y la confiabilidad del instrumento mediante el Alpha de Cronbach con un coeficiente de 0.946 y 0.936 es decir una muy elevada confiabilidad. En la prueba de hipótesis se determinó, una correlación directa de 0,829 mediante el estadístico de Spearman lo que podemos decir que la competitividad y el emprendimiento mantienen una relación positiva alta, del mismo modo en las hipótesis específicas 1 se concluyó, una correlación directa de 0,587, podemos decir que los recursos tangibles y el individuo mantienen una relación positiva moderada, en la hipótesis específica 2 se concluyó que existe una correlación directa de 0,852, podemos decir que la tecnología y el entorno mantienen una relación positiva alta del mismo modo en la hipótesis específica 3 se determinó que se tiene una correlación directa de 0,757, podemos decir que la calidad y el proceso mantienen una relación positiva alta; en la hipótesis específica 4 se determinó una correlación directa de 0,737, podemos decir que la calidad y la organización mantienen una relación.

Palabras clave: Competitividad, emprendimiento, calidad.

Abstract

The objective of this investigation was to determine the relationship between the variables of competitiveness and entrepreneurship in the artisan producers of chiseled mates in the district of Cochabamba - Huancayo 2021, for which a quantitative approach, of a correlational and of a correlational type, was taken as a research method. non-experimental design. The population that was considered for the investigation was 90 producers of chiseled mates from the Cochabamba district, for which a census-type sample was taken; The results that were reached were from the data collection, it was from the questionnaire, said instruments went through the validation of instruments and the reliability of the instrument through Cronbach's Alpha with a coefficient of 0.946 and 0.936, that is, a very high reliability. In the hypothesis test, a direct correlation of 0.829 was determined using the Spearman statistic, so we can say that competitiveness and entrepreneurship maintain a high positive relationship, in the same way in the specific hypotheses 1 it was concluded, a direct correlation of 0.587 , we can say that the tangible resources and the individual maintain a moderate positive relationship, in the specific hypothesis 2 it was concluded that there is a direct correlation of 0.852, we can say that the technology and the environment maintain a high positive relationship in the same way in the Specific hypothesis 3 determined that there is a direct correlation of 0.757, we can say that the quality and the process maintain a high positive relationship; In specific hypothesis 4, a direct correlation of 0.737 was determined, we can say that quality and organization maintain a relationship.

Keywords: Competitiveness, entrepreneurship, quality.

I. INTRODUCCIÓN

La competitividad es un indicador que define la importancia de los países así del mismo modo se toma en cuenta en el ámbito empresarial como un factor de éxito para el desarrollo de cada organización, en los mercados globalizados podemos encontrar que las organizaciones con una mejor implementación en cuanto a tecnología e innovación son aquellas que estratégicamente mantendrán precios de acuerdo con el mercado, es por ello que en mercados competitivos las empresas están en una constante de desarrollo y mejoramiento para poder posicionarse.

La importancia de la competitividad puede observarse en su relación positiva con el crecimiento económico a largo plazo. Un país puede considerarse competitivo cuando logra manejar sus recursos y competencias de manera que, además de aumentar la producción de sus empresas, mejora la calidad de vida de sus ciudadanos (IMD, 2012). De acuerdo con una definición estándar de la Unión Europea (2001), la competitividad, a nivel regional y nacional, es la capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible.

Del mismo modo según Drucker (1998), el emprendimiento es un factor de crecimiento en especial a las MYPES las cuales dentro de su desarrollo para lo cual es fundamental incentivar al emprendimiento en la región Junín existen pocas entidades que apoyan a emprendimiento es por ello que los mismos productores buscan el cooperativismo para buscar estrategias que ayuden a mejorar el desarrollo de sus habilidades así como busquen la confianza y fortaleza que el trabajo en equipo. (p. 10).

1.1. Planteamiento del problema

En el mundo de hoy las organizaciones son las entidades que mueven la economía los cuales van a depender de muchas variables para su éxito dentro de ello mencionamos la competitividad, es una de las formas más evidentes que buscan las organizaciones la eficiencia y eficacia en un mercado globalizado de tal modo, ser una organización competitiva va depender de muchos factores como podemos observar en la publicación del centro de desarrollo empresarial.

Figura 1

Factores de competitividad

Pilares	2019		Pilares	2019	
	Posición	Valor		Posición	Valor
Entorno habilitante			Mercados		
 1. Instituciones	94	48.9	 7. Mercado de productos	56	57.1
 2. Infraestructura	88	62.3	 8. Mercado de trabajo	77	59
 3. Adopción de TIC	98	45.7	 9. Sistema financiero	67	61.4
 4. Estabilidad macroeconómica	1	100	 10. Tamaño de mercado	49	62.2
Capital humano			Innovación y ecosistema		
 5. Salud	19	94.6	 11. Dinamismo empresarial	97	55.8
 6. Educación y habilidades	81	60.2	 12. Capacidad de innovación	90	32.7

Nota. Fuente: Centro internacional de desarrollo.

Como visualizamos las organizaciones deberán de tomar en cuenta el entorno para el desarrollo de la competitividad en la cuales se resalta las tecnologías de información que son vitales para su desarrollo, del mismo modo otro factor de competitividad son el capital humanos, es uno de los factores que resalta para que una organización desea ser competitiva debe de tomar en cuenta las políticas de personal

más aceptables del mismo modo se observa los mercados y la innovación de este modo podemos visualizar los pilares de la competitividad es así que las pequeñas organizaciones sufre ante los mercados cambiantes y competitivos por lo cual deben de tomar en cuenta para su desarrollo el mejoramiento de sus propios procesos y de esta forma ser los mejores, pero la competitividad también dependerá del país y sus políticas de desarrollo.

Figura 2

Posicionamiento de competitividad



Nota. Fuente: Centro internacional de desarrollo.

Como país podemos observar que estamos en una desmejora en los índices de competitividad.

Para Schumpeter (1950), precursor en las nociones de Emprender ismo establece dentro de su modelo teórico que la verdadera función de un emprendedor es la de tener iniciativa, de crear, lo que brinda a la persona el aprovechamiento de oportunidades del medio, ello sin que las ideas obligatoriamente sean producidas.

Como podemos definir el emprendimiento es la iniciativa que un persona tiene para desarrollar un nuevo camino o reto para el desarrollo de una organización, de esta forma en esta caso los productores del distrito de cochabamba, son emprendedores con el concepto de la creación de mates burilados con el fin de desarrollar sus habilidades, transformándolo en un negocio, de esta forma ellos buscan salir de la pobreza en su distrito con esta fuente de negocio ellos desarrollan atractivos turísticos tanto para visitantes peruanos, como extranjeros, pero uno de sus grandes dificultades como pequeños artesanos es la competitividad, la clave más primordial para sobresalir como pequeños productores de mates burilados, no cuentan con la tecnología ni los procesos adecuados para su desarrollo, de este modo debemos de tomar en cuenta esta situación y su gran deficiencia.

La investigación toma en cuenta esta realidad problemática con el fin de dar a conocer las deficiencias de acuerdo al medio real de los pequeños productores.

1.2. Descripción del problema

Según los economistas y otros que los recursos naturales son una bendición, lo que significa que los países ricamente dotados de recursos naturales tienen una ventaja sobre los países que no lo son. La dotación de recursos naturales ha ayudado a muchos países a crecer y diversificarse, en parte proporcionando una base para desarrollar tecnologías asociadas e industrias de bienes de capital. Adelman, (1980).

Es por ello que la tecnología es uno de los factores más importantes para el desarrollo de la competitividad en las empresas de tal modo, las organizaciones que mejoran sus procesos productivos mediante la tecnología, la innovación de procesos así como mejorar sus productos y de esa forma la competitividad.

Los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba necesitan constantemente capacitaciones orientadas a mejorar sus procesos así como a desarrollar estrategias que ayudarían a mejorar la calidad y alianzas estratégicas con el fin de conseguir mejor aceptación de sus productos y en un momento la exportación de los mismos y llegar a alcanzar la competitividad deseada.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera se relaciona los recursos tangibles y el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021?
- ¿De qué manera se relaciona la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021?
- ¿De qué manera se relaciona la calidad y proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021?
- ¿De qué manera se relaciona la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes internacionales

Según Vera (2008), en su tesis denominada *“Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura E y el fondo emprender en Medellín. Universidad EAFIT – Medellín”*, el autor evaluó los métodos que se emplean con el objeto de examinar las peculiaridades de los emprendedores copartícipes empezando por las dimensiones del emprendimiento hechas por Gartner (1989) y las peculiaridades de los programas de emprendimiento Cultura E (Alcaldía de Medellín) y Fondo Emprender (SENA). Se entrevistó a 23 nuevos emprendedores que pertenecen a estos 2 programas (unidad de observación). El instrumento para la investigación del estudio ha sido el cuestionario por la limitación identificada en el transcurso de exploración de la información con las instituciones comprometidas se resolvió construir un estudio de contenido que se basa en estudios de caso, llegando a las conclusiones: “Los emprendedores poseen diferentes perfiles coligados a sus concernientes necesidades, capacidades y recursos, se observa que la destreza de estandarización de la enseñanza de emprendimiento podría producir limitantes para el aprendizaje de los propios emprendedores”. (p. 37).

Buil y Rocafort (2015), publicó el artículo denominado *“Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso de Barcelona, Universidad de Barcelona – España”*, siendo el objetivo “analizar los rasgos financieros de las compañías fundadas en Barcelona en los comienzos de la crisis y que han subsistido durante la misma” (p. 30). Ejecutando un examen estadística descriptiva de la variable. En la muestra existieron 515 organizaciones donde se incluye los sectores industrial y no industrial. En conclusión: “las organizaciones establecidas en Barcelona a comienzos de la crisis y que han perdurado muestran varios atributos en común: manifiestan un EBITDA positivo, los recursos propios

componen una las fuentes más notables de financiación, tienden a disminuir su rango de deuda o se reduce inversión” (p. 92). “Los ratios de las rentabilidades financieras son demasiado bajo ya que el patrimonio neto de la compañía es alta y la deuda es baja. Relativo a los indicadores de recursos humanos, nos muestran la trascendencia de las organizaciones de nueva creación en la concepción de empleos y sus niveles de producción son altos” (p. 95).

Hernández (2008). *“Las MYPES en los países latinos demandan de instrumentos operantes que les consientan señalar los procesos que se deberán mejorarlos y fortalecerles para conseguir situarse en los mercados que son competitivas en la actualidad y afirmar su constancia en el largo plazo.”* En complementación de la literatura que en relación existe por medio de las contribuciones de Porter, (1993), y con el objeto de ayudar a suministrar la toma de decisiones, fortalecer las estructuras, aprovechamiento de los esfuerzos a ejecutar en el progreso de los recursos humanos y mejora de los costos en las MYPES, en este trabajo se muestra el método para ejecutar la valoración de las cadenas de valor.

1.4.2. Antecedentes nacionales

Vega (2020), en su trabajo de tesis denominado “La competitividad de las empresas exportadoras de arándanos de la región norte 2014-2020”, para optar el grado de bachiller en la Universidad Cesar Vallejo llega a, tuvo como objetivo general determinar la relación que hay entre la variable volumen de exportación de arándanos y el pilar empresas de la competitividad regional en el Perú. En el proceso de este trabajo se considera como tipo de estudio no experimental de diseño correlacional. Como técnica se usó la recopilación de datos considerando la ejecución del método del coeficiente de correlación de Pearson. Como resultado se puede observar que la correlación entre las dos variables es baja y positiva expresada en la región de La Libertad ($r=0.39344$) y Lima ($r= 0.52967$), se entiende que hay una relación de las variables de volumen de exportaciones de arándanos y el pilar sociedades de la competitividad de la región. Por otro lado, recalcar que, después de ejecutar la conclusión

de la tesis, para el volumen de exportación y columna de sociedades de la competencia de la región tiene una correlación positiva (Hi), en ese sentido se afirma la hipótesis de investigación.

Sandoval (2018), el autor en su trabajo denominado “*Emprendimiento y competitividad en las MYPE del Parque Industrial El Asesor, Ate 2018*”, el cual fue presentado para optar el grado de Magister en la Universidad Cesar Vallejo dicho estudio tiene un enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, y el objeto fue determinar la correlación que hay entre el emprendimiento y la competitividad, la investigación determinó como el emprendimiento tiene correlación con la competitividad en las MYPE de Parque Industrial el Asesor, Ate. Se creó una encuesta como instrumento para medir la variable, tomada a 82 emprendedores del Parque Industrial el Asesor, Ate. Teniendo como unidad de análisis a cada emprendedor del parque industrial Ate. En la obtención del resultado se utilizó la encuesta que consto de 36 ítems de estos 18 conciernen al emprendimiento y los 18 que restan a la competitividad. El cuestionario se aplicó según la escala de Likert. La validez y la confiabilidad del instrumento se verifico por juicio de expertos y el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniéndose como resultado por medio del Alfa de Cronbach para la variable emprendimiento fue de 0.820 y para la variable competitividad fue de 0.810 cabe mencionar los resultados emanados son confiables. Para calcular la relación que hay entre las variables, se utilizó el coeficiente de relación de Rho de Spearman, se consiguió como resulta un valor de 0.365, cabe mencionar que hay una relación positiva media entre las dos variables de investigación.

Peralta (2018), en autor en su trabajo titulado: “*Emprendimiento Empresarial y su Relación con la Competitividad del Pescador Artesanal Armador de Morro Sama Tacna, 2016*”, dicha investigación fue desarrollada con el objetivo de optar el grado de maestría, el objetivo de la tesis fue determinar en qué medida el emprendimiento empresarial se relaciona con la competitividad del pescador artesanal armador de Morro Sama Tacna. El diseño no

experimental, de tipo básico descriptivo y correlacional. La muestra quedó formada por 70 pescadores artesanales armadores. Los criterios de inclusión son: Pescadores artesanales que trabajaron mayor a 3 años, inscritos en la Dirección Regional de Producción de Tacna, con trabajo pesquero en el Muelle pesquero Artesanal de Morro Sama. La data se recogió por medio de un cuestionario trazado por el autor conforme a los objetivos de la tesis. El resultado fue: El 83% son de género masculino. El 54% tienen de 46 a 60 años de edad. El 34% de ellos provienen del departamento de Puno. El 54% se dedica a pescar de 21 a 30 años. El 69% son dueños de la barca. El 58% poseen una barca con una antigüedad de 06 a 10 años. El 93% tiene sus barcas no registradas en los Registros Públicos de Tacna. El pescador artesanal armador posee altos problemas de financiación, usanza de tecnologías y de capacitaciones en emprendimiento de empresas. El pescador artesanal armador de Morro Sama expresa que tiene alto nivel de dificultad para el emprendimiento de empresas por ello, desarrolla un bajo nivel de competitividad para el sector pesca artesanal.

