

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del  
sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020**

**Tesis para optar el grado académico de maestro en Ciencias Económicas con  
mención en Gestión Empresarial**

**AUTOR:**

**Juan Carlos Ludeña Cárdenas**

**ASESOR**

**C.P.C.C.MBA. Silvestre Quintana Pumachoque**

**Tarapoto – Perú**

**2022**



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**

**ECONÓMICAS**



**Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tesis para optar el grado académico de maestro en ciencias económicas con mención en Gestión Empresarial**

**AUTOR:**

Juan Carlos Ludeña Cárdenas

**ASESOR:**

C.P.C.C.MBA. Silvestre Quintana Pumachoque

**Tarapoto - Perú**

**2022**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del  
sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tesis para optar el grado académico de maestro en ciencias económicas con  
mención en Gestión Empresarial**

**AUTOR:**

Juan Carlos Ludeña Cárdenas

**ASESOR:**

C.P.C.C.MBA. Silvestre Quintana Pumachoque

**Tarapoto - Perú**

**2022**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**AUTOR:**

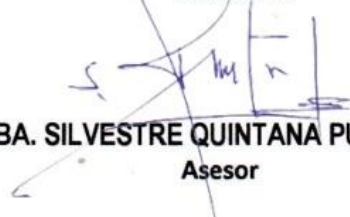
Juan Carlos Ludeña Cárdenas

Sustentado y aprobado el 15 de Setiembre de 2022, por los siguientes jurados

  
**DRA. ROSSANA HERMINIA HIDALGO POZZI**  
Presidente

  
**DR. ALBERTO ALVA ARÉVALO**  
Miembro

  
**MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI**  
Secretario

  
**MBA. SILVESTRE QUINTANA PUMACHOQUE**  
Asesor



## Escuela de Posgrado

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Los Miembros del Jurado que suscriben, reunidos para estudiar y escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Tesis, modo virtual, presentado por:

**Bach. Juan Carlos Ludeña Cárdenas.**

Con el asesoramiento del CPCC. MBA. Silvestre Quintana Pumachoque.

**“COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR JUGUETERÍAS EN LA CIUDAD DE TARAPOTO PERIODO 2020”**

Teniendo en consideración los méritos del referido trabajo, así como los conocimientos demostrados por el sustentante, lo declaramos: APROBADO

-----MUY BUENO-----

Con el calificativo (\*)

--DIECISIETE--(17)--

En consecuencia, queda en condición de ser considerado APTO por el Consejo Universitario y recibir el Grado Académico de Maestro, de conformidad con lo estipulado en el Artículo 30° del Reglamento de Tesis de la Escuela de Posgrado de la UNSM-T.

Tarapoto, 15 de setiembre de 2022.

**DRA. ROSSANA HERMINIA HIDALGO POZZI**  
Presidente

**DR. ALBERTO ALVA ARÉVALO**  
Miembro

**MBA. SEIDY JANICE VELA REÁTEGUI**  
Secretario

**MBA. SILVESTRE QUINTANA PUMACHOQUE**  
Asesor

(\*) De acuerdo con el Artículo 40° del Reglamento General de Ciencia, Tecnología e Innovación (RG - CTI) la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, estas deberán ser calificadas con términos de: BUENO, MUY BUENO, EXCELENTE, también considerar la nota

© Juan Carlos Ludeña Cárdenas 2022

Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS**



**Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tesis para optar el grado académico de maestro en ciencias económicas con mención en Gestión Empresarial**

**El suscrito declara que el presente trabajo de tesis es original, en su contenido y forma.**

---

**Juan Carlos Ludeña Cárdenas**  
**Ejecutor**

---

**MBA. Silvestre Quintana Pumachoque**  
**Asesor**



## Declaratoria de autenticidad

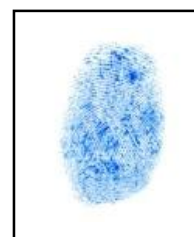
Yo **Juan Carlos Ludeña Cárdenas**, identificado con DNI N.º 01147081, egresado de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Martín, Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Maestría en ciencias económicas con mención en Gestión Empresarial, con la tesis titulada: **“Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.”**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría
2. La redacción se ha realizado respetando las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados ni copiados, por tanto, los resultados que se presenten en la tesis deben considerarse como aporte a la realidad investigada.

De identificarse que el trabajo cuenta con la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar ideas de otros), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 15 de setiembre del 2022.



**Juan Carlos Ludeña Cárdenas**

**DNI: 01147081**

**Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis**

**1. Datos del autor:**

Apellidos y nombres:	LUDENA CATUENAS JUAN CARLOS		
Doctorado / Maestría / Segunda Especialidad:	MAESTRIA	Teléfono:	941902549
Correo electrónico:	juan3277@hotmail.com	DNI:	01147081

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

**2. Datos Académicos**

Facultad de:	CIBUENAS ECONÓMICAS
Programa de:	MAESTRIA EN CIENCIAS ECONÓMICAS CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**3. Tipo de trabajo de investigación**

Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de investigación	<input type="checkbox"/>
Trabajo de suficiencia profesional	<input type="checkbox"/>		

**4. Datos del Trabajo de investigación**

Título:	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS Y COMPETITIVO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR SUBGUERNAMINISTRIAL EN LA CIUDAD DE TUMAYO 20 AÑO 2020
Año de publicación:	

**5. Tipo de Acceso al documento**

Acceso público *	<input checked="" type="checkbox"/>	Embargo	<input type="checkbox"/>
Acceso restringido **	<input type="checkbox"/>		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:


**6. Originalidad del archivo digital.**

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de

San Martín, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

#### 7. Otorgamiento de una licencia **CREATIVE COMMONS**

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI “**Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA**”.



Firma y huella del Autor

#### 8. Para ser llenado en el Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto.

Fecha de recepción del documento:

27/09/2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN  
Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología  
e Innovación de Acceso Abierto - UNSM.



Ing. Grecia Vanessa Fachin Ruiz  
Responsable

\***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

\*\* **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

## **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a mis amados padres, ya que, sin su apoyo, no hubiera podido llegar hasta aquí, su amor y su ejemplo han sido mi guía y fortaleza.

**El Autor**

## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de hacer esta maestría, por darme los recursos, la fortaleza y la salud necesaria. A mis amados padres, por su constante inspiración y aliento, a mi amigo Antonio José; y a todas las personas que me apoyaron, para que este proyecto salga a luz.

## Índice general

Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Índice general	ix
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	1
<b>CAPÍTULO I REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>7</b>
1.1. Antecedentes de la investigación	7
1.1.1. Internacionales	7
1.1.2. Nacionales	9
1.2. Bases teóricas	11
1.2.1. Competencias emprendedoras	11
1.2.2. Competitividad	23
1.3. Definición de términos básicos	35
<b>CAPÍTULO II MATERIAL Y MÉTODOS</b>	<b>37</b>
2.1. Tipo y nivel de investigación	37
2.1.1. Tipo de investigación:	37
2.1.2. Nivel de investigación:	37
2.2. Diseño de investigación	37
2.3. Población y muestra	38
2.3.1. Población	38
2.3.2. Muestra	38
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	42
2.6. Materiales y métodos.	43
2.6.1. Materiales.	43
2.6.2. Métodos.	43
<b>CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	<b>45</b>
3.1. Resultados descriptivos	45

3.2. Resultados inferenciales	58
3.3. Discusión	66
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS	81
Anexo N° 01. Matriz de consistencia	82
Anexo N° 02. Operacionalización de variables	88
Anexo N° 03. Instrumento de la variable competencias emprendedoras	90
Anexo N° 04. Instrumento de la variable competitividad	94

## Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la técnica e instrumentos	41
Tabla 2 Estructura del cuestionario competencias emprendedoras	41
Tabla 3 Estructura del cuestionario competitividad	42
Tabla 4 Criterio de decisión del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman	43
Tabla 5 Nivel de frecuencia de la variable competencias emprendedoras	45
Tabla 6 Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedoras	46
Tabla 7 Nivel de frecuencia de la variable competitividad	52
Tabla 8 Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedoras	54
Tabla 9 Prueba de normalidad.	58
Tabla 10 Correlación entre la dimensión espíritu emprendedor y la variable competitividad	59
Tabla 11 Correlación entre la dimensión necesidad de existir y la variable competitividad	59
Tabla 12 Correlación entre la dimensión experiencia técnica y la variable competitividad	60
Tabla 13 Correlación entre la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad	61
Tabla 14 Correlación entre la dimensión trabajo arduo y la variable competitividad	61
Tabla 15 Correlación entre la dimensión capacidad de reponerse y aprender y la variable competitividad	62
Tabla 16 Correlación entre la dimensión capacidad de reponerse y aprender y la variable competitividad	62
Tabla 17 Correlación entre la dimensión credibilidad y la variable competitividad	63
Tabla 18 Correlación entre la dimensión priorizar y la variable competitividad	64
Tabla 19 Correlación entre la dimensión cultura familiar y la variable competitividad	64
Tabla 20 Correlación entre la dimensión profesionalismo y la variable competitividad	65
Tabla 21 Correlación entre la variable competencias emprendedoras y la variable competitividad	65



## Índice de figuras

Figura 1 Nivel de frecuencia de la variable competencias emprendedoras	45
Figura 2 Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedora	49
Figura 3 Nivel de frecuencia de la variable competitividad	54
Figura 4 Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedora	56

## Resumen

El presente estudio titulado “Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.”, tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables en las microempresas de nombrado sector comercial. Este estudio fue de tipo aplicado, se ubicó en un nivel correlacional y operó según un diseño no experimental y transversal. La muestra estuvo constituida por 181 microempresarios y se aplicó el cuestionario como instrumento. Entre sus principales resultados, se encontró que el 55.80% de los microempresarios señaló tener un nivel medio en sus competencias emprendedoras, el 32.04% un nivel alto y el 12.15% un nivel bajo, por otro lado, el 41.44% de los microempresarios señalaron que la competitividad de su negocio se encontraba en un nivel medio; mientras que el 35.91% la calificó como alta y el 22.65%, como baja. En ese sentido, se concluyó que existió una correlación positiva, moderada y significativa entre la variable competencias emprendedoras y la variable competitividad ( $Rho= 0.679$ ,  $p<0.05$ ).

**Palabras claves:** Competencias emprendedoras, competitividad, microempresas, sector juguetería.

## Abstract

The present study entitled "Entrepreneurial competencies and competitiveness of microenterprises in the toy sector in the city of Tarapoto for the year 2020", had the objective of determining the relationship between entrepreneurial competencies and the competitiveness of microenterprises in the toy sector in the city of Tarapoto for the year 2020. This was an applied, correlational study with a non-experimental, cross-sectional design. Among its main results it was found that 55.80% of the microentrepreneurs indicated that they had a medium level of entrepreneurial skills, 32.04% a high level and 12.15% a low level; on the other hand, 41.44% of the microentrepreneurs indicated that the competitiveness of their business was at a medium level, 35.91% at a high level and 22.65% at a low level. Therefore, it was concluded that there was a positive, moderate and significant correlation between the entrepreneurial competence variable and the competitiveness variable with a correlation coefficient of Spearman's Rho with a value of 0.679 and a p-value of less than 0.05.