1.4.3. Antecedentes locales

Asalde (2018), la investigación denominada: “*Gestión del capital humano para la competitividad de las Pymes de la provincia de Huancayo*” la investigación fue desarrollada para optar el grado de magister en Administración de Empresas, el estudio tiene por objeto los aspectos coherentes con la temática de la Gestión del Capital Humano y su influencia en la competitividad de las Mypes. Por ende, se trazó el problema ¿Cómo influye la gestión de capital humano para la competitividad de las Mypes de la Provincia de Huancayo? La pregunta fue el cimiento primordial para la ejecución del trabajo de tesis, teniendo como objetivo principal: Determinar la influencia de la gestión de capital humano para la competitividad de las Mypes de la Provincia de Huancayo. Objetivo con el que se trabajó, para contestar el problema con la hipótesis: Las gestiones del capital humano interviene de manera positiva en la competitividad de las Mypes de la Provincia de Huancayo. La tesis permitió manifestar que

un apropiado manejo del capital humano influye positivamente en la competitividad de las Micro y pequeñas empresas de la Provincia de Huancayo, avalando su subsistencia en el mercado, convirtiéndose en el desarrollo integral de la ciudad de Huancayo y la prosperidad global de su gente.

Chipana y Roca (2019), en la investigación denominada “*Relación del servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas "Money Money" S.A.C.-Huancayo-2017*”, se desarrolló con el fin de optar el grado de magíster en administración de empresa, dicha investigación tiene por objetivo determinar de qué manera se relaciona el servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.AC. – Huancayo - 2017. Se utilizó como método general el método científico, el método descriptivo y el estadístico se utilizó como métodos específicos que permitió reconocer la variable y la contrastación de la hipótesis. Se usó el nivel descriptivo correlacional también se utilizó el diseño no experimental y transversal. La muestra fue de 445 clientes de Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo - 2017. Teniendo como resulta que el servicio a la clientela en la tesis se basó en el modelo Servqual, donde contiene elementos palpables, fiabilidad, capacidad de réplica, seguridad y empatía. De todas ellas se considera a todas para que la empresa tenga un buen rumbo. Concluyendo, que la atención al usuario posee correlación directa ($r_s = 0,848$) y significativa $p = 0,000 < 0,01$ con la competitividad en el tragamonedas “Money Money” S.A.C Huancayo - 2017.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación metodológica

Para el estudio se organizó el diseño de 2 instrumentos para evaluar, de una forma más apropiada y sensata la competitividad y el emprendimiento, del mismo modo la investigación contribuirá para nuevas investigaciones puedan entender los fenómenos que suceden en diversas organizaciones.

1.5.2. Justificación teórica

En teoría, este llega a una contribución significativa en cuanto a los contenidos tratados como la competitividad y el emprendimiento ello nos sirvió para comparar con las teorías estudiadas según los diferentes autores tratados en el tema, así pues, se concebirá de mejor manera, así como la problemática de los diversos objetos de estudios frente a estas dos variables.

1.5.3. Justificación Práctica

También, en la práctica el estudio por su desarrollo está encaminada en conocer la correlación entre la competitividad y el emprendimiento en el productor artesanal de mates burilados del distrito de Cochabamba.

1.6. Limitaciones de la investigación

El estudio por su naturaleza posee limitaciones una de ellas es la parte de estudio a los artesanos del distrito de Cochabamba muchos de ellos no nos brindan la información adecuada y certera que pueda ayudarnos a nuestra investigación para poder desarrollar de forma óptima, otra limitación es la lejanía del objeto de estudio ya que se encuentra a una hora de la ciudad de Huancayo, como también tenemos los recursos financieros que en este caso son limitados para la investigación.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el Distrito de Cochabamba – Huancayo 2021.

1.7.2. *Objetivos específicos*

- Determinar la relación que existe entre recursos tangibles y el individuo, en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.
- Determinar la relación que existe entre la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.
- Determinar la relación que existe entre la calidad y proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.
- Determinar la relación que existe entre la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis General

La competitividad se relaciona de manera significativa con el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

1.8.2. *Hipótesis específicas*

- Los recursos tangibles se relacionan de manera significativa con el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.
- La tecnología se relaciona de manera significativa con el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.
- La calidad se relaciona de manera significativa con el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

- La calidad se relaciona de manera significativa con la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco conceptual

2.1.1. *La Competitividad*

Según Hernández (2008). El interés por la competitividad no es de reciente data, tiene sus raíces en las reflexiones de los economistas acerca de las causas de la posición dominante de una nación u otro en un momento dado, sobre el secreto de su preponderancia y sobre las maniobras para alcanzarlas.

Para Martínez (2007), manifiesta que la capacidad competitiva de un territorio no debe basarse solamente a la adición de las ventajas competitivas de las compañías que aloja, puesto que coexisten además contextos locales que repercuten ventajas en la competición de carácter geográfico.

Según Hernández (2008), concentró sus doctrinas acerca de la actividad económica internamente de una nación a la especialidad y la reciprocidad entre estados. Aseveró que los estados deberían especializarse y exportar las riquezas en las que poseyeran una preeminencia dominante y deberían importar los recursos en los cuales el socio comercial poseyera una ventaja absoluta. Cada estado debería exportar los bienes que produjera de forma más eficiente, ya que el trabajo absoluto solicitado por unidad era mínimo que aquel del posible socio comercial.

Según Hernández (2008), manifiesta que el comercio mundial y las inversiones extranjeras se han acrecentado más prontamente que la producción mundial durante los últimos tiempos. La competitividad en las manufacturas con vinculación al comercio internacional y la inversión extranjera directa va a ofrecer una forma de asegurar substancialmente el desarrollo de la economía. Esto es especialmente transcendental.

Para Laplane (1996), el esboza que el desempeño competitivo de una organización pende de un extenso grupo de elementos, que se dividen en los intrínsecos de la compañía, otros de naturaleza estructural (particulares de cada uno de los sectores del complejo industrial), y los de naturaleza sistémica.

Garay (1998), reflexiona que para el análisis de la competitividad es forzoso tener en mente paralelamente los procesos intrínsecos de la organización y de la industria, así como las situaciones financieras e corporativos del medio productivo en el que se halla sumergida la mencionada en dos tipologías.

1) El primero alcanza los afines con los importes y los costos: a) una organización que crea un valor o prestación será más competidor en la medida en que sea apto de brindar mínimos costos que los de su competencia. b) acerca de los costes de comercialización influyendo los costos de los componentes, como los importes de capital, de la mano de obra, y de las materias primas; y c) las estrategias principalmente designadas para ser más competidor en este campo, se ponen a comprimir los costos de financiación, a subsanar el aumento de los sueldos con el incremento de la producción, y a desplegar nuevas fuentes de energía para depender mínimamente de las fuentes habituales.

2) El segundo tipo incluye los determinantes concernientes con: a) la calidad de los bienes; b) la agregación de adelantos tecnológicos en los procesos; c) los ajustes provechosos en la distribución organizacional; d) la cometido eficaz de los flujos de producciones; e) la capacidad para desarrollar y conservar relaciones con diferentes compañías; f) las buenas relaciones con el sector público, las universidades y los centros de investigación; g) el diseño, la ingeniería y la explotación industrial; h) optimizar las capacidades de los obreros por medio de

adiestramiento; e i) las trascendentales capacidades de crear métodos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i).

Tabla 1

Factores de competitividad

N.º	Factores de competitividad definidos por teóricos	Factores de competitividad definidos por expertos	Factores de competitividad definidos por empresarios
1	Gestión (administración, comunicación, control)	Producto	Valor agregado
2	Estrategias empresariales	Mercado	Tecnología
3	Innovación	Tecnología	Capital de inversión y financiero
4	Sistemas de manufactura y producción	Conocimiento	Servicio
5	Recurso humano	Innovación	Calidad
6	Investigación y desarrollo	Adaptarse a circunstancias y no a comportamientos	Precio
7	Cooperación con otras empresas	Perdurabilidad	Responder a las necesidades del cliente
8	Calidad de los productos	Renovar – novar	Estrategias
9	Tecnología	Calidad	Modelo de negocio
10	Precios y costos	Diferenciación	Diferenciación
11	Estructura organizacional	Productividad	Capital intelectual (equipo humano)
12	Gestión de mercadeo	Precio	Comunicación permanente (cliente interno y externo)
13	Gestión financiera	Investigación y desarrollo	Conocimiento del mercado
14	Internacionalización	Asociatividad	Cultura organizacional
15	Mejores prácticas	Subcontratación	Innovación
16	Misión, valores y principios organizacionales	Capital intelectual (equipo humano)	Mejoramiento continuo
17	Cultura organizacional	Certificaciones de calidad	Satisfacción de clientes
18		Servicio	Producto

Nota. Fuente: Tomado de Garay (1998)

Abdel y Romo (2005), en su investigación acerca del análisis estratégico para el progreso de la pequeña y mediana empresa destaca:

- 1) Tener un gerente con estudio universitario y poseer una excelente disposición a los negocios.

2) Concebir en mayormente una planificación estratégica seria e incrementar más asociaciones y convenios de colaboración buscando una conducta más innovadora, dúctil y audaz.

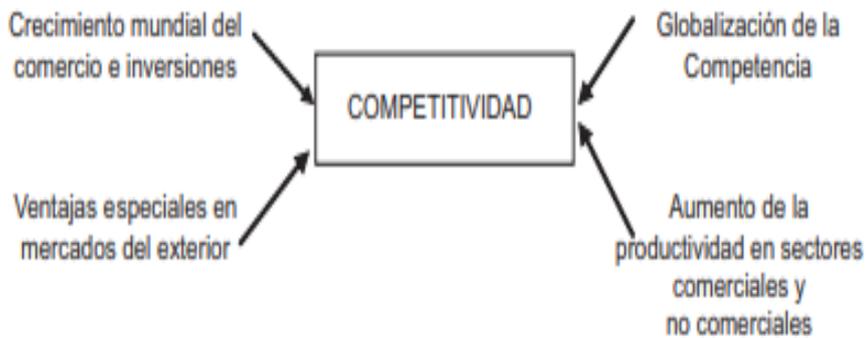
3) Mejorar su estructura de la organización, primordialmente en los departamentos de contabilidad y finanzas.

4) Usar tecnologías de la información novedosas, realizar de forma adecuada de equipos de comunicación y recursos de informática y recurrir a apps de computación en la gestión de su compañía.

Según Paredes (1994). “En la cuestión de estados chicos, en el cual la competitividad logra consentir a las compañías superponerse a las restricciones de sus pequeños mercados intrínsecos y obtener su enorme potencial.” (p. 25).

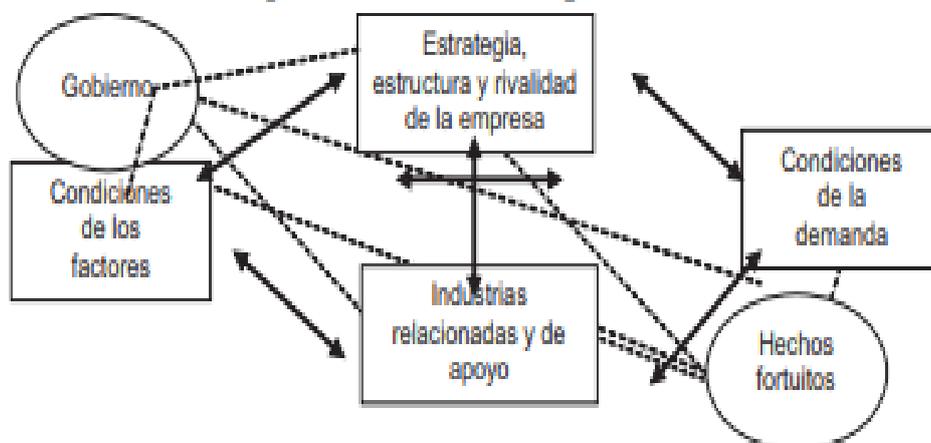
Para Porter (1993), la competitividad en el sector no transable es además de gran valor para la salud financiera de una nación. Este sector simboliza una gran parte de cada economía. Actualmente, cuando la bonanza económica continúa siendo apenas una quimera para toda la población mundial, las ineficiencias en esta división deberán reducirse lo más posible.

Podemos observar en la figura 3 la importancia de la competitividad, en la cual nos explica sobre el crecimiento global y la importancia de la globalización.

Figura 3*La competitividad*

Nota. Fuente: Enrigh et al. (1994)

Para Porter (1993), muestra un modelo para valorar el influjo del estado acerca de la competitividad mundial de sus compañías. En este contexto, los determinantes de la competitividad en una manufactura concreta son la situación del factor las circunstancias de la demanda, las fabricaciones afines y de soporte; y la estrategia, la estructura y la competición de las organizaciones del estado (Figura 4).

Figura 4*Ventajas de competitividad*

Nota. Fuente: Tomado de Enrigh et al. (1994)

Para Porter (1993), al conversar de la transcendencia que el contexto nación ejercita en el estudio competidor, instituye 4 componentes genéricamente de un estado que conforma el medio en que han de rivalizar las compañías locales y que promueve u obstaculiza la instauración de ventaja competitiva, estableciendo lo que ha nombrado como el "diamante": las situaciones de los factores, las circunstancias de la demanda, la estrategia, estructura y competencia de las compañías y los servicios ligados y de soporte. Estos 4 grandes ejes de competitividad instigan la importancia y el interés por la determinación de aquellos clusters competitivos internacionalmente, concibiendo por cluster aquella sociedad de acciones industriales competitivas, conformada por diferentes compañías y sectores, con una base local, y cuyas operaciones son idóneos y complementarias.

2.1.2. Recursos Tangibles

Para Sagasti (1981). Como complemento de lo antes mencionado, igualmente se ha determinado que los recursos y capacidades distinguidos que posee una empresa los traslada a forjar activos intangibles estratégicos, estos son referenciados por un significativo grupo de intelectuales.

Según Hernández (2008), los recursos tangibles son elementales para la consecución de los objetivos de tal modo se debe de tener en consideración un presupuesto para el buen manejo de los recursos tangibles en todo proyecto.

Mungaray y Ramírez (2007), asimismo, para una buena organización no es complejo realizar el cumplimiento con estos factores de manejar apropiada libremente del sector donde se sitúe, no obstante, en la MIPYME, con exigua cabida emplazada, sin bastante capital para otorgarle adiestramiento a sus trabajadores y con poco potencial de

respuesta a los compradores, resulta dificultoso que adquieran niveles de producción que les consientan rivalizar en mercados más rígidos, donde los muros a la recepción son mayores. Por consiguiente, la elección para este tipo de compañías es situarse en mercados en el que los rangos de competitividad sean menores, no obstante, esto simbolice inferiores rangos de beneficio

Mungaray y Ramírez (2007), el hecho de que la MIPYME comience a ser notable en ciertas zonas locales y sectores de la economía, nos indica de que las utilidades progresivas a escala (que es posible, según enfoque clásico, por medio de la fabricación intensiva de la gran compañía pueden lograrse por distinta vía, cambiando la estructura y procedimiento de las compañías en los diferentes fragmentos de la economía, con nuevos métodos de comportamiento institucional.