**Keywords:** Entrepreneurial competencies, competitiveness, microenterprises, toy sector.



## **Introducción**

A una elevación internacional se presenta un constante cambio, en el que se denota un continuo progreso y gran inseguridad económica, y para ello es necesario que cada uno de los empresarios creen un conjunto de capacidades para hacerle frente a las peticiones demandantes en un mercado específico, en otras palabras, los emprendedores tienen que desarrollar aptitudes emprendedoras las cuales le consientan la progresión de un negocio. De igual manera, la competitividad empresarial es una temática relevante para la duración de las compañías en el mercado, en otros términos, conseguir un avance constante a un largo plazo.

Las compañías están ubicándose en cada momento a un nivel mundial de frente a una competencia en alza a nivel internacional, tratándose de una de estas empresas que ha logrado destacar en la venta de juguetes, la empresa LEGO Group, en el cual el avance de esta compañía dedicada a los juguetes se ha dado de manera principal por los progresos en las competitividades y el desarrollo tecnológico. A medida que se dan los avances tecnológicos el sector juguetero ha ido creciendo consiguiendo una mayor cantidad de niveles de competencia, la entrada de equipos tecnológicos ha consentido cobijar las necesidades que se presentan en el mercado y aumentar sus comercializaciones, en el que la compañía LEGO ha conservado un alza de sus comercializaciones para la primera mitad del año 2016, teniendo un estimado del 11% en incremento haciéndola a ella una de las marca más sobresalientes alrededor del mundo (Cano et al., 2018).

Las aptitudes emprendedoras de todos los empresarios que forman parte del sector de juguetes han concedido que en México dicho mercado de estos elementos, juguetes y juego, tradicionales aumenten en 35.7% entre los años 2009-2014, reflejando un esparcimiento anual en una media de 6.3% y el cual simboliza un total de 2432.5 millones de dólares para lo que correspondería al cierre del año 2014. A un nivel internacional, las compañías dedicadas a la venta de juguetes registraron 1950.8 millones de dólares, mientras que para el año 2019 la cifra se ubicó alrededor de los 2,721.8 millones, siendo esto un aporte al incremento del PBI (Hernández, 2015).

En lo referente al nivel nacional, acorde con lo presentando por SASE Consultores e IPAE (Instituto Peruano de Acción Empresarial), los empresarios de las micro y pequeñas

empresas (Mypes) exhiben ciertas aptitudes de emprendimiento las cuales les consienten empezar un negocio, tratándose de la que más destaca la competencia para concretar ventas, aparte del desenvolvimiento señalado; cabe mencionar el deseo o la energía para perfeccionar su idea y trasladarla a la práctica, persistir y someter las problemas, además se encuentra presente la confianza, perseverancia y seguridad, siendo los atributos individuales que evidencian aquellos que se dedican a emprender. Tal perfil competencial favorece la habilidad comunicacional, logrando una interacción empática, cómoda y asertiva con la clientela, al igual que tratarse esto de un factor esencial para aumentar las comercializaciones. Dejando en evidencia que el desenvolvimiento de aptitudes consiente que las Mypes sean competitivas en un mercado que se hace a cada momento más variable y exigente (Rivera et al., 2018).

En el Perú en los últimos años se ha exhibido una baja en la competitividad en distintos sectores, situándose en la posición número 72 para el periodo 2017-2018, mismo lugar que se halló por debajo del obtenido en el 2012. Al nivel de Latinoamérica, la nación se situó en el lugar 6, está impactando perjudicialmente en la economía peruana, comprometiendo principalmente el sector comercial. La situación detallada muestra que las compañías peruanas no son capaces de adaptarse a las exigencias que realiza el mercado, afectando a las comercializaciones de las instituciones principalmente aquellas comercializadoras las cuales no consiguen ajustarse a los requerimientos del mercado sea en los niveles de innovación como en los de tecnología (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018).

En referencia al nivel local, en las microempresas del área de jugueteras correspondientes a la ciudad de Tarapoto, estas efectúan distintos ejercicios con relación a sus operaciones, que se encuentran orientados a exponerse más competitivas en el mercado. Al igual que un gran número de pequeñas empresas exhiben limitaciones cuando van a llevar a cabo el proceso de planeación de sus acciones sea esto a corto, mediano y largo plazo, pues en general hacen proyecciones exclusivamente hacia la generación de ingresos, no obstante, no se da la planificación de adquisición de productos, aparte de la falta en el manejo de inventarios. Los juguetes comprados no se direccionan todo el tiempo a conseguir productos de calidad, puesto que únicamente los empresarios se abastecen de aquellos que son más cotizados, y partiendo de ello las labores de merchandising no consientes promocionar de manera correcta los juguetes comprados, a partir de su lugar, comercialización. Los presentes ambientes de manejo se respaldan en que al tratarse de pequeñas empresas en general están

en la búsqueda de altos niveles de rentabilidad, sin embargo, con poca inversión, ellos igualmente se exhiben en los trabajadores, pues no poseen una correcta formación, por ende, la atención al cliente no tiende a tratarse de la más útil. A partir de esto, las aptitudes que exponga cada uno de los empresarios ha auspiciado la creación de un negocio en el citado rubro, cualidades tales como la propensión a laborar, la experiencia laboral y las destrezas para permanecer en el mercado; siendo características requeridas para consolidar las actividades de emprendimiento, no obstante, además, la extensión a progresar en forma continuada en corto plazo, provoca que las decisiones que lleguen a tomar ellos suelen hallarse basadas en conseguir ingresos en un menor tiempo posible, hallándose afectada tanto su profesionalismo, credibilidad como los factores que permiten conseguir una competitividad más alta de las Mypes. En caso de mantenerse con dicha circunstancia es posible que afecte a la duración en el sector mencionado, el cual se haya cada vez más exigente de cara a los cambios constantes. Debido a ello, en el estudio actual se aspira establecer la correlación en medio de las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.

Dada la problemática anterior, se planteó como problema general: ¿Cuál es la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? De la misma manera, los problemas específicos fueron: i) ¿Cuál es la relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? ii) ¿Cuál es la relación entre la necesidad de existir y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? iii) ¿Cuál es la relación entre la experiencia técnica previa y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? iv) ¿Cuál es la relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? v) ¿Cuál es la relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? vi) ¿Cuál es la relación entre la capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? vii) ¿Cuál es la relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? viii) ¿Cuál es la relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? ix) Cuál es la relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías

en la ciudad de Tarapoto año 2020? x) Cuál es la relación entre la cultura familiar y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020? xi) Cuál es la relación entre el profesionalismo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?

Por otro lado, se formuló como hipótesis general: Existe relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. Y como hipótesis específicas: H1: Existe relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H2: Existe relación entre la necesidad de existir y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H3: Existe relación entre la experiencia técnica previa y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H4: Existe relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H5: Existe relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H6: Existe relación entre la capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H7: Existe relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H8: Existe relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H9: Existe relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H10: Existe relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. H11: Existe relación entre el profesionalismo y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.

Asimismo, el actual estudio tuvo justificación por medio de conveniencia puesto que sirvió para profundizar en las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del rubro comercial sugerido y, de esa forma, identificar las capacidades que tienen que perfeccionar y emplear en su empresa, a efecto de que consigan una posición ventajosa y competitiva en el mercado y aumente la competitividad en contraste con los negocios empresariales rivales. Además, encuentra su justificación en forma social puesto que, brindó un alcance a las microempresas del sector jugueterías, dado que, al saber de la

afinidad entre competencias emprendedoras y competitividad, ellos pudieron tomar las acciones correspondientes con respecto a sus capacidades para construir e instaurar un emprendimiento y la competitividad comercial, conjuntamente, permitió a las compañías decidir convenientemente a propósito de que resalten y persistan en el rubro mercantil.

También tuvo una justificación teórica, porque permitió otorgar un aporte empírico respecto a los fundamentos teóricos abordados por los distintos autores sobre las variables competencias emprendedoras de Satos y Barroso (2011) y competitividad conforme al mapa de competitividad del BID conforme lo expone Buitrago et al (2019), tomados en cuenta para el proceso de la investigación. De igual manera, los datos que se obtuvieron luego de la administración de los instrumentos pudieron generalizarse a otras investigaciones y funcionar de pilar para futuros estudios, dado que se tuvo el conocimiento previo correspondiente. Por otra parte, las hipótesis enunciadas y las recomendaciones sirvieron de sostén para nuevos estudios los cuales exhiban contextos parecidos.

Además de ello, también tuvo justificación práctica ya que pretendió ampliar el conocimiento de un panorama problemático que se trata de la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector empresarial nombrado, y de esta forma evaluó las decisiones a acoger con el propósito de hallar una solución a la problemática identificada. Por último, tuvo una justificación metodológica, puesto que plasmó las definiciones utilizadas para ambas variables competencias emprendedoras y competitividad, aparte, se emplearon instrumentos aprobados que permitieron evaluar las variables, asimismo indicó la manera correcta de generar un análisis de la población participante en el estudio.

Por último, se tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. Y los objetivos específicos fueron: i) Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. ii) Determinar la relación entre la necesidad de existir y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. iii) Determinar la relación entre la experiencia técnica previa y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. iv) Determinar la relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. v) Determinar la relación entre el trabajo



arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. vi) Determinar la relación entre la capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. vii) Determinar la relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. viii) Determinar la relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. ix) Determinar la relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. x) Determinar la relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020. xi) Determinar la relación entre el profesionalismo y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.

# CAPÍTULO I REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

## 1.1. Antecedentes de la investigación

### 1.1.1. Internacionales

De la Garza, Zavala, y López (2016) en su investigación titulada “Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional” (artículo científico). La investigación tuvo como objetivo analizar las competencias del emprendedor para el desarrollo de las pequeñas empresas. En cuanto a los aspectos metodológicos, estuvo enmarcado dentro de las investigaciones cuantitativas, mientras que el nivel del estudio fue explicativo y el diseño fue no experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 140 personas. Para la recolección de la investigación estuvo conformada por la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, los autores concluyeron que, el tomar en consideración las competencias del emprendedor es un factor importante entre la negociación de los empresarios de diferentes culturas y el desempeño de las entidades que están a su cargo, debido que de ello depende la sobrevivencia y el éxito de las pequeñas empresas.

Patiño, Cruz, y Gómez (2016) en su estudio titulado “Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales” (artículo científico). La investigación tuvo como objetivo identificar las competencias de los emprendedores. En cuanto a los aspectos metodológicos, estuvo enmarcado dentro de las investigaciones cuantitativas, mientras que el nivel del estudio fue descriptivo y el diseño fue no experimental – transversal. La muestra estuvo conformada por 61 personas. Para la recolección de la investigación estuvo conformada por la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, los autores concluyeron que, los emprendedores no consideran la innovación dentro de sus emprendimientos, además los empresarios consideran que existe una baja participación en las innovaciones sociales afectando considerablemente a la competitividad de sus emprendimientos.