Mungaray y Ramírez (2007), lo anterior hace referencia al grupo de compañías que trabajan entre sí siguiendo estrategias de fabricación explícita; es decir, clúster. Estos nacen entre compañías de diferentes dimensiones, nacional y extranjera, que se encuentran en un mismo sitio, con desiguales capacidades financieras, tecnológicas y mercantiles. Generalmente, son compañías enormes o extranjeras quienes mandan dichos procedimientos, pero se entrelazan con otras compañías de menos volumen para ingresar a mercados desconocidos indica que en la medida en que las compañías multinacionales aumenten sus operaciones de índole internacional, es más posible que tomen particularidades adicionales conformes de la zona donde están operando, y es ahí donde toma notabilidad las sociedades de menor dimensión de la zona. En este sentido, las compañías locales que son distribuidoras de las grandes y que casualmente se han cohesionado en clusters, aumentan su ventaja competitiva al implantarse en la competitividad mundial por medio de la transnacional, que ha forjado el campo favorable para un desconocido progreso local con base en los clúster.

Según Diken (2010), señala que en la medida en que las compañías multinacionales acrecienten sus operaciones internacionalmente, es más factible que tomen particularidades extras conformes de la zona en que maniobran, y es acá donde adquiere notabilidad las sociedades de menor volumen del territorio. Asimismo, las compañías regionales que son dispenseras de las grandes y que casualmente se han relacionado en clusters, aumentan su superioridad competitividad al ingresar en la competición mundial por medio de la transnacional, que ha creado el medio favorable para un nuevo impulso local con base en los clusters.

2.1.3. La tecnología

Diken (2010), a nivel macroeconómico, las TIC han generado un importante desarrollo y mejora de la competitividad de los países individuales, tanto en términos de industrias que involucran tecnología como de su impacto en sectores que no están directamente relacionados con los aportes de las TIC.

Los avances en las comunicaciones han permitido, a su vez, aumentar la externalización de negocios a países alejados de las casas centrales o clientes (offshoring). Esta estrategia se ha vuelto muy atractiva en la búsqueda de alternativas de reducción de costos y ganancias de eficiencia remota. Las empresas se enfocan cada vez más en su core business y buscan proveedores o alianzas estratégicas que les permitan ser eficientes en otras actividades de la cadena de valor.

La amplia difusión y disponibilidad de información y conocimiento han ayudado a acortar los ciclos de vida de los productos. En los mercados globalizados existe una necesidad constante de reducir costos y ser innovadores para tener nuevos productos con el fin de obtener ingresos adicionales y mantenerlos.

Según Porter (1993), en ocasiones utilizó el término competitividad como

sinónimo de eficiencia; pero la eficiencia es el primer paso para lograr la competitividad; sin eficiencia nunca se alcanza la competitividad; por ejemplo, si no somos eficientes en la asignación de recursos, no podemos ser competitivos en costos; Ni que decir tiene que la eficiencia es necesaria pero no suficiente para ser competitivo.

Según Tricoci (2018). “Las ganancias de productividad, a menos que estén protegidas por nuevas técnicas o recetas secretas, pueden ser rápidamente igualadas por competidores o nuevos participantes en la industria. excedente a excedente del consumidor” (p. 77).

Para Tricori (2018). En la actualidad, el objetivo de reducir costes está constantemente presente y forma parte de la cultura de muchas de las empresas, siendo la innovación, la diferenciación, el gran reto de hoy. La percepción sobre el impacto de las TIC en la productividad comienza a percibirse en la década de los 80, pero no compensa los problemas de productividad del trabajo provenientes de la década anterior. Sobre la mesa la discusión de las innovaciones complementarias que son necesarias para que una tecnología de propósito general (TPG) y las TIC tengan un impacto real. Los TPG requieren cambios en los métodos de trabajo y estructuras de las organizaciones para que adquieran un impacto real. Lo mismo ocurrió con el desarrollo de la máquina de vapor y la electrificación, cuyos efectos tardaron muchos años en ser visibles y generalizados.

Trabajos posteriores como Ghobakhloo et al. (2011), señalan que las empresas que utilizan TIC son generalmente las más productivas. Este aumento de la productividad se produce no sólo a nivel de la industria, sino también a nivel de las empresas.

Ghobakhloo et al. (2011), analizaron el impacto de las inversiones en TIC sobre la productividad de las organizaciones y las posibles mejoras en los beneficios en el

ámbito de las empresas manufactureras en Argentina. El impacto antes mencionado está asociado a mejoras en sus operaciones y en sus capacidades endógenas que pueden maximizar las herramientas que brindan las TIC. Este trabajo muestra las diferencias entre los niveles de difusión de las TIC y las capacidades endógenas de las empresas para aprovechar al máximo la tecnología.

Peirano (2004), en su trabajo centrado en las PYMES, argumentan que se está cambiando el dogma imperante que decía 'invertir en TIC y generar beneficios' a una realidad en la que las inversiones complementarias son tan necesarias como las TIC, para obtener ganancias. Las TIC son una condición necesaria pero no suficiente; necesitamos otras habilidades para explicar el desempeño de las empresas en general, y especialmente las de las pequeñas y medianas empresas.

Las TIC son una tecnología de propósito general (TPG) y como tal tienen muchos ángulos de impacto. definió las TPG como ideas o técnicas profundas que tienen el potencial de producir impactos significativos en muchos sectores de la economía. identifican los impactos potenciadores de la productividad y señalan que las TPG son muy importantes económicamente porque pueden alterar el curso normal o la velocidad del progreso económico. También mencionan que requieren de cambios significativos en la organización con el fin de captar plenamente los beneficios que brindan. Yoguel et al. (2004).

A lo largo de la historia, la tecnología ha sido el factor económico individual más importante de la productividad laboral y, por lo tanto, un importante contribuyente a la creación de riqueza humana. La capacidad de un individuo, grupo u organización, economía o nación para adoptar tecnologías existentes para mejorar su productividad se convirtió en el diferenciador crítico y un elemento esencial de su capacidad para competir

y prosperar. En el mundo actual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son las que han evolucionado hacia la tecnología de “propósito general”. Dadas sus repercusiones rápidas y efectivas en todos los sectores económicos, y su función como infraestructura eficiente para las transacciones comerciales transfronterizas, las propias TIC se convirtieron en una de las industrias más prósperas y de más rápido crecimiento de todos los tiempos. Igualmente, importante, las TIC han demostrado ser fundamentales para permitir que las economías menos desarrolladas, en desarrollo y otras en transición superen las barreras tradicionales de factores y recursos y salten a una etapa de desarrollo más sofisticada al fomentar la transformación económica y social general. Yoguel et al. (2004).

La tecnología también tiene un impacto importante en el desarrollo de la capacidad de innovación de las sociedades y economías. Esto eventualmente ocurre en tres etapas principales. En la primera etapa nueva la tecnología sustituye a la antigua; la segunda etapa de impacto ocurre cuando la nueva tecnología se adopta en toda la sociedad; en la tercera etapa surgen nuevos estilos de vida y negocios gracias a la nueva tecnología ya ampliamente difundida y adaptada en la sociedad.

Esta es la etapa de transformación que atraviesan hoy las sociedades y las economías con las nuevas tecnologías digitales, de la información y la comunicación. Aquí, las TIC afectan y transforman cada vez más una amplia gama de actividades de innovación organizativa y empresarial, desde la investigación interna, el desarrollo y la educación hasta el diseño y la comercialización de productos y servicios. También hay cada vez más pruebas de que las TIC están impulsando la innovación al permitir el pensamiento creativo y la resolución de problemas con capacidad de respuesta, convirtiéndose así en un importante habilitador de aprendizaje para las sociedades y las empresas y brindando oportunidades para todos. Sin embargo, el uso de la tecnología en

un país debe distinguirse de su propia capacidad de innovar y expandir las fronteras del conocimiento de una nación. Yoguel et al. (2004).

El acceso a los recursos y mercados globales a través de la economía en red se convirtió en un importante factor de éxito de las economías y sociedades más competitivas del mundo. Para la competitividad de un país en particular, es menos importante si se han diseñado y desarrollado nuevas tecnologías dentro de sus fronteras nacionales. Más importante es que las personas, las empresas y las instituciones que operan en un territorio tengan fácil acceso a la tecnología avanzada, sus inventos y la capacidad de utilizarlos con facilidad.

Es por eso que muchos gobiernos modernos evangelizados han promovido sus e-estrategias, proyectos e iniciativas con la intención de superar la creciente brecha digital local e internacional, especialmente en los países más pequeños y en transición. Los líderes empresariales creen que al invertir en TIC, sus empresas podrán lograr un fuerte crecimiento y penetrar en nuevos mercados con nuevos modelos y procesos comerciales. Sin embargo, las TIC también han atraído y creado muchas expectativas, a veces improbables e ingenuas como en el punto. Yoguel et al. (2004).

2.1.4. Enfoque cognitivo

Para Agassi (1974), la tecnología y los sistemas tecnológicos están integrados en una variedad de contextos sociales, políticos y económicos, contextos que, en última instancia, simplemente simplifican la forma concreta que asumirán las tecnologías materiales y los procesos tecnológicos. A pesar de tales diferencias contextuales, puede descubrirse una racionalidad subyacente, puede ser captada por la idea de racionalidad tecnológica.

Agassi (1974), la idea de racionalidad tecnológica implica la existencia de un conjunto básico de características que se manifiesta a través de una variedad de tipos de acción. El uso significativo de la expresión "racionalidad tecnológica" exigiría que sus criterios de aplicación sirvan para excluir algunas racionalidades de la acción e incluir otras y sirvan para delimitar rasgos del fenómeno que permitan su identificación y Re identificación. Así pues, la idea presupone nuestra capacidad analítica para aislar tal núcleo o al menos indicar conexiones inteligibles entre familias de tales características.

Aunque su origen puede remontarse a la noción aristotélica o hacer, la genealogía conceptual de la racionalidad tecnológica surge quizás más directamente del análisis de Weber (1920), de la acción sociedades modernas. Weber (1920), planteó una triple distinción: lo que él llamó acción racional según el propósito se oponía a la llamada acción racional según el valor, y ambas se oponían a la acción basada en la tradición. La racionalidad con fines se refiere a la idea de evaluar la acción desde el punto de vista de su adecuación como medio para la realización de los fines o metas de un agente. La racionalidad de valor se refiere a la idea de evaluar la acción desde el punto de desde el punto de vista de su coherencia con un valor o norma que se considera de importancia intrínseca, independientemente de las posibilidades de éxito de la acción en la consecución de un fin o meta proyectada. está orientada por una preocupación con la forma en que se realiza una acción o con los valores incorporados en ella o por las normas que la rigen. La acción basada en la tradición está determinada por la habituación arraigada y, por lo general, no está mediada por una evaluación racional.

Agassi (1974), la idea de la racionalidad industrial o intencional y sus ramificaciones sociales en el capitalismo tardío y en la sociedad posindustrial moderna se convirtió en un tema central preocupante de la primera generación de teóricos sociales alemanes conocida como vieron la racionalidad tecnológica como esencialmente

encarnada en la organización deliberada y la combinación de técnicas productivas dirigidas por agentes públicos o privados que tienen como fin último un control social cada vez más eficaz y eficiente. A esta racionalidad instrumental opusieron lo que ellos denominaron a como crítica! racionalidad, pero sin elaborar una explicación rigurosamente sistemática y coherente de esta última. Jürgen Habermas, el miembro más destacado de la segunda generación de teóricos sociales de la Escuela de Frankfurt, elaboró la distinción de Weber, sostuvo que la racionalidad instrumental no agota el potencial racional de la modernidad y opuso a este modo de racionalidad una explicación sistemática de lo que él llama racionalidad comunicativa.

Según Koertge (1974), la concepción de Habermas de la racionalidad comunicativa proporciona un telón de fondo para delimitar aún más los contornos de la racionalidad tecnológica. La acción comunicativamente racional está mediada lingüística o simbólicamente, está gobernada por normas que son compartidas por al menos dos agentes, cada uno de los cuales reconoce el reconocimiento de las normas por parte del otro, y está orientada a buscar la comprensión y el acuerdo mutuos. con otros en el lenguaje se distingue claramente de la racionalidad que conduce a una intervención exitosa en el mundo objetivo basada en el conocimiento de los determinantes causales de los procesos en ese mundo.

Otros aspectos significativos de la racionalidad tecnológica pasan a primer plano cuando entendemos que la tecnología misma es una respuesta a nuestra finitud, a la constatación de que somos vulnerables y mortales y que nuestro tiempo es limitado. Y la tecnología ha sido una respuesta a nuestra finitud desde el principio. Los primeros casos de uso de herramientas en las sociedades recolectoras fueron para “aumentar la confiabilidad y productividad de estrategias subsistentes mediante el uso de dispositivos que ahorran tiempo”. Esto sugiere que el ahorro de tiempo es un objetivo importante. de

racionalización tecnológica. De hecho, se puede argumentar que la racionalidad que informa la práctica tecnológica, al otorgar un premio a la eficiencia y el control, alienta lo que puede llamarse una domesticación del tiempo, una reducción del tiempo a unidades manipulables, intercambiables y prescindibles engranadas hacia metas futuras.

Koertge (1974), pasamos, finalmente, a la concepción de progreso que está en consonancia con la explicación de la racionalidad tecnológica presentada aquí. La medida principal del progreso tecnológico está dada por el imperativo de maximizar la eficacia (fiabilidad, durabilidad, resistencia, facilidad de uso, etc.) y la eficiencia en la consecución de un fin determinado. (El aumento de la eficiencia se puede lograr ya sea a través del descubrimiento de formas más productivas (rindiendo más por un “costo” o insumo dado) o modos más “económicos” (brindando el mismo rendimiento por menos insumo) de asegurar un fin). y una marca muy destacada del progreso tecnológico es la abreviación del tiempo necesario para tal aseguramiento.

Koertge (1974), los constructivistas sociales señalarán que la evolución de la tecnología misma está subdeterminada por el principio de racionalidad tecnológica articulado aquí. Porque ese principio se alcanza al abstraer o desvincular la tecnología de los contextos en los que realmente se implementan tecnologías particulares. Para dar cuenta completa de tales contextos de uso, también se deben llevar a cabo análisis social e históricamente informados que examinen la especificidad social e histórica de los sistemas tecnológicos.

Según Agassi (1974). La voluntad tecnológica no es desinteresada en este sentido. Incluso la investigación de ingeniería fundamental - investigación científica básica con miras a la rentabilidad práctica - se compromete a encontrar afirmaciones científicas corroboradas que puedan resultar útiles. (p. 93). Si nosotros, con Popper (1987), estamos

de acuerdo en que la ciencia progresa mediante falsificaciones o refutaciones y, en última instancia, las busca, entonces podemos distinguir los criterios del éxito científico incluso de los de la investigación fundamental en ingeniería. El compromiso con la verdad por parte de la comunidad científica es suficientemente fuerte (al menos en principio e idealmente) para redimir la autonegación de una refutación. Aunque un posempirista como Kuhn (2004), podría cuestionar esta afirmación, mi punto es que al menos se puede argumentar en el caso de la ciencia, debido a su compromiso cognitivo.