Pérez y Pizarro (2016) en su estudio titulado “Competitividad en las organizaciones: las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre – Colombia” (artículo científico). La investigación tuvo como propósito realizar una evaluación de los aspectos competitivos de las MiPymes. En cuanto a los aspectos metodológicos,

estuvo enmarcado dentro de las investigaciones cuantitativas, mientras que el nivel del estudio fue descriptivo-correlacional y el método fue inductivo analítico. La muestra estuvo conformada por 142 empresas. Para la recolección de la investigación estuvo conformada por la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, los autores concluyeron que, las empresas no son competitivas, ya que el mercado no es exigente en cuanto a la calidad ni variedad de los productos que ofrece, además el 43.7% de las entidades no tienen estrategias diferenciadoras y solo el 23.2% cuenta con programas de calidad en sus productos, lo cual es muy riesgoso para las entidades.

Ibarra, González, y Demuner (2017) en su estudio titulado “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California” (artículo científico). La investigación tuvo como propósito establecer el nivel de competitividad empresarial de las pymes. En cuanto a los aspectos metodológicos, estuvo enmarcado dentro de las investigaciones cuantitativas, mientras que el nivel del estudio fue descriptivo-correlacional y transversal. La muestra estuvo conformada por 195 empresas. Para la recolección de la investigación estuvo conformada por la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, los autores concluyeron que, las empresas analizadas presentan un nivel de competitividad medio-bajo, mientras que el área de producción y operación tienen una mayor significancia en cuanto a su competitividad.

Ibáñez y Zabala (2018) en su investigación titulada “Competencia Emprendedora: La experiencia de Innovandis” (artículo científico). La investigación tuvo como propósito detallar el perfil de las personas emprendedoras. En cuanto a los aspectos metodológicos, estuvo enmarcado dentro de las investigaciones cuantitativas, mientras que el nivel del estudio fue descriptivo y transversal. La muestra estuvo conformada por 48 personas. Para la recolección de la investigación estuvo conformada por la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, los autores concluyeron que, las personas muestran proactividad para tomar iniciativa para emprender o innovar, brindando valor y generando mayor riqueza a un contexto determinado de forma sostenible, dichas competencias le permiten asegurar permanecer en el mercado y ser más competitivos en un mercado cambiante.

### 1.1.2. Nacionales

Obregón (2017) en su investigación titulada “La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016” (tesis de post grado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz, Perú. El estudio tuvo como propósito establecer la relación entre la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas. Asimismo, los aspectos metodológicos tomados en cuenta fueron de enfoque cuantitativo-básico, mientras que el nivel de estudio fue correlacional, además el diseño es no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 144 directivos y colaboradores de las entidades. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, el autor concluyó que el 54.9% considera que las micro y pequeñas empresas (mypes) a veces demuestran competitividad, además el 74.3% considera que muestra innovación, mientras que el 80.6% a veces mejora la tecnología de la entidad y el 75.7% demuestra agilidad comercial.

García (2017) en su investigación titulada “Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, año 2016” (tesis de post grado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz, Perú. El estudio tuvo como propósito establecer la relación entre la gestión de calidad con el uso del marketing y competitividad en las Mypes. Asimismo, los aspectos metodológicos tomados en cuenta fueron de enfoque correlacional, mientras que el nivel es aplicado, además el diseño es no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 247 Mypes. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, el autor concluyó que, el 97.2% está regularmente de acuerdo con la competitividad, además el 64.4% considera importante la innovación en los procedimientos y el 61.5% esta regularmente de acuerdo con que el capital humano incrementa la competitividad.

Mendizabal (2018) en su investigación titulada “Factores que afectan la competitividad en la empresa Proyectos e Inversiones M.C - Lima – 2018” (tesis de post grado). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú. El estudio tuvo como

propósito detallar los factores que afectan a la competitividad de la entidad. Asimismo, los aspectos metodológicos tomados en cuenta fueron de enfoque cuantitativo, mientras que el nivel es descriptivo, además el diseño es no experimental. La muestra estuvo conformada por 52 trabajadores. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, el autor concluyó que, los factores externos como social, político, económico y ambiental afectan a la competitividad en un 76.92%, mientras que los factores internos como la gestión, productividad, habilidades de los trabajadores afecta a la competitividad en un 82.69%.

Díaz (2016) en su investigación titulada “Estrategias de aprendizaje basado en equipos y su influencia en la competencia emprendedora de los estudiantes, 2015” (tesis de post grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. El estudio tuvo como propósito establecer la influencia de las estrategias de aprendizaje en las competencias emprendedoras. Asimismo, los aspectos metodológicos tomados en cuenta fueron de enfoque cuantitativo, mientras que el nivel explicativo, además el diseño fue cuasiexperimental. La muestra estuvo conformada por 60 estudiantes. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, el autor concluyó que, las estrategias de aprendizaje influyen en las competencias emprendedoras, además existen diferencias significativas en las competencias emprendedoras entre los dos grupos de muestra empleados.

Guillén (2019) en su estudio titulada “La plataforma LMS como estrategia didáctica para el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior San José Oriol de Arequipa, año 2019” (tesis de post grado). Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. El estudio tuvo como propósito analizar la influencia de la interfaz LMS en las competencias emprendedoras de estudiantes. Asimismo, los aspectos metodológicos tomados en cuenta fueron de enfoque cuantitativo, mientras que el nivel cuasi experimental, además el diseño fue experimental. La muestra estuvo conformada por 40 estudiantes. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario. Finalmente, el autor concluyó que, luego de la aplicación de las estrategias didácticas se mejoró las competencias emprendedoras, en donde se evidenció sólidas propuestas de negocios, además se implementaron entornos virtuales, innovación, autoconfianza,

cooperación, decisión e ingenio para el emprendimiento, los cual consiente aumentar su competencia en mercado.

## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.2. Competencias emprendedoras**

#### **1.2.2.1. Definición conceptual.**

La definición de competencia es acorde a la teoría de la cognición como todo tipo de procedimiento de saber, el cual es traducido a un conocimiento con orientación al rendimiento, elucidación y desempeño en diversos ambientes, en el que las aptitudes de los individuos les consiente alcanzar el correcto y exitoso funcionar de sus acciones empresariales. Se tratan de un grupo de acciones las cuales se hallan dirigidos a optimizar a los procesos productores. Por otra parte, le permiten a las personas las competencias emprendedoras desarrollar proyectos innovadores o emprendedores con el que le consienta crear un desarrollo económico (Patiño et al., 2016).

De acuerdo al autor quien indica que la competencia, ayuda con la mejora del desempeño dentro de escenarios comerciales, ya que un emprendedor construye u opera su propio negocio, pero también asumen una gran cantidad de riesgo, donde puede adoptar varias formas, incluido el riesgo económico, profesional, el riesgo emocional o el riesgo de la permanencia de la empresa.

Las competencias emprendedoras son aquellas capacidades para provocar cambios, destrezas y mecanismos activos, también para admitir y dar apoyo a cambios provocado por factores externos, en los cuales se anexa la admisión del cambio reconociendo los compromisos de las labores negativas o positivas, punteando definitivos fines y llevándolos a cabo, igualmente el poseer motivación para alcanzar el éxito. De igual manera, se encuentra afín o con vinculo al conocimiento de las distintas oportunidades con el objetivo en señalar las más correctas para los proyectos propios empresariales (Patiño et al., 2016).

Esto permite fundamentar, que las competencias emprendedoras ayuda con el inicio y volver el desarrollarse un negocio triunfante, concurren una serie de destrezas muy

particulares las cuales un emprendedor generalmente requiere para contar con éxito, para ello, las competencias están conectadas con la energía empresarial y ello puede llegar ser muy gratificante, no obstante al mismo tiempo tiene varios peligros particulares, para aminorar el peligro de pérdidas o fallas financieras, el emprendedor de una empresa le conviene tener un cierto conjunto de habilidades.

Las mismas son comprendidas como las que consiente a los individuos desplegar un plan el cual le provoca una atracción social y desarrollo económico, al mismo tiempo buscan la independencia del individuo y se mueve en vía a la autorrealización del mismo, a modo de ruta para la ejecución de un proyecto transcendental que se enfoque en la producción de distintos bienes y/o servicios los cuales desempeñen con los requerimientos necesarios de la población. Las personas son concebidas a manera de una transformación la cual encamina el proceso reactivo de un sistema productivo específico y el aumento de una acción económica (Sáenz y López, 2015).

Lo anterior ayudó a inferir que, al emplear habilidades para emprender como la comunicación y una enorme capacidad de instrucción, el emprendedor tiene la posibilidad de ejercitar una maniobra comercial sobre la marcha, pero, al ordenar y hacer crecer un negocio, se hace relevante que la distribución y táctica de desarrollo se funden en un sentir y destrezas comerciales sólidas, esto indica que un emprendedor de éxito requiere contar con una táctica sólida para trasladar el negocio que posee de uno en un nivel bueno a un nivel excelente.

Son un conjunto de capacidad de mover en forma correcta destrezas, saberes y maneras requeridas para efectuar distintas acciones con un grado en eficacia y calidad, igualmente consideran los valores los cuales tienen que componer las aptitudes a desarrollar. Por otra parte, se medita que las capacidades emprendedoras se ligan en forma frecuente con las destrezas sociales y psicológicas por arriba de las capacidades preferenciales allegadas a establecer un emprendimiento (Sáenz y López, 2015).

Dentro de las competencias pueden tener habilidades analíticas y de resolución de problemas excepcionales esto se debe a que puede haber muchos aspectos de la

construcción de un negocio que pueden requerir decisiones arduas, hallar respuestas a los impedimentos y emplear el pensar creativo para desplegar planes y tácticas que lo ayudarán a conseguir sus fines comerciales.

Estas competencias de emprendimiento se tratan de una serie de destrezas ligadas con desarrollar en forma exitosa un preciso emprendimiento o negocio, en el que el mismo se encuentre aún con el desenvolvimiento de pequeñas empresas. De la misma forma, estas competencias necesitan de una lista de habilidades para poder emprender un proyecto, tal como las coligadas con el desarrollo de este, además de ser definidas a manera de competencias administrativas. En otro aspecto, estas se tratan de formas profundas como semblantes, estimulaciones, papeles sociales y conocimientos particulares los cuales terminan en la apertura de una compañía (Sopó et al., 2016).

El anterior concepto, permitió verificar que el emprender significa cuidar los aspectos financieros de la organización, por ello, son necesarias las habilidades financieras aprendiendo de un planificador financiero, leyendo guías financieras y utilizando software financiero para ayudarlo a organizar y realizar un seguimiento de los procesos financieros en su negocio.

De igual modo, las competencias empresariales se tratan de una serie de capacidades, destrezas, tácticas y comportamiento los cuales le dan el permiso al emprendedor a que este se conduzca para desplegar una idea y se plasme en la construcción de una compañía y hacer que la misma crezca de manera exitosa. En el que a una competencia empresaria mayor poseída por parte de los dueños empresarios más se va a ver beneficiado el emprendimiento. Los empresarios poseen la capacidad para concebir nociones y convertir las mismas en algo más novedoso y de rasgos positivos en su vida y ambiente, en el que las decisiones organizacionales se extienden mucho más allá del aspecto individual, puesto que se da el proceso interactivo con otros entes (Casimiro et al., 2019).

Por ello, se puede decir que una vez el emprendimiento, los emprendedores deben depender de sus habilidades comerciales para administrar y ejecutar un negocio y el perfeccionamiento de sus pericias de dirección empresarial puede representar



desarrollar su capacidad para llevar a cabo una multiplicidad de actividades y tomar decisiones.