Bunge (2015), las tendencias a confiar la ciencia y la tecnología a menudo se basan en una identificación acrítica de la verdad y la utilidad. Por ejemplo, a menudo no se hace la distinción entre el éxito de las operaciones de laboratorio y el éxito de las operaciones prácticas en el mundo sobre determinado fuera del laboratorio. El éxito o el fracaso práctico, en el mundo real, de una teoría científica no es, en general, un índice de su verdad, ni siquiera de su asertividad garantizada.

Hay varias razones según Bunge (2015), para esto: (1) o la parte falsa de la teoría no se usa en la deducción que informa la aplicación tecnológica o la parte falsa no tiene consecuencias prácticas; (2) debido a que el énfasis en la tecnología está en el uso del conocimiento para lograr un objetivo del mundo real en lugar de "dar un paso atrás" para lograr la seguridad cognitiva, los niveles de precisión exigidos en la práctica son a menudo mucho más bajos que los exigidos en la investigación científica, donde la precisión es un elemento de la falsabilidad de una teoría; y (3), en situaciones reales, las variables relevantes rara vez se conocen adecuadamente y se controlan con precisión, ya que en el dominio de la práctica se recomienda con demasiada fuerza una acción oportuna y eficaz para permitir el estudio detallado necesario para aislar y evaluar las variables independientes relevantes. La elección de la teoría en la ciencia, sin importar lo poco que esté algorítmicamente gobernada o lo mucho que esté cargada de valores, sigue siendo

un asunto epistémico. La preocupación de la tecnología por valores Extra epistémicos como la fiabilidad, la seguridad, la estandarización y la velocidad a expensas de la profundidad, el alcance, la precisión y la fecundidad de futuros programas de investigación hace que sus criterios de éxito sean bastante diferentes de los de la ciencia.

2.1.5. Enfoque sistémico

Para Bunge (2015), las teorías de sistemas centrando la atención en sus aspectos revolucionarios. Sin embargo, los problemas que abordan los enfoques sistémicos, como la complejidad, la observación, la eficiencia del modelo o la intencionalidad, son cuestiones clave en el desarrollo de la filosofía occidental. El punto no es que los enfoques sistémicos planteen nuevos problemas, ni nuevos pensamientos sobre viejos problemas, porque todas las cuestiones temáticas que abordan las perspectivas sistémicas tienen un lugar en una larga tradición filosófica y son, desde nuestro punto de vista, piedras angulares del pensamiento occidental. El caso es que, a través de enfoques sistémicos, aquellos problemas que antes estaban restringidos al ámbito de la reflexión filosófica ahora se convierten en materia de trabajo metodológico en el campo de las ciencias sociales y organizacionales. Los enfoques sistémicos son la ventana a través de la cual la filosofía ingresa a la ciencia y, al mismo tiempo, son el espejo que abre la ciencia a una reflexión auto reflexiva.

Según Forrester (2016), los enfoques de sistemas prefiguran así una tecnología conceptual, la misma que facilita la transformación de las relaciones sujeto/objeto en relaciones producto/productor, que permite concebir las máquinas como cualquier orden de dispositivo productor y, en consecuencia, permite tratar simultáneamente a los sujetos y la sociedad como productos y productores. Es común abordar las teorías de sistemas centrando la atención en sus aspectos revolucionarios. Sin embargo, los problemas que

abordan los enfoques sistémicos, como la complejidad, la observación, la eficiencia del modelo o la intencionalidad, son cuestiones clave en el desarrollo de la filosofía occidental. El punto no es que los enfoques sistémicos planteen nuevos problemas, ni nuevos pensamientos sobre viejos problemas, porque todas las cuestiones temáticas que abordan las perspectivas sistémicas tienen un lugar en una larga tradición filosófica y son, desde nuestro punto de vista, piedras angulares del pensamiento occidental. El caso es que, a través de enfoques sistémicos, aquellos problemas que antes estaban restringidos al ámbito de la reflexión filosófica ahora se convierten en materia de trabajo metodológico en el campo de las ciencias sociales y organizacionales. Los enfoques sistémicos son la ventana a través de la cual la filosofía ingresa a la ciencia y, al mismo tiempo, son el espejo que abre la ciencia a una reflexión auto reflexiva. Los enfoques de sistemas son entonces una tecnología en el sentido de que formalizan la clave epistémica para las ciencias sociales: el mestizaje sujeto/objeto. La metáfora de las máquinas parece ser la herramienta conceptual que encarna el fundamento epistémico y pragmático de la relación sujeto/objeto. Y es precisamente en este concepto donde la idea de sistema tiene sus raíces organizativas. Los contextos epistémicos en los que tal génesis es posible se denominan epistemologías de producción.

2.1.6. La calidad

Para Deming (1989), el origen del concepto calidad ha ido evolucionando a través de la historia. Hay que remontarse a los tiempos de jefes de Tribus, épocas de reinados o de la autoridad de los faraones, previas a la era cristiana, en las que ya aparecían algunos escritos que exponían los parámetros sobre la calidad de los productos que se elaboraban para consumo familiar y, más adelante, para la comercialización. Y aún podemos adentrarnos más en la historia del ser humano, y recordar cuando éste comenzó a elaborar diversos productos para la propia supervivencia,

donde la confección se hallaba dentro de los parámetros de calidad del momento.

Deming (1989), refiere que la calidad es grupo de peculiaridades de un ente que deriva de un procedimiento de interacción y unificación de determinados sujetos económicos para consentir la satisfacción de los requerimientos de los clientes sin perturbar al medio.” Así mismo, la calidad se ha ido transformando en una forma de gestión corporativa que, incorporado a los sistemas de información y a las nuevas técnicas de comunicación, sobreviene hasta nuestros días emanando así en la llamada “sociedad del conocimiento.

1. En el cual el desarrollo de las tecnologías, la globalización, y las graduales y variables requerimientos de los consumidores van imponiendo condiciones a las organizaciones. Estas deben poder encontrar en el proceso de la mejora continua, las pautas requeridas para la satisfacción de las expectativas tanto de sus clientes como de la sociedad en general.

2. Los nuevos desafíos que se van imponiendo a la gestión de la calidad se relacionan con el cambio del modelo industrial a esta nueva compañía, en la cual el primordial recurso mercantil es y será del “conocimiento” en sus diferentes formas de expresión.

Deming (1989), sustentan que una prestación es un proceso que constituye acciones gobernadas por la conducta y las actitudes de los individuos involucrados. La calidad de los servicios entregados será valorada por los consumidores en función de la actitud y conducta de los individuos con las que interactúa. Los propios autores afirman que la calidad del servicio.

2.1.7. El Precio

Según Porter (1993). “Las compañías se diferencian de sus clientelas si puede ser única en algo que pueda ser de gran Valia para los clientes. El nivel en el que las competencias en los sectores industriales se puedan diferenciar de los demás, es un elemento transcendental en el medio industrial” (p.137).

Según Porter (1993), menciona que, la estrategia competitiva es el modelo de los primordiales objetivos, propósitos o fines, las políticas y procedimientos fundamentales para lograr los objetivos determinados, en ella se precisan la clase de servicios, o si la compañía está o quiere estar y el tipo de compañía que es y desea ser.

2.2. El Emprendimiento

Según Porter (1993), el término emprendimiento proviene originalmente de la palabra francesa ‘entreprendre’. El significado semántico de emprendimiento es “tomar desde abajo” o “emprender”, con la connotación de alguien que se hace cargo, la responsabilidad y el desafío desde el principio.

Para Pérez (2015), la definición ocupacional considera a los empresarios como autónomos; basado en la noción de que una persona puede estar desempleada, trabajar por cuenta propia o tener un empleo asalariado. Se mide estáticamente (a través del número de trabajadores por cuenta propia) o dinámicamente (a través de la tasa de creación de empresas).

Para Jennings (1994), la literatura sobre desarrollo económico, esta definición de emprendimiento quizás se encuentre con mayor frecuencia, debido a que muchos desempleados registrados formalmente buscan ganarse la vida a través del autoempleo informal en pequeñas y medianas empresas (PYME).

Para Jennings (1994), inicialmente, en línea con el desarrollo general de la investigación sobre emprendimiento descrito anteriormente, el enfoque de la investigación sobre convertirse en emprendedor se centró en los rasgos de personalidad y su capacidad predictiva. Si bien muchos han declarado que esta corriente de investigación es un callejón sin salida, también hay evidencia empírica de diferencias significativas en los rasgos de personalidad cuando se comparan emprendedores y no emprendedores.

Para Pérez (2015), la literatura también ha explorado las motivaciones profesionales para ejercer el espíritu empresarial; factores demográficos como el género y tener padres que trabajan por cuenta propia (por ejemplo y la importancia de la experiencia empresarial previa. La corriente de investigación sobre la intención emprendedora ha sido importante para comprender la decisión de convertirse en emprendedor. Con base en marcos reconocidos de la psicología social, como la teoría de la acción razonada y su sucesora, la teoría del comportamiento planificado, las intenciones empresariales se introdujeron en el campo y sugieren que la intención de convertirse en un emprendedor podría explicarse en parte por tres antecedentes asociados: la norma subjetiva del emprendimiento por parte de otros significativos; actitud ante el espíritu empresarial; y el control conductual percibido. Un estudio reciente respalda el poder explicativo del modelo y encuentra que la intención emprendedora y el control percibido sobre el comportamiento explican el 31% de la varianza en el comportamiento emprendedor posterior.

Según Jennings (1994), durante la última década, la importancia del aprendizaje emprendedor ha recibido una atención creciente con respecto a la comprensión de la decisión de convertirse en emprendedor. Dicho aprendizaje ha sido el foco de los estudios sobre la importancia de aprender del fracaso empresarial, pero el papel de la EA como

experiencia de aprendizaje empresarial también ha surgido como tema de investigación.

De acuerdo a Díaz et al. (2014), con la definición anterior de espíritu empresarial, tiene lugar en el contexto de la creación de nuevas organizaciones. Sin embargo, el comportamiento y los procesos que se asemejan al emprendimiento pueden estar presentes dentro de las organizaciones existentes y contribuir a incrementar la competitividad de las empresas. En consecuencia, el emprendimiento corporativo y el intraemprendimiento han atraído la atención de los académicos en las últimas décadas.

El espíritu empresarial corporativo es, en su definición más amplia, un comportamiento que se asemeja al espíritu empresarial en una organización existente. Esto puede tener lugar en forma de renovación estratégica, en la que los esfuerzos empresariales resultan en cambios en la estrategia o estructura de la organización; innovación, a través de la cual la organización crea e introduce nuevos productos y procesos; y el emprendimiento empresarial, en el que los esfuerzos empresariales conducen a la creación de una nueva organización, ya sea internamente a través de nuevas entidades organizacionales dentro de una organización existente, o externamente a través de nuevas organizaciones que residen fuera de la organización existente.

Mientras para Díaz et al. (2014), que el emprendimiento corporativo tiene lugar a nivel de organización, el intraemprendimiento ayuda a comprender el comportamiento empresarial a nivel individual a través de la perspectiva del empleado acuñó el término intraemprendedor, y la evidencia empírica sugiere que los intraemprendedores tienen una mentalidad y un conjunto de habilidades que se asemejan a los de los emprendedores de nueva creación. La literatura indica que características individuales particulares tienden a influir en el proceso de intraemprendimiento, como la propensión a asumir riesgos, la iniciativa personal, la capacidad de innovación, el deseo de autonomía, la necesidad de

logro, la orientación a metas y el locus de control interno.

Según Jennings (1994), la definición de emprendimiento basada en el anexo individuo-oportunidad también es aceptada en la literatura sobre intraemprendimiento.

Por lo tanto, dado que el espíritu empresarial y el intraemprendimiento se consideran comportamientos similares pero separados en esta tesis, existe la necesidad de dos definiciones separadas. Basándose en la definición anterior de espíritu empresarial, el intraemprendimiento se define en consecuencia como el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para nuevas combinaciones en el contexto de una organización existente. Con este telón de fondo, una carrera caracterizada por un comportamiento empresarial puede tener lugar tanto a través del surgimiento de nuevas organizaciones, como a través del intraemprendimiento dentro de la organización en la que alguien está empleado. Como comportamientos intencionales, el espíritu empresarial y el intraemprendimiento pueden fomentarse y cultivarse.

Según Cruz y León (2014), menciona que el subcampo del espíritu empresarial, la investigación en EE se ha desarrollado en paralelo y ha sido influenciada por los debates que tienen lugar dentro de la investigación del espíritu empresarial. Las discusiones sobre si los emprendedores nacen o se hacen han tenido implicaciones para los debates dentro de la investigación de EE sobre si el espíritu emprendedor realmente se puede enseñar. Lógicamente, si los emprendedores nacen principalmente y son el resultado de rasgos y características de personalidad heredados, el objetivo de la EA sería principalmente proporcionar el conocimiento específico del negocio necesario para emprender. Sin embargo, a medida que la investigación empresarial se ha dado cuenta cada vez más de que los empresarios también son producto del contexto en el que viven y de sus experiencias de aprendizaje, se han abierto nuevos caminos para la EA.

Reconocer que el espíritu empresarial se puede enseñar ha permitido centrarse en nuevos elementos en la pedagogía de la EA, como enseñar mentalidades o permitir que los estudiantes experimenten el espíritu empresarial a través de la práctica. Tanto el alcance como el contenido de la EA han experimentado un gran desarrollo en las últimas décadas.

Según Jennings (1994), expresan su preocupación de que el ritmo del desarrollo de EE significa que la práctica se está adelantando a nuestra comprensión de qué enseñar, cómo enseñarlo y qué resultados esperar. El espíritu empresarial a menudo se denomina educación de sensibilización, a través de la cual se explora el espíritu empresarial como un fenómeno social. El enfoque es teórico en su forma y explora los "qué" y "por qué" de lo que hacen los emprendedores y las implicaciones del emprendimiento para la economía y la sociedad. Aprender sobre mitos, roles de equipo y perspectivas teóricas como el nexo de oportunidad individual, la efectuaación o el bricolaje son ejemplos de contenido posible en el enfoque acerca de .El énfasis está en una comprensión general del fenómeno y sus implicaciones, y en el conocimiento más que en las habilidades y la experiencia. En una revisión de 117 esquemas de cursos y planes de estudios en los EE. UU. y el Reino Unido, encontraron que el aprendizaje sobre el espíritu empresarial era la principal forma de enfoque en el 59% de los cursos examinados.

Según Jennings (1994), el espíritu empresarial se ocupa de preparar a los aspirantes a empresarios para una carrera en el trabajo por cuenta propia. El objetivo de EE para el emprendimiento es enseñar a los participantes las habilidades prácticas requeridas para iniciar un negocio. La planificación empresarial es también el método de enseñanza del curso de EE que proporciona el contexto para el documento de la tesis. Un estudio realizado por ofrecen cursos de planificación empresarial en el área de iniciativa empresarial o gestión de pequeñas empresas. En un curso de planificación empresarial, los estudiantes suelen desarrollar un documento escrito que describe un

nuevo producto, servicio, concepto u organización. Este documento resume las estrategias de marketing, producción, operaciones, financiación y organización, y suele presentarse en clase o ante jueces externos en concursos de planes de negocio. El plan de negocios tiene su lugar en lo que llaman el mundo de procesos de planificación y predicción. Desde este punto de vista, el espíritu empresarial se enseña de forma lineal, por lo que los estudiantes identifican y evalúan oportunidades, desarrollan conceptos y hacen pronósticos.

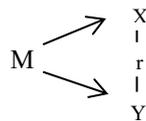
III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

a) Tipo de investigación: Este estudio básico de investigación según Sampieri (1997), tiene como propósito la aportación de elementos teóricos al conocimiento científico sin la intención de su corroboración directa en un caso concreto de aplicación. De tal manera la investigación es de tipo básico ya que por medio de este estudio se pretende conocer la relación de la competitividad y el emprendimiento en los productores artesanales de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

b) Nivel de investigación: Este estudio según Hernández et al. (2010), pertenece a un nivel correlacional, esta nos va a facilitar la determinación del nivel de relación o asociación que predomina en 2 o más conceptos. Cabe mencionar, de qué forma se relacionan la competitividad y el emprendimiento en los trabajadores artesanales de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

3.1.1 Diseño de la investigación



Según Sampieri (1997), el corte transversal puesto que se recopila información en un momento único y no experimental. Del mismo modo menciona que el Diseño de investigación es No Experimental, puesto que no se opera el factor causal para la determinación posterior en su relación con los efectos y describiendo y analizando solamente su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables.”

X = Competitividad.

Y = Emprendimiento.

M = Productores De Mates Burilados.

3.2. Población y muestra

a) Población: Es el total de los elementos o sujetos que poseen peculiaridades equivalentes y acerca de los cuales se quiera realizar una inferencia. La población se designa una vez la unidad de estudio. La población deberá tener las subsiguientes cláusulas: elementos y unidades de muestreo, alcance y tiempo. En la investigación la población fue un total de 90 trabajadores de mates burilados en el distrito de Cochas – Huancayo. $N = 90$

B) Muestra: Por motivos de estudio se realizó un censo; de este modo se tomó en cuenta a todos productores para la realización de la investigación.

Por lo tanto:

$n = 90.$

Es decir:

$n = N$

3.3. Operacionalización de variables

Variable 1: LA COMPETITIVIDAD

Definición Conceptual:

La competitividad es un factor muy importante para que una organización se diferencie con el resto de la competencia, mediante la competitividad las empresas buscan ser las mejores en un mercado, de este modo pueden adaptarse a los cambios que

existen dentro de mercados bursátiles y grande.

Definición Operativa:

Porter (1993), menciona que la Competitividad de un país pende de la capacidad de su manufactura para hacer innovaciones y perfeccionamiento; las sociedades por su parte ganan ventajas sobre sus principales competencias del mundo debido a la presión y al desafío.

Variable 2: EL EMPRENDIMIENTO

Definición Conceptual:

El emprendimiento es el entusiasmo del individuo para poder lograr un objetivo deseado el cual está motivado por nuevas ideas e innovación el cual busca superar para de esta forma llevar a cabo sus sueños, el emprendimiento es naturaleza del ser humano ya que es un medio para seguir adelante.

Definición Operativa:

Para Schumpeter (2011), maneja la palabra emprendedor para señalar aquellos sujetos que con sus labores causan inestabilidades en los mercados. Precisa al emprendedor como un individuo dinámico y único, que origina nuevas composiciones o creaciones. Expresándolo de la subsiguiente forma en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función del emprendedor es transformar o revolucionar el esquema de elaboración al explotar un invento, o más generalmente, una posibilidad técnica no probada, para la producción de un nuevo producto o uno viejo de una nueva forma; o proporcionar un nuevo origen de materias o un insumo nuevo; o renovar una manufactura, etc.”

Tabla 2

Matriz de operacionalización de las variables de investigación

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable 1 (X): Competitividad	Cebberos (1993) la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores	La variable será valorada a través de la aplicación de un cuestionario de opinión las mismas que contienen ítems para las dimensiones: recursos tangibles, tecnología, calidad y precio, el cual consistirá de 16 preguntas la cual está asociada a la competitividad..	X1: recursos tangibles	X1.1 materia prima X1.2 Equipos y herramientas
			X2 :tecnología	X2.1 innovación X2.2 actualización
			X3:calidad	X3.1.servicio X3.2.producto
			X4: precio	X.4.1. Expectativas X .4.2.margen de costos
Variable 2 (Y): Emprendimiento	Peter Drucker (1985), uno de los entrepreneur como aquel empresario que es innovador y alentrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva acabo un emprendedor.	Cuenta con 16 ítems para medir las dimensiones establecidas para la variable de emprendimiento lo que nos servirá para medir dicha variable.	Y1: el individuo	Y1.1 Entusiasmo Y1.2 Perseverancia
			Y2 :Entorno	Y2.1 capacitation Y 2.2 acceso financiero
			Y3 :Proceso	Y3.1 desarrollo del capital Y 3.2 capacidad de ciencia y tecnologia
			Y4 :organización	Y 4.1 objetivos y metas Y 4.2 gestión

Nota. Fuente: Adaptado de Drucker (1998).

3.4. Instrumentos

Para obtener información de la situación se desarrolló los sucesivos métodos:

Encuesta por medio de cuestionarios determinados: Se trazó y empleó 2 cuestionarios específicos, con la finalidad de hallar información sólida acerca del comportamiento de las variables componente del estudio.

3.5. Procedimientos

Para la recolección de la información para las 2 variables de estudio; se procedió de la siguiente manera :

- Preparación del instrumento
- Validación y confiabilidad del instrumento.

Para su ejecución, se ordenó de la siguiente manera :

- Se ejecuta las encuestas.
- Se procesa el resultado de las encuestas.
- Se calcula los resultados de las encuestas.
- Se analiza e interpreta la data conseguida.

Es preciso mencionar que el proceso de los resultados se realizara por medio de programas como Excel 2019, SPSS v. 25 y cuadros estadísticos.

3.6. Análisis de datos

El proceso del análisis de resultados se determinó de la siguiente manera.

Selección: Por medio de esta etapa se eligen las variables, o si se va a trabajar con muestras, la data que deberán ir a las mismas, su repartimiento, etc.

Pre procesamiento: En esta fase los resultados se limpian y se ajustan para poder ser examinados por el programa de Análisis de datos.

Transformación: Aquí se manejan técnicas de disminución de la dimensión u otras

metodologías para transformar, para poder emplear las metodologías de Data Mining que son escogidas.

Minería de datos: Se pretende resolver las interrogaciones esbozadas con los métodos de Minería de datos elegidas, o se empieza la exploración de nuevos descubrimientos, se pretende descubrir patrones en los resultados.

Interpretación / Evaluación: Por medio de esta última fase se extirpan las conclusiones de la investigación, y se valúan las técnicas de Minería de datos manejados.

3.6.1 Validez y confiabilidad del instrumento

a) Validez del instrumento

La validación del instrumento de recolección de datos del estudio, fue medida en un nivel de 0 a 100 puntos, donde 3 expertos en el tema examinaron parcialmente los cuestionarios de competitividad, en el cual se alcanzó un puntaje promedio de 84.44 el cual es considerado como adecuado, tal como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3

Consolidación de validez de expertos de la variable 1

Indicadores (instrumento)	Criterios	Experto 1- Antonio Ricse Lizárraga	Experto 2- Simeon Carhuavilca Adolfo	Experto 3- Torpoco Huayta Wilder	Total
1. Claro	Expresado con un lenguaje apropiado	90	90	95	91.67
2. Objetivo	Expresado en capacidades observables	90	85	95	90.00
3. Actual	Tema adecuado para estos tiempos	95	90	95	93.33
4. Organizado	Consta de un orden lógico	95	90	90	91.67
5 Suficiencia	Comprende la plenitud investigada	90	90	90	90.00
6. Intencionalidad	Apropiado para valorar el tema	95	85	95	91.67
7. Consistente	Basado en aspectos teórico - científicos	95	90	95	93.33
8. Coherente	Concordancia entre variables, dimensiones e indicadores.	90	90	90	90.00
9. Metodológico	Responde al propósito de la investigación.	90	85	95	90.00
Puntaje total		92.22	78.33	82.77	84.44

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Así también, se efectuó la validez de expertos para la variable dependiente obteniéndose una puntuación de 86.29 siendo este promedio el adecuado tal como se observa en la Tabla 4.

Tabla 4

Consolidación de validez de expertos de la variable 2.

Indicadores (instrumento)	Criterios	Experto 1- Antonio Ricse Lizárraga	Experto 2- Simeon Carhuavilca Adolfo	Experto 3- Torpoco Huayta Wilder	Total
1. Claro	Expresado con un lenguaje apropiado	90	80	90	86.67
2. Objetivo	Expresado en capacidades observables	90	85	90	88.33
3. Actual	Tema adecuado para estos tiempos	95	80	95	90.00
4. Organizado	Consta de un orden lógico	95	80	90	88.33
5 Suficiencia	Comprende la plenitud investigada	95	85	95	91.67
6. Intencionalidad	Apropiado para valorar el tema	90	85	95	90.00
7. Consistente	Basado en aspectos teórico - científicos	95	80	90	88.33
8. Coherente	Concordancia entre variables, dimensiones e indicadores.	90	80	95	88.33
9. Metodológico	Responde al propósito de la investigación.	95	85	95	91.67
	Puntaje total	92.77	73.33	92.77	86.29

Nota. Fuente: Elaboración propia.

b) Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad es la propiedad de un instrumento de medición, que le consiente conseguir los mismos resultados, al utilizarse una o más veces al mismo elemento o conjuntos de personas en diferentes periodos de tiempo. Para establecer la confiabilidad de los instrumentos de recolección de data del estudio, se esgrimió el método de consistencia interna establecido en el Alfa de Cronbach ejecutado a una muestra piloto

de 20 unidades de análisis, lo cual consintió valorar la fiabilidad para utilizar la escala. La confiabilidad interna del instrumento para la medición de la gestión administrativa por medio del coeficiente Alfa de Cronbach es:

La confiabilidad interna del instrumento para calcular la competitividad y el emprendimiento por medio del coeficiente Alfa de Cronbach es:

Tabla 5

Confiabilidad instrumento de competitividad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.946	20

Nota . Fuente: Base de datos encuesta piloto.

Tabla 6

Confiabilidad instrumento de emprendimiento

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.936	20

Nota. Fuente: Base de datos encuesta piloto.

IV. RESULTADOS

4.1. Contrastación de las hipótesis

4.1.1. Prueba de normalidad

Tabla 7

Prueba de normalidad de competitividad y emprendimiento empresarial

Prueba de normalidad	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Competitividad	0,135	90	0,000
Emprendimiento empresarial	0,128	90	0,000

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: En la tabla 7 de acuerdo a los datos de la prueba de Kolmogórov-Smirnov, se puede apreciar que a un nivel de significancia de $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$ se determina que no siguen una distribución normal los datos de competitividad y al igual que de los datos de emprendimiento empresarial porque el nivel de significancia es menor a 0.05 $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$, lo que se determina utilizar el estadístico de Spearman para medir la correlación.

4.1.2. Contrastación de la Hipótesis general

Se analiza el planteamiento de la hipótesis según la investigación:

La competitividad se relaciona de manera significativa con el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Donde :

Ha: Existe relación significativa entre la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

de cochas – Huancayo 2021.

Regla de decisión en la prueba de hipótesis correlacional

“Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teóricode tabla = 0.05. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $<0,05$ se aceptara Ha.

Tabla 8

Contraste de la hipótesis general

		COMPETITIVIDAD	EMPRENDIMIENTO
COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1.000	,829**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	90	90
EMPRENDIMIENTO	Coefficiente de correlación	,829**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	90	90

*La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observó en la tabla 8 que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que existe evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, por lo tanto: Existe relación significativa entre la competitividad y el emprendimiento en los productores de mates burilados en el distrito de cochas – Huancayo 2021.

4.1.3. Contrastación de la Hipótesis específica 1

Se analiza el planteamiento de la hipótesis específica 1 según la investigación:

Los recursos tangibles se relacionan de manera significativa con el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Donde :

Ha: Existe relación significativa entre los recursos tangibles y el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Ho: No existe relación significativa entre los recursos tangibles y el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Regla de decisión en la prueba de hipótesis correlacional

“Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $< 0,05$ se aceptara Ha.

Tabla 9

Contraste de la hipótesis específica 1

		RECURSOS TANGIBLES	INDIVIDUO
RECURSOS INTANGIBLES	Coefficiente de correlación	1.000	,587**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	90	90

INDIVIDUO	Coefficiente de correlación	,587**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
N		90	90

*La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observó en la tabla 9 que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que existe evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, por lo tanto: Existe relación significativa entre los recursos tangibles y el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

4.1.4. Contrastación de la Hipótesis específica 2

Se analiza el planteamiento de la hipótesis específica 2 según la investigación:

La tecnología se relaciona de manera significativa con el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Donde :

Ha: Existe relación significativa entre la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Ho: No existe relación significativa la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Regla de decisión en la prueba de hipótesis correlacional

“Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $< 0,05$ se aceptara Ha.

Tabla 10*Contraste de la hipótesis específica 2*

		TECNOLOGIA	ENTORNO
TECNOLOGIA	Coefficiente de correlación	1.000	,852**
	Sig. (bilateral)		0.000
ENTORNO	N	90	90
	Coefficiente de correlación	,852**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
N		90	90

*La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observó en la tabla 10 que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que existe evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, por lo tanto: Existe relación significativa entre la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

4.1.5. Contrastación de la Hipótesis específica 3

Se analiza el planteamiento de la hipótesis específica 3 según la investigación:

La calidad se relaciona de manera significativa con el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Donde :

Ha: Existe relación significativa entre la calidad y el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la calidad y el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

Regla de decisión en la prueba de hipótesis correlacional

“Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $< 0,05$ se aceptará Ha.

Tabla 11

Contraste de la hipótesis específica

		CALIDAD	PROCESOS
CALIDAD	Coefficiente de correlación	1.000	,757**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	90	90
PROCESOS	Coefficiente de correlación	,757**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	90	90

*La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observó en la tabla 11 que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que existe evidencia estadística para aceptar la hipótesis alternativa, por lo tanto: existe una relación significativa entre la calidad y el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

4.1.6. Contrastación de la Hipótesis específica 4

Se analiza el planteamiento de la hipótesis específica 4 según la investigación:

La calidad se relaciona de manera significativa con la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochas – Huancayo 2021.

Donde :

Ha: Existe relación significativa entre la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochas – Huancayo 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochas – Huancayo 2021.

Regla de decisión en la prueba de hipótesis correlacional

“Se utilizó la Regla de Decisión, comparando el Valor p calculado por la data con el Valor p teórico de tabla = 0.05. Si el Valor p calculado ≥ 0.05 , se Aceptará Ho. Pero, si el Valor p calculado $< 0,05$ se aceptara Ha.