Las competencias se tratan de liderazgos efectivos los cuales son adquiridos por los emprendedores a modo de aptitudes, destrezas, saberes y elemento de personalidad, los cuales le consiente dar resolución a las problemáticas empresariales que se muestren. Los negocios son instituciones organizacionales dirigidas y creada a través de sujetos que cuentan con un conglomerado de destrezas, conocimiento y capacidades para diseñar compañías, que se creen seres emprendedores en la búsqueda de nuevas opciones para un negocio específico. Ellos, los emprendedores, que poseen distintas competencias en general exhiben una más alta innovación, toman riesgos y cuentan con una motivación mucho mayor para el logro de fines (De la Garza et al., 2016).

El autor en cuestión, permitió resaltar que las competencias ayudan con la capacidad de formarse dado que son de las destrezas de más alta relevancia que se deben tener en la vida, y mucho más en el ánimo empresarial, pero si un individuo se encuentra edificando un negocio, se requiere la capacidad de educarse en aras de tener éxito.

Estas competencias emprendedoras se tratan de particulares de las personas tales como destrezas, roles sociales, autopercepción, atributos, estimulación, conocimiento, permitiendo esto el desarrollo o nacimiento de una compañía, así como la supervivencia de la misma, además es una destreza del emprendedor para llevar a cabo un trabajo específico de manera triunfante, que son necesitada empezar un negocio específico distinto a los que se requiere en las compañías de mayor reputación. Por otra parte, igualmente se han determinado en materia de conocimientos y capacidades aplicados en numerosos argumentos de emprendedores (Moya, 2016).

Lo anterior, da permite dar un contexto de un emprendimiento en funcionamiento, donde las competencias ayuden a que el emprendedor sea un excelente administrador y contar con un adecuado sentido comercial y los conocimientos sobre el dinero cruciales, debido a que muchos emprendimientos los cuales, por el resto, son buenos, tienden a fracasar a causa de un deficiente liderazgo, una

dirección inadecuada del efectivo o una mala dirección, contar con una táctica comercial empleada desde el inicio y mantenerse ceñida a la misma es primordial.

### **1.2.2.2.Importancia de las competencias emprendedoras.**

Ante los constantes cambios que afrontan las empresas, es necesario que cuenten con estrategias efectivas que les permita mantenerse operativas en el tiempo. Asimismo, las entidades requieren desarrollar ventajas que les permitan brindar productos y servicios de calidad. Por ello, las competencias emprendedoras implican tomar en cuenta aspectos como políticos, ambientales, sociales y del entorno, en donde se debe de integrar la tecnología con la parte ecológica, con el propósito de mantener un equilibrio de la rentabilidad económica con los objetivos de bienestar social, todo ello basado en el buen empleo de los recursos para incrementar la productividad en las actividades de la entidad (Ramírez y Ampudia, 2018).

La competencia emprendedora es un elemento importante dentro de un contexto organizacional, el cual es cada vez más dinámico y cambia con la tecnología, además facilita la comunicación, mejora la productividad y las cualidades de las entidades. Ello debido a que las entidades van adoptando distintas características y condiciones que influyen de forma directa con las actividades de los integrantes y la manera de percepción de las características que conforman el clima organizacional. Asimismo, para mejorar la competencia emprendedora es necesario que se inicie con el interior de las entidades y conocer los elementos que la determinan, tomando en consideración un correcto clima organizacional, para el óptimo desarrollo de las actividades dentro de un ambiente de trabajo favorable, empleando las habilidades y conocimientos de forma oportuna (Ramírez y Ampudia, 2018).

Las competencias emprendedoras son importantes porque permiten la creación de trabajo a partir de la productividad, competitividad, innovación, transformación de la economía y el capital, además dichas capacidades son un camino al progreso y el éxito. Las competencias emprendedoras son importantes porque permite presentar soluciones concretas, frente a los desafíos sociales y económicos, también están

dispuestos a soportar la volatilidad del mercado, además que permite generar experiencias, conocimientos y habilidades en la creación de un determinado negocio (Casimiro et al., 2019).

### **1.2.2.3. Modelo de las competencias emprendedoras**

Desde la perspectiva de Levy Levoyer (1996) menciona que el diagnóstico de las competencias implica la detección de los medios adecuados para adquirirla, además consideran el desarrollo como un concepto relacionado con las competencias. Por lo tanto, indica que se debe de evaluar 3 tipos de instrumentos clasificados en los signos, la muestra y finalmente, las referencias. El primer instrumento para medir las competencias abarca el test de inteligencia general, test de actitudes, test de personalidad. La segunda categoría define como situaciones específicas que ocurren en un tiempo determinado y son parecidas a las actividades profesionales que desempeña un individuo (Santos y Barroso, 2011).

Por último, se encuentra la categoría que conforma la información de los comportamientos pasados del individuo, lo cual permite describir el comportamiento futuro, en donde se consideran: las competencias cuando no existe el pasado y se adquieren desde el instante en que las personas posee las cualidades necesarias, también se encuentra una competencia existente, la que puede pasar por alto por parte de los superiores y finalmente, todo comportamiento está en relación del propio individuo, por lo que es difícil saber los comportamientos que son descritos por las referencias (Santos y Barroso, 2011).