Tabla 12

Contraste de la hipótesis específica 4

		CALIDAD	ORGANIZACION
CALIDAD	Coefficiente de correlación	1.000	,737**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	90	90
ORGANIZACIÓN	Coefficiente de correlación	,737**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	90	90

*La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25.

Interpretación: Se observó en la tabla 12 que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que existe evidencia estadística aceptar la

hipótesis alternativa, por lo tanto: existe una la relación significativa entre la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021.

4.2 Análisis e interpretación descriptivo

Tabla 13

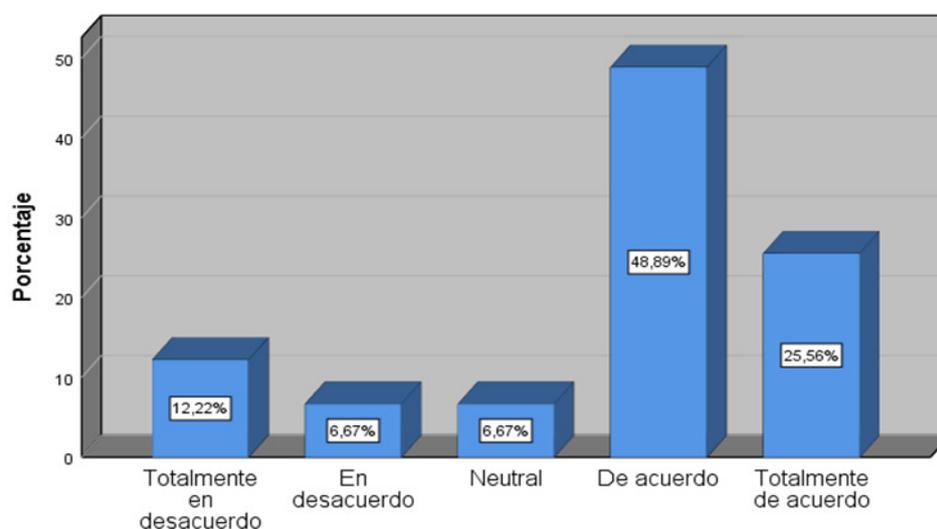
Frecuencia dimensión recursos. Recursos necesarios para la producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	12.2	12.2	12.2
En desacuerdo	6	6.7	6.7	18.9
Neutral	6	6.7	6.7	25.6
De acuerdo	44	48.9	48.9	74.4
Totalmente de acuerdo	23	25.6	25.6	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 5

Frecuencia de la dimensión recursos. Recursos necesarios para la producción



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observa en la figura 5 en los resultados ante la consulta, Cuenta con los recursos materiales necesarios para la producción de los mates, los productores están

totalmente de acuerdo en un 48,89% que los recursos materiales son importantes para el buen desarrollo de los productos.

Tabla 14

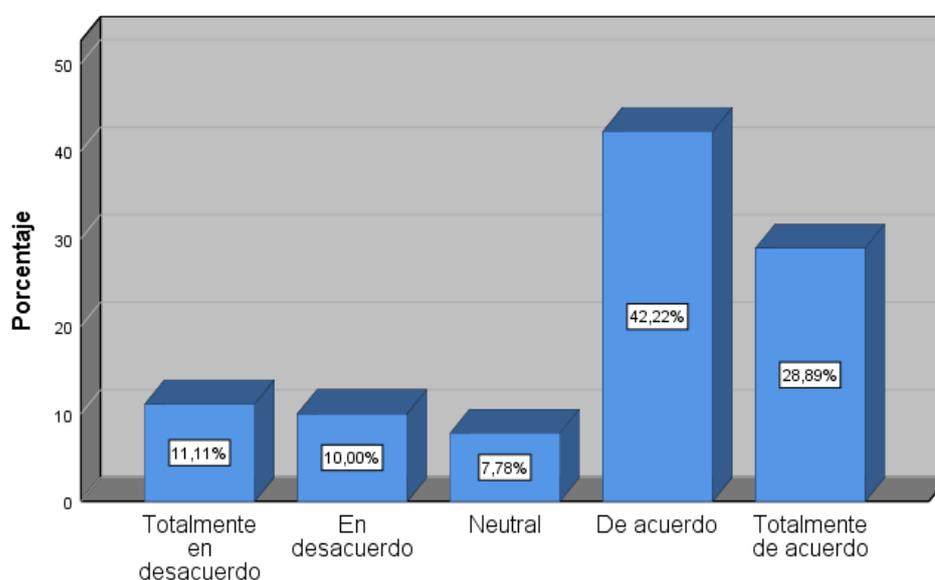
Frecuencia dimensión tecnología. Renovación de equipos tecnológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	11.1	11.1	11.1
En desacuerdo	9	10.0	10.0	21.1
Neutral	7	7.8	7.8	28.9
De acuerdo	38	42.2	42.2	71.1
Totalmente de acuerdo	26	28.9	28.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 6

Frecuencia dimensión tecnología. Renovación de equipos tecnológicos.



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Se observa en la figura 6 en los resultados ante la consulta, en los últimos años renovó sus equipos y maquinarias para el desarrollo de sus productos, los productores están totalmente de acuerdo en un 28.89% que en los últimos años se renovó la

tecnología con la que se cuenta para la producción de mates burilados.

Tabla 15

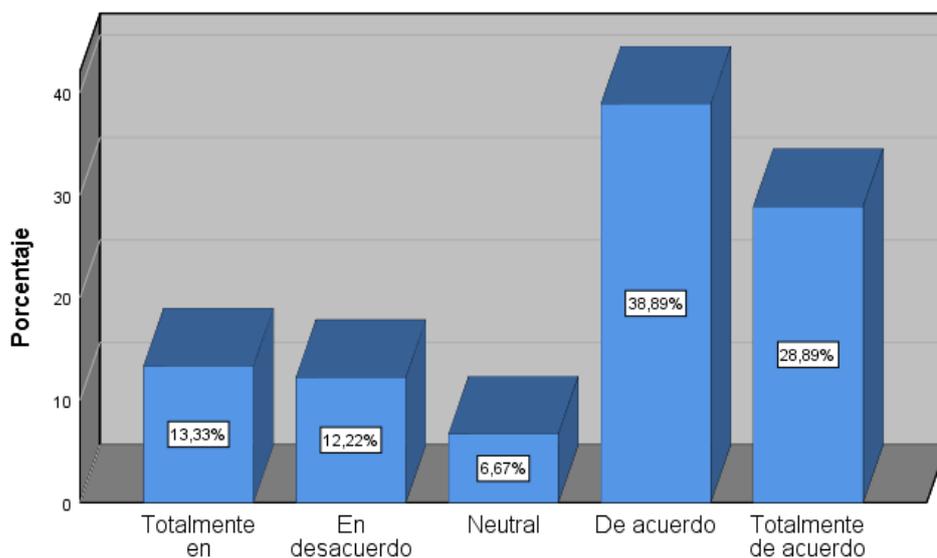
Frecuencia dimensión calidad. Utilización de sistemas de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	12	13.3	13.3	13.3
En desacuerdo	11	12.2	12.2	25.6
Neutral	6	6.7	6.7	32.2
De acuerdo	35	38.9	38.9	71.1
Totalmente de acuerdo	26	28.9	28.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 7

Frecuencia dimensión calidad. Utilización de sistemas de calidad



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: En los resultados obtenidos en la figura 7 según la consulta, el producto que usted desarrolla pasan por un sistema de calidad, el 38.89 % considera que los

productos pasan por un sistema calidad antes de su venta.

Tabla 16

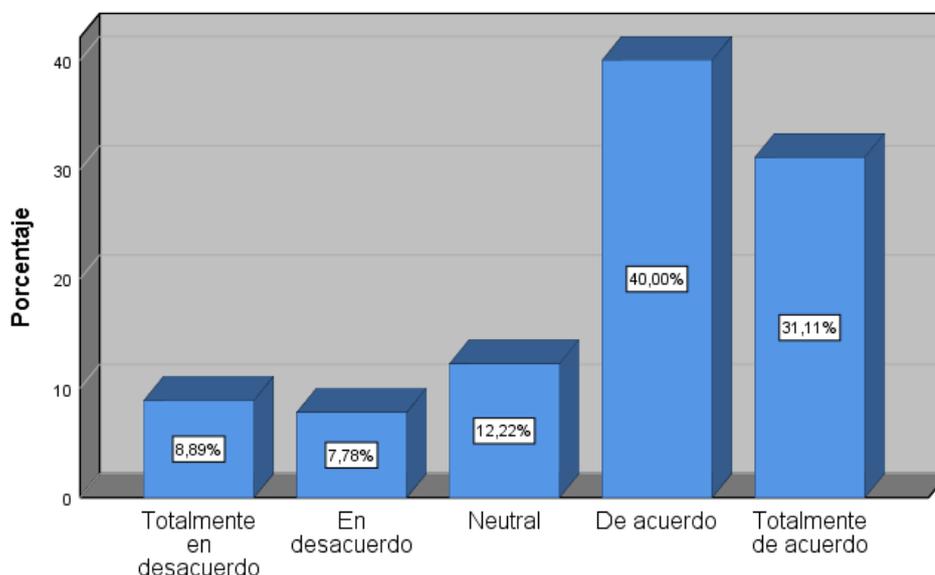
Frecuencia dimensión precio. Precio de los productos acorde con el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	8.9	8.9	8.9
En desacuerdo	7	7.8	7.8	16.7
Neutral	11	12.2	12.2	28.9
De acuerdo	36	40.0	40.0	68.9
Totalmente de acuerdo	28	31.1	31.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 8

Frecuencia dimensión precio. Precio de los productos acorde con el mercado



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: En los resultados obtenidos de la figura 8 según la consulta, el precio de sus productos es el acorde al mercado, el 40,00 % de los productores mencionan que sus

productos están de acuerdo a los mercados de oferta y demanda.

Tabla 17

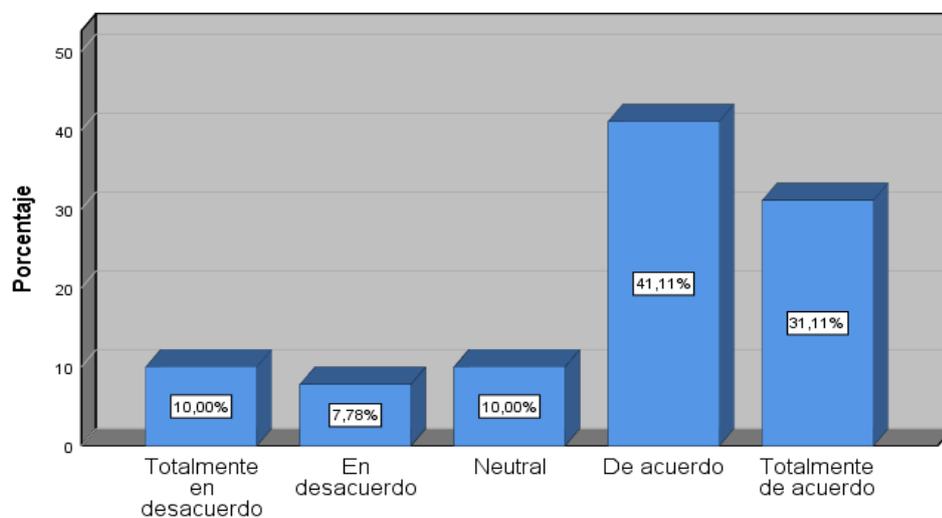
Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal – nuevas ideas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	7	7.8	7.8	17.8
Neutral	9	10.0	10.0	27.8
De acuerdo	37	41.1	41.1	68.9
Totalmente de acuerdo	28	31.1	31.1	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 9

Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Según los resultados de la figura 9 ante la pregunta, le motiva desarrollar nuevas ideas de negocio los productores respondieron que 41.11% de los productores están de acuerdo que les motiva desarrollar nuevas ideas que implementaran en el

negocio.

Tabla 18

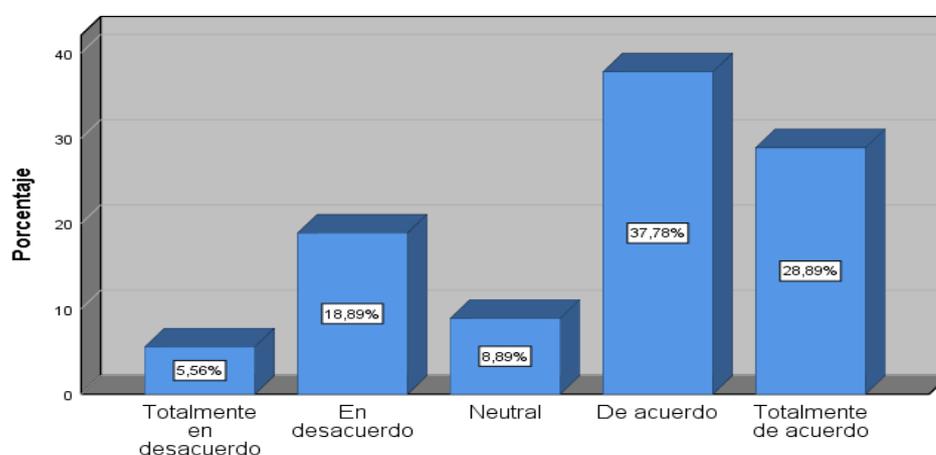
Frecuencia de la dimensión individuo. Motivación personal -capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	5.6	5.6	5.6
En desacuerdo	17	18.9	18.9	24.4
Neutral	8	8.9	8.9	33.3
De acuerdo	34	37.8	37.8	71.1
Totalmente de acuerdo	26	28.9	28.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 10

Frecuencia de la dimensión entorno. Capacitación de personal



Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Según los resultados de la figura 10 ante la pregunta, usted se capacita constantemente en temas referidos a gestión respondieron que 37.78% de los productores se capacitan de forma constante.

Tabla 19

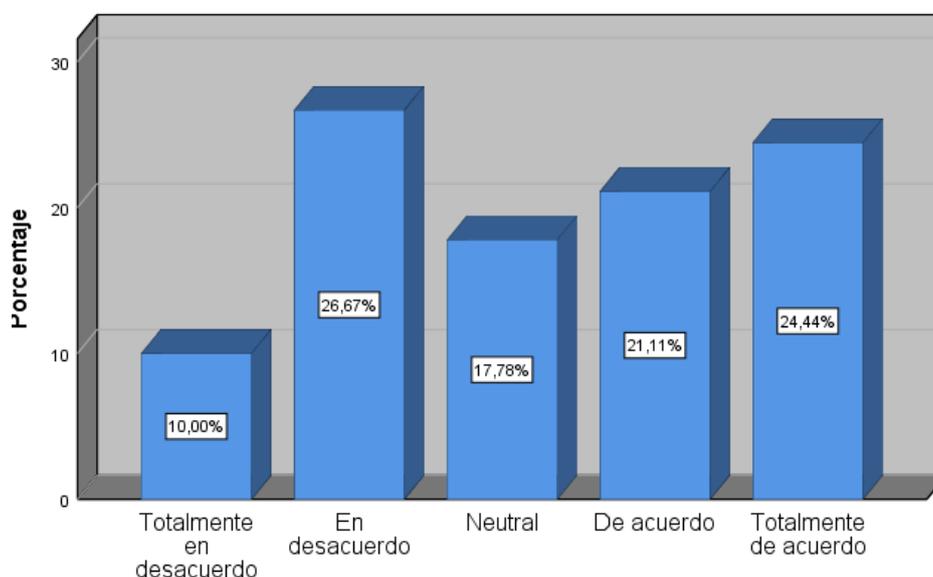
Frecuencia de la dimensión proceso . el proceso productivo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	24	26.7	26.7	36.7
Neutral	16	17.8	17.8	54.4
De acuerdo	19	21.1	21.1	75.6
Totalmente de acuerdo	22	24.4	24.4	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 11

Frecuencia de la dimensión proceso . el proceso productivo



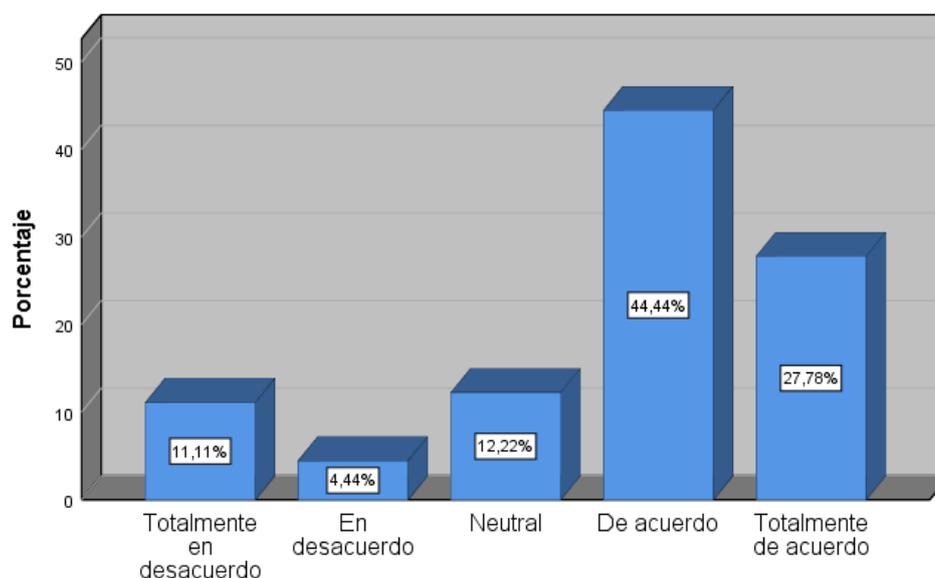
Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Según los resultados de la figura 11 ante la pregunta, Tiene definido de forma clara su proceso productivo, respondieron entre lo más resaltante tenemos que 26.67 % de los productores menciona no tener un proceso productivo definido.

Tabla 20*Frecuencia de la dimensión organización. Documentos de gestión*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	11.1	11.1	11.1
En desacuerdo	4	4.4	4.4	15.6
Neutral	11	12.2	12.2	27.8
De acuerdo	40	44.4	44.4	72.2
Totalmente de acuerdo	25	27.8	27.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Figura 12*Frecuencia de la dimensión organización. Documentos de gestión*

Nota. Fuente: Base de datos del investigador – SPSS v. 25

Interpretación: Según los resultados de la figura 12 ante la pregunta, Cuenta con documentos de gestión para el buen desempeño en la asociación de artesanos de mates burilados cochabambino – Huancayo, respondieron entre lo más resaltante tenemos 44,44% de los productores mencionan que cuentan con documentos de gestión.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación en la variable 1 la competitividad según Hernández (1998). “El interés por la competitividad no es de reciente data, tiene sus raíces en las reflexiones de los economistas acerca de las causas de la posición dominante de una nación u otro en un momento dado, sobre el secreto de su preponderancia y sobre las maniobras para alcanzarlas”

Tiene como fundamento a alcanzar dentro de un mercado donde las empresas están entre día a día ser la mejor organización dentro de los mercado y aquellos que alcanzan la competitividad tendrán mejor posicionamiento en los mercados, así mismo en la investigación se tomó en cuenta la variable 2 denominada el emprendimiento según Para Schumpeter (1950), maneja la palabra emprendedor para señalar aquellos sujetos que con sus labores causan inestabilidades en los mercados. Precisa al emprendedor como un individuo dinámico y único, que origina nuevas composiciones o creaciones. Expresándolo de la subsiguiente forma en su libro Capitalismo, socialismo y democracia: “La función del emprendedor es transformar o revolucionar el esquema de elaboración al explotar un invento, o más generalmente, una posibilidad técnica no probada, para la producción de un nuevo producto o uno viejo de una nueva forma; o proporcionar un nuevo origen de materias o un insumo nuevo; o renovar una manufactura, etc.”

En cuanto a la investigación en la hipótesis general se determinó mediante el estadístico de Spearman se aprobó la hipótesis alternante la cual se expresa existe relación significativa entre la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, con un $Rho = 0,829$ lo que determina que existe una relación positiva alta con una nivel de significancia ($p=0.00 < 0.05$), lo cual nos indica que existe una gran significancia en dicha correlación; dichos resultados se asemejan a la investigación desarrollada por Sandoval (2018), el autor en su trabajo denominado

“Emprendimiento y competitividad en las MyPE del Parque Industrial El Asesor, Ate 2018” el cual fue presentado para optar el grado de magister en la Universidad Cesar Vallejo dicho estudio tiene un enfoque cuantitativo y de tipo correlacional, y el objeto fue determinar la correlación que hay entre el emprendimiento y la competitividad, la investigación determinó como el emprendimiento tiene correlación con la competitividad en las MyPE de Parque Industrial el Asesor, Ate. Se creó una encuesta como instrumento para medir la variable, tomada a 82 emprendedores del Parque Industrial el Asesor, Ate. Teniendo como unidad de análisis a cada emprendedor del parque industrial Ate. En la obtención del resultado se utilizó la encuesta que consto de 36 ítems de estos 18 conciernen al emprendimiento y los 18 que restan a la competitividad. El cuestionario se aplicó según la escala de Likert. La validez y la confiabilidad del instrumento se verificó por juicio de expertos y el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniéndose como resultado por medio del Alfa de Cronbach para la variable emprendimiento fue de 0.820 y para la variable competitividad fue de 0.810 cabe mencionar los resultados emanados son confiables. Para calcular la relación que hay entre las variables, se utilizó el coeficiente de relación de Rho de Spearman, se consiguió como resulta un valor de 0.365, cabe mencionar que hay una relación positiva media entre las dos variables de investigación.

Como podemos comparar en dicha investigación se determinó que el emprendimiento y la competitividad con en el cual se aceptó una correlación positiva en la cual se podía determinar que dichas variables se encuentran en una correlación, del mismo modo dentro de la investigación se llegó a los resultados en los cuales existe una correlación en los objetivos específicos como podemos encontrar son similares a las investigaciones ya planteadas anteriormente como Chipana y Roca (2019), en la investigación denominada *“Relación del servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas "Money" S.A.C.-Huancayo-2017”* se desarrolló con el fin de optar el grado de magister en administración de empresa, dicha

investigación tiene por objetivo determinar de qué manera se relaciona el servicio al cliente y la competitividad en el Tragamonedas “Money Money” S.AC. – Huancayo - 2017. Se utilizó como método general el método científico, el método descriptivo y el estadístico se utilizó como métodos específicos que permitió reconocer la variable y la contrastación de la hipótesis. Se usó el nivel descriptivo correlacional también se utilizó el diseño no experimental y transversal. La muestra fue de 445 clientes de Tragamonedas “Money Money” S.A.C. – Huancayo - 2017. Teniendo como resulta que el servicio a la clientela en la tesis se basó en el modelo Servqual, donde contiene elementos palpables, fiabilidad, capacidad de réplica, seguridad y empatía. De todas ellas se considera a todas para que la empresa tenga un buen rumbo. Concluyendo, que la atención al usuario posee correlación directa ($r_s = 0,848$) y significativa $p = 0,000 < 0,01$ con la competitividad en el tragamonedas “Money” S.A.C Huancayo - 2017.

De acuerdo a los resultados dados estadísticamente se acepta y se llega a una conclusión en la cual se asevera que la competitividad empresarial se relaciona con el emprendimiento del mismo echo se compara con la literatura recogida las cuales nos ayuda a establecer un sentido en el cual las variables se apoyan para determinar las hipótesis , Econometrics (2003), en López et al. (2008), se identificó la competitividad local como “la capacidad de una economía regional para cautivar y conservar la colocación de compañías, con cupos de colaboración sectoriales firmes y progresivos, facilitando el sustento de los patrones de calidad y nivel de vida para toda su población”. Se tipifica la información originaria (18 variables originarios de diferentes fuentes estadísticas) en 5 grandes apartados: aspectos macroeconómicos, mercados laborales, eficacia industrial, infraestructura e invención, de donde se edifica una guía resumida de competitividad local.

VI. CONCLUSIONES

- Se concluye que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que hay evidencia para aceptar la hipótesis alternativa por lo tanto: Existe relación significativa entre la competitividad y el emprendimiento empresarial en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021. Asimismo, se tiene una correlación directa de 0,829, podemos decir que la competitividad y el emprendimiento mantienen una relación positiva alta.

- Se concluye que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que hay evidencia para aceptar la hipótesis alternativa por lo tanto: Existe relación significativa entre los recursos tangibles y el individuo en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, Asimismo, se tiene una correlación directa de 0,587, podemos decir que los recursos tangibles y el individuo mantienen una relación positiva moderada.

- Se concluye que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que hay evidencia para aceptar la hipótesis alternativa por lo tanto: Existe relación significativa entre la tecnología y el entorno en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, Asimismo, se tiene una correlación directa de 0,852, podemos decir que la tecnología y el entorno mantienen una relación positiva alta.

- Se concluye que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que hay evidencia para aceptar la hipótesis alternativa por lo tanto: Existe relación significativa entre la calidad y el proceso en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, Asimismo, se tiene una correlación directa de 0,757, podemos decir que la calidad y el proceso mantienen una relación

positiva alta.

- Se concluye que la significancia bilateral tuvo un valor menor al nivel permitido ($p=0.00 < 0.05$), por lo que hay evidencia para aceptar la hipótesis alternativa por lo tanto: Existe relación significativa entre la calidad y la organización en los productores de mates burilados en el distrito de cochabamba – Huancayo 2021, Asimismo, se tiene una correlación directa de 0,737, podemos decir que la calidad y la organización mantienen una relación positiva alta.

VII. RECOMENDACIONES

- Los productores de mates burilados deberían llegar a acuerdos de cooperativismos con la finalidad de manejar mejor los costos de las materias primas y de ese modo, hacer compras en lotes, con la finalidad de bajar los costos de producción de sus productos.
- Los productores de mates deberían desarrollar capacitaciones en atención al cliente con la finalidad de mejorar las ventas y mejor asesoramiento para los clientes que visitan la comunidad de cochas.
- Los productores de mates burilados deberían innovar la tecnología con la cual desarrollan el proceso productivo para convertirse en productores más productivos y de ese modo desarrollar mejores productos de calidad y mejor acabados.
- Los productores de mates burilados deberían desarrollar en conjunto un sistema de calidad y estandarización de procesos de la producción, para asegurar la calidad.
- Elaborar un plan estratégico adecuado hacia la calidad, la innovación, costos y habilidades blandas de los trabajadores con el fin de mantener un solo objetivo y metas hacia la competitividad de los productores de mates burilados.

VIII. REFERENCIAS

- Abdel, G. y Romo, M. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Revista Comercio Exterior*. <https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/113/97>
- Adelman, I. (1980). *Teorías del desarrollo económico*. Fondo de cultura económica. <https://www.redalyc.org/pdf/4795/479548749004.pdf>
- Agassi, J. (1974). "Postscript: On the Futility of Fighting the Philistines: Karl Popper's Objective Knowledge". *Philosophia* 4: 1:163-201. <https://doi.org/10.18270/rcfc.v16i33.1933>
- Asalde P. (2018). "*Gestión del capital humano para la competitividad de las Pymes de la provincia de Huancayo*". [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio Institucional UNCP. <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/3298/Flores%20Pe%c3%b1a-Huaman%20Capani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Buil, M. y Rocafort, A. (2015). *Emprendimiento y supervivencia empresarial en época de crisis: El caso Barcelona*. <http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/689>
- Bunge, M. (2015). "*Crítica de la nueva sociología de la ciencia*". Universidad de Sevilla. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5542635>
- Centro Internacional de Desarrollo. (2019). <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content>.

- Cruz, I., y León, B. (2014). *Evolución y desarrollo de la administración y gestión pública: Un acercamiento a un estado del conocimiento en construcción, a través de la Revista Gestión y Política Pública*. Boletín Científico de Ciencias Sociales y Humanidades de ICSHU, 2(4). <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icshu/n4/e4.html>
- Deming, W. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. c/Juan Bravo, 3A. 28006 Madrid.
https://www.academia.edu/73117222/Calidad_productividad_y_competitividad_1ed_W_Edwards_Deming
- Díaz, Y., Guerrero, M., y Peña, I. (2018). El papel del tipo de emprendimiento en la creación de valor a través de la innovación. *Cuadernos Aragoneses De economía*, 24(1-2), 59–74. https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22637
- Diken, P. (2010). *Mudanca Global. Mapeando as Novas Fronteiras da Economia Mundial*. Bookman.
https://books.google.com.pe/books/about/Mudan%C3%A7a_Global_Mapeando_as_novas_frente.html?id=KCyEAQAACAAJ&redir_esc=y
- Drucker, P. (1998). *La gerencia del siglo XXI*. Grupo norma.
https://books.google.com.pe/books?id=xt6Ae6cIxcC&printsec=frontcover&source=gs_bse_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Enright, M.; Francés, A. y Scott, E. (1994). *Venezuela, el reto de la competitividad*. Ediciones IESA. Caracas, Venezuela. 180 p.
https://books.google.com.pe/books/about/Venezuela_el_reto_de_la_competitividad.html?id=-LWOAAAAIAAJ&redir_esc=y
- Forrester, J. (2016). *Dinámica de sistemas*. Instituto Tecnológico de Massachusetts.
<http://librosctscafe.ctscafe.pe/index.php/1/catalog/download/1/5/65?inline=1>

- Gartner, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68. <https://doi.org/10.1177/104225878901300406>
- Garay, L. (1998). *Estructura industrial e internacionalización 1967 - 1996*. Proexport. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Colombia%20Estructura%20Industrial%20e%20Internacionalizaci%C3%B3n.pdf>
- Ghobakhloo, M., Sabouri, M., Tang, S., y Zulkifli, N. (2011). Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises; An Appraisal of Two Decades Literature. https://www.researchgate.net/publication/228448004_Information_Technology_Adoption_in_Small_and_Mediumsized_Enterprises_An_Appraisal_of_Two_Decades_Literature
- Hernández, L., (1998). Los estudios de competitividad en América Latina y Venezuela. Trabajo de Ascenso para optar a la categoría de Profesor Agregado. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. LUZ. Venezuela. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
- Hernández, C. (2008). *Las MYPES en los países latinos demandan de instrumentos operantes que les consientan señalar los procesos que se deberán mejorarlos y fortalecerles para conseguir situarse en los mercados que son competitivas en la actualidad y afirmar su constancia en Universidad de Argentina*. https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SisInfoFin/Herib_More/mipymes.pdf
- Hernández, R., Fernández- Collado, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*. Ohio: South Western Publishing. <https://www.amazon.com/Multiple-Perspectives-Entrepreneurship-Readings-Cases/dp/0538810904>

Chipana, I., y Roca, Y. (2019). *Relación del Servicio al Cliente y la competitividad en el Tragamonedas "MONEY MONEY" S.A.C. – Huancayo – 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio Institucional UPLA.

<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/892>

IMD: Ranking de Competitividad Mundial – 2012. <https://observatorioredesempresariales.wordpress.com/2012/05/31/imd-ranking-de-competitividad-mundial-2012/>

Koertge, N. (1974). Bartley's Theory of Rationality. *Philosophy of the Social Sciences*, 4(1), 75-81. <https://doi.org/10.1177/004839317400400106>

Kuhn, T. (2004). *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. México: Fondo de Cultura Económica. <https://materiainvestigacion.files.wordpress.com/2016/05/kuhn1971.pdf>

Laplane, M. (1996). *Estudio sobre competitividad de la industria Brasileira. Productividad, competitividad e internacionalización de la economía*. Colombia: DANE. https://biblioteca.dane.gov.co/media/libros/LD_10122_EJ_2.PDF

López, V., Nevado, D., y Baños, J. (2008). Indicador sintético de capital intelectual: humano y estructural. Un factor de competitividad. *EURE (Santiago)*, 34(101), 45-70. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612008000100003>

Martínez, E. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Fundación BBVA, Bilbao. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/DE_2007_IVIE_competitividad_y_crecimiento.pdf

- Mungaray, A., y Ramírez, M. (2007). Capital humano y productividad en microempresas. *Investigación económica*, 66(260), 81-115. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672007000200081&lng=es&tlng=es.
- Peirano, F. (2004). *Estrategias empresariales de uso y aprovechamiento d las TICs por parte de las PyMEs de Argentina 2004*. Sociedad de información. <https://es.scribd.com/document/262487069/ESTRATEGIAS-EMPRESARIALES-PARA-EL-USO-Y-APROVECHAMIENTO-DE-LAS-TICs-pdf>
- Pérez-Fernández, B. (2015). Seguridad y salud laboral en las empresas. *Revista Ciencia y Cuidado*, 11(1), 57–67. <https://doi.org/10.22463/17949831.185>
- Popper, S. (1987). "Natural Selection and the Emergence of the Mind", Radnitzky, Gerard y Bartley, William, editores, *Evolutionary Epistemology, Rationality, and the Sociology of Knowledge*, 139-53, Open Court, La Salle, III. https://books.google.com.pe/books/about/Evolutionary_Epistemology_Rationality_and_Sociology_of_Knowledge?id=7TAKAQAAMAAJ&redir_esc=y
- Porter, M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara. <https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- Peralta I. (2018). *Emprendimiento Empresarial y su Relación con la Competitividad del Pescador Artesanal Armador de Morro Sama Tacna, 2016*. [Tesis de posgrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio Institucional <https://repositorio.upt.edu.pe/153620498-Universidad->

- Sagasti, F. (1981). *Ciencia, Tecnología y desarrollo latinoamericano*. Fondo de cultura Económica. <https://repositorio.esocite.la/322/1/Sagasti1981-CienciaTecnologiaDesarrolloEnLA%20%281%29.pdf>
- Sampieri, R. (1997). *Metodología De La Investigación* . Printed in Colombia. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Sandoval, S. (2018). *Emprendimiento y competitividad en las Mype del Parque Industrial El Asesor, Ate 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35329?show=full>
- Schumpeter, J. (1950). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo cultura económica. <https://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/docencia/Notas%20Clase%20Seyka%20-%20Teor%C3%ADa%20del%20desenvolvimiento%20econ%C3%B3mico%20Schumpeter.pdf>
- Schumpeter, J. (2011). *The Entrepreneur: Classic Texts by Joseph A. Schumpeter 1st Edición*. Amazon. <https://www.amazon.com/Entrepreneur-Classic-Texts-Joseph-Schumpeter/dp/080476283X>
- Tricoci, G. (2018). Gobierno de TI y utilización de los sistemas de información en las firmas argentinas. *Fórum Empresarial*, 23(2), 1–29.
- Unión Europea (2001). *Second Report on Economic and Social Cohesion*, Bruselas. <http://aei.pitt.edu/id/eprint/39015>

- Vega, A. (2020). La competitividad de las empresas exportadoras de arándanos de la región norte 2014-2020. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32255/Vega_AAI-SD.pdf?sequence=4
- Vera, L. (2008). *“Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura E y el fondo emprender en Medellín. Universidad EAFIT – Medellín”*. Universidad de Medellín.
<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/cuadernos-investigacion/article/view/1274/1153>
- Paredes, W. (1994). *Políticas de Competitividad*. CEPAL.
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/11949-politica-competitividad>
- Weber, M. (1920) "La ética protestante y el espíritu del capitalismo" Fondo de Cultura Económica, México D.F., México.
<https://catedracesarpeon.files.wordpress.com/2009/08/weber-m-1905-la-etica-protestante-y-el-espiritu-del-capitalismo.pdf>
- Yoguel, G., Borello, J., Milesi, D., Novick, M. y Roitter, S. (2004). *Información y Conocimiento: difusión de TICs en la industrias manufactera argentina*. CEPA.
<https://repositorio.cepal.org/items/f0f566a5-4f67-42ce-ac65-f8789f3df6f4>

Anexo B. Instrumentos de recolección de datos

Factores de competitividad

Estimado colaborador, se le hace presente el siguiente cuestionario que es parte de la investigación realizada los productores de mates burilados distrito de cochabamba Huancayo, el objetivo de la investigación es; Identificar si existe relación entre relaciona los factores de competitividad con la en emprendimiento. Se le solicita total sinceridad y mucha atención para contestar los siguientes enunciados.

Instrucciones: Marque con una "X" la opción que Ud. Considere la adecuada para cada pregunta y que refleje la realidad de la empresa.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSIÓN I: RECURSOS TANGIBLES	1	2	3	4	5
Cuenta con los recursos materiales necesarios para la producción de los mates.					
La materia prima con la cual desarrolla su producto es de óptimas condiciones.					
La entrega de materia prima a su instalación de trabajo es de forma oportuna y planificado.					
El costo de la materia prima que utiliza para la elaboración de su producto es relativamente constante.					
DIMENSIÓN II: TECNOLOGÍA					
En los últimos años renovó sus equipos y maquinarias para el desarrollo de sus productos.					
Tiene acceso a nuevas tecnologías de producción de los mates burilados.					
La tecnología que utiliza para el desarrollo de sus productos es la óptima.					
Cuenta con un plan de renovación de quipos y maquinarias.					
DIMENSIÓN III: CALIDAD					
El producto que usted de desarrolla pasan por un sistema de calidad.					
Los productos que desarrolla tienen en los estándares y especificaciones técnicas.					
Usted cuenta con un cuestionario de satisfacción en sus clientes.					
El proceso que usted desarrolla en la producción de mates burilados es estandarizados.					
DIMENSIÓN III: PRECIO					
El precio de sus productos es el acorde al mercado.					
Los costos de materia prima en condiciones fluctuantes se mantienen de forma estable.					
El costo de mano de obra es constante y relativo					
El precio al consumidor final tiene ofertas o descuentos.					

Emprendimiento

Estimado colaborador, se le hace presente el siguiente cuestionario que es parte de la investigación realizada los productores de mates burilados distrito de cochabambas Huancayo , el objetivo de la investigación es; Identificar si existe relación entre relaciona los factores de competitividad con la en emprendimiento . Se le solicita total sinceridad y mucha atención para contestar los siguientes enunciados.

Instrucciones: Marque con una "X" la opción que Ud. Considere la adecuada para cada pregunta y que refleje la realidad de la empresa.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

DIMENSIÓN I: INDIVIDUO	1	2	3	4	5
Le motiva desarrollar nuevas ideas de negocio.					
Cree usted que alcanzo en sueño que deseaba.					
Ante las adversidades usted desarrolla su actitud de perseverancia.					
Cuando un proyecto no le sale lo intenta más veces de lo debido.					
DIMENSIÓN II: ENTORNO					
Cuando identifica una oportunidad de negocio lo realiza.					
Usted se capacita constantemente en temas referidos a gestión.					
Tiene acceso a financiamiento por parte de la banca privada.					
Siente que el estado le brinda las capacitaciones necesarias para el desarrollo de su producto.					
DIMENSIÓN III: PROCESO					
Cuenta con alianzas estratégicas con sus proveedores.					
Cuenta con capacitación técnica para el desarrollo de sus productos.					
Tiene definido de forma clara su proceso productivo.					
El desarrolla alianzas con su competencia.					
DIMENSIÓN III: ORGANIZACION					
Cuenta con objetivos y metas definidas.					
Cuenta con una visión y misión clara.					
Tiene de forma oportuna un desarrollo de estructura en su organización.					
Cuenta con documentos de gestión para el buen desempeño la asociación de artesanos de mates burilados -cochas – Huancayo.					

Se le agradece por su colaboración.

Anexo C. Validación de Instrumentos

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Experto Validador	Cargo o Institución donde labora	Grado o Título del Experto Validador	Autor/es del Instrumento
ADOLFO ANTONIO SIMEÓN CARHUAVILA	DOCENTE UAP	MAGISTER	ANTONIO SANTOS SIMEÓN MUÑOZ

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"COMPETITIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO EN LOS PRODUCTORES ARTESANAZES DE MATES BURILADOS EN EL DISTRITO DE COCHAS - AÑO 2020"

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente				Regular				Bueno				Muy Bueno				Excelente			
		%				%				%				%				%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.																			90	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables.																			85	
3. ACTUALIDAD	Es tema de estos tiempos.																			90	
4. ORGANIZACIÓN	Existe un orden lógico.																			90	
5. SUFICIENCIA	Comprende la plenitud investigada.																			90	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema																			85	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos																			90	
8. COHERENCIA	Relaciona variables, dimensiones e indicadores.																			90	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																			85	
TOTAL PARCIAL																				255	450
TOTAL																					705

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

$$PV = \frac{705}{9} = 78.33$$

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

APLICABLE PARA EL INSTRUMENTO DE COMPETITIVIDAD

Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del Experto Validador	N° Teléfono
19-FEB-2020	41659376		938660008

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPINIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombre del Experto Validador	Cargo o Institución donde labora	Grado o Título del Experto Validador	Autor/es del Instrumento
Riese Lizárraga Antonio Oscar	DOCENTE URLA	MAGISTER	Antonio Santos Simeon Nuñez

II. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Competitividad y Emprendimiento En los productores Artesanales De mates Burlados En El Distrito de Cochas - HYD 2020"

III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente %				Regular %				Bueno %				Muy Bueno %				Excelente %				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.																				90	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables.																				90	
3. ACTUALIDAD	Es tema de estos tiempos.																					95
4. ORGANIZACIÓN	Existe un orden lógico.																					95
5. SUFICIENCIA	Comprende la plenitud investigada.																					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar el tema																					95
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico científicos																					95
8. COHERENCIA	Relaciona variables, dimensiones e indicadores.																					90
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.																					90
TOTAL PARCIAL																						450
TOTAL																						830

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN (PV):

$$PV = \frac{830}{9} = 92.22$$

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

..... A plicable para el instrumento de competitividad

Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del Experto Validador	N° Teléfono
HYD 21-02-20	19991434	<i>[Firma]</i>	981229222

Anexo D. Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

α - Alfa de Cronbach

K - Número de ítems

V_i - Varianza de cada ítem

V_t - varianza del total

α	Interpretación
> 0,9	excelente
> 0,8	bueno
> 0,7	aceptable
> 0,6	cuestionable
> 0,5	malo
$\leq 0,5$	inaceptable

Cuestionario de competitividad: $\alpha = 0.946$

Cuestionario de emprendimiento: $\alpha = 0.936$

Anexo E. Datos tomados del SPSS v. 25

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	
1	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
2	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
3	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	5.00
4	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00
5	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00
6	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00
7	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
8	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00
9	1.00	2.00	1.00	2.00	3.00	3.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00
10	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00
11	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	1.00	2.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
12	5.00	5.00	5.00	1.00	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	1.00	2.00	1.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00
13	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
14	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	2.00	4.00	4.00
15	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	2.00
16	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00
17	4.00	4.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00
18	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	2.00	3.00	2.00	3.00	5.00	1.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	4.00	4.00
19	4.00	3.00	5.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	3.00	5.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	4.00	5.00	5.00
20	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
21	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00
22	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	2.00	1.00	2.00	1.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00
23	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	1.00	2.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00
24	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00
25	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	4.00	2.00	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	1.00	5.00	5.00
26	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
27	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	2.00	4.00	4.00
28	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00
29	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00
30	2.00	2.00	2.00	3.00	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	1.00	2.00	3.00	4.00
31	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	2.00	3.00	3.00	3.00	1.00	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
32	4.00	3.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00
33	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00
34	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00
35	4.00	4.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	4.00	2.00	2.00
36	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	1.00	2.00	2.00
37	1.00	4.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	2.00	3.00	3.00
38	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	4.00	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	
37	1.00	4.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	2.00	3.00	3.00
38	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	3.00	3.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	2.00	4.00	5.00	1.00	2.00	3.00	5.00	5.00	5.00
39	4.00	4.00	1.00	1.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	2.00	4.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
40	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00
41	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	2.00	4.00	1.00	4.00	5.00	1.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00
42	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	1.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	1.00	2.00	2.00
43	5.00	5.00	5.00	3.00	2.00	1.00	3.00	1.00	4.00	4.00	1.00	1.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	2.00	2.00
44	4.00	1.00	1.00	1.00	2.00	4.00	2.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00
45	4.00	5.00	1.00	4.00	4.00	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00
46	1.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	3.00	3.00	1.00	2.00	3.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00
47	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	1.00	2.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
48	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	1.00	1.00
49	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	1.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
50	5.00	2.00	4.00	4.00	4.00	1.00	1.00	5.00	4.00	2.00	2.00	5.00	4.00	4.00	1.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	1.00	5.00	5.00
51	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00
52	4.00	4.00	4.00	2.00</																			

Anexo F. Tomas fotográficas de recolección de datos

Mates
burilados
diseñado
por
productores
artesanales
del distrito
de cochas



Entrevista
de
cuestionario
a
productores
artesanales
del distrito
de cochas



Entrevista de cuestionario a productores artesanales del distrito de cochas.



Ingreso al centro artesanal de mates burilados del distrito de cochas.