Estudio de Filión, J y Roy G. (1996) menciona que las competencias son un resumen de las características de los emprendedores, generada por el continuo análisis de estudios, en donde a partir de ello se diseña la siguiente lista de competencias: 1.- confianza en sí mismo, 2.-perseverancia, determinación, compromiso a largo plazo, 3.- energía, 4.-talento, 5.- habilidad para tomar riesgos calculados, 6.- necesidad de realización, 7.- creatividad, 8.- iniciativa, 9.- flexibilidad 10.- responsabilidad, 11.- independencia, 12.- previsión, 13.- dinamismo, 14.- polivalencia, conocimiento de: producto, mercado, equipos, tecnología, 15.- habilidad para tratar con la gente, 16.- adaptación a los momentos críticos, 17.-

orientación hacia la utilidad o ganancia, 18.- optimismo, 19.- internalización, 20.- tolerancia a encarar la ambigüedad y a la incertidumbre, 21.- no conformismo y 22.- liderazgo (Santos y Barroso, 2011).

Otro modelo fue de Palacios (1999) quien diseñó una metodología que ha sido utilizada sistemáticamente por los emprendedores de las entidades por medio de conductas, prácticas y estratégicas, la cual está conformada por el espíritu emprendedor, la necesidad de existir, la experiencia técnica previa, la tolerancia al riesgo, la ardua labor, capacidad de reestablecerse y educarse, sociedad comprensiva, credibilidad, priorizar, cultura familiar y profesionalismo (Santos y Barroso, 2011).

#### **1.2.2.4. Enfoque de las competencias emprendedoras**

El éxito en el procedimiento emprendedor es definido como el desarrollo y creación de una entidad, depende de diversos factores, que se han agrupado en diversos grupos. Se consideran tres elementos que influyen en el proceso emprendedor, individual de cada persona, que hacen referencia a los grupos que interactúan con el emprendedor y social, que son las referidas a un ámbito más amplio que puede dificultar o facilitar el proceso emprendedor. Las competencias del emprendedor se pueden analizar a partir de tres enfoques como de rasgos, comportamientos y mixto (Messina, 2018).

Enfoque de rasgos: identifican las características de personalidad y rasgos. Los resultados de estudios indican que la aplicación de este enfoque presenta ciertos desacuerdos en el perfil emprendedor, por lo cual se considera no suficiente para explicar las competencias emprendedoras (Messina, 2018).

Enfoque de comportamientos: se fundamenta en el procedimiento emprendedor y en las actividades y comportamientos que se efectúan en su transcurso, es decir es lo que el emprendedor debe ser capaz de realizar (Messina, 2018).

Enfoque mixto: está conformado por el enfoque de rasgos y el de comportamientos, los cuales permiten identificar los roles que el emprendedor debe de realizar en las

diferentes fases del proceso de emprendimiento y las competencias que se cataloguen necesarias (Messina, 2018).

### **1.2.2.5. Dimensiones de las competencias emprendedoras**

#### **Espíritu emprendedor.**

Hace referencia a la habilidad y estímulo que posee cada individuo, sea esta en forma independientes en una compañía o institución, en el que cuenta con la destreza de señalar las oportunidades y concebir todo lo que este a su alcance para conseguirlo, aparte cuenta con la capacidad de ejecutar cambios, reaccionar con arranque, maleabilidad y percepción. Los individuos que tienen espíritu emprendedor saben que han de ceder a su control para conseguir un objetivo mucho más relevante (Santos y Barroso, 2011).

Aprovecha oportunidades, es tener en cuenta los momentos ventajosos cuando las mismas hacen acto de presencia, estas que pueden llegar a darse desde las propias nociones, también consiente el conseguir un beneficio y acatar el propósito establecido. Estas oportunidades son factores positivos de la circunstancia en la que surgen y pueden concebir progreso si se administran las correctas estrategias (Arriaga et al, 2017).

Productos que cumplan las expectativas, se tratan de los bienes que contribuyen a compensar los requerimientos de la clientela, puesto que cuentan con las particularidades y la calidad requerida para ofrecer complacencia, para lo que es requerido que se recolecte todos los datos necesarios para conseguir mencionados productos (Vallejo, 2016).

#### **Necesidad de existir.**

Esta dimensión refiere a la necesidad que ostentan los sujetos por aumentar sus negocios o la habilidad de continuar llevando a cabo los esfuerzos requeridos por conservar una actividad específica a flote, en el que poseen la habilidad de sacrificar las primeras ganancias, en aras de un largo plazo. Es una incitación de estos emprendedores por concebir que mencionado emprendimiento se trate de una

oportunidad para concebir desarrollo económico, libertad económica o conservar los ingresos presentes (Santos y Barroso, 2011).

Superar los obstáculos, es que de cara a cualquier tipo de acción a efectuar el emprendedor o empresario supera las dificultades, lo que se debe a que tienen su enfoque puesto en aquello que puede realizar y no en lo que no cuenta con control, igualmente en el momento que debe desempeñarse con cualquier acción persevera de manera particular para que la clientela se halle satisfecha (Marulanda y Morales, 2016).

Invertir en el corto plazo, es la utilización de recursos para aumentar la capacidad que posee un negocio particular en corto plazo con la finalidad de contar con ventajas mucho mayores al largo plazo, aparte busca provocar ganancias mucho más altas en aras de beneficiar al negocio (Barona et al., 2017).

#### **Experiencia técnica previa.**

Con relación a esta dimensión, hace referencia a la serie de conocimiento con relación al negocio, de los procesos y bienes, los mismo representan para el empresario un pilar esencial para conseguir el éxito empresarial. Señala que para que un negocio particular obtenga éxito tiene que permanecer en el período temporal aproximado de mínimo 5 años. En forma general, esta es la capacidad que poseen los empresarios para contar con los saberes preciso sobre el sector del cual forman parte (Santos y Barroso, 2011).

Conocimiento del rubro, refiere a contar con el conocimiento del ejercicio económico el cual abarca al negocio, en el que además se implica la experiencia presentada por los empleados para ejecutar todas las actividades requeridas en aras del funcionamiento efectivo de las actividades comerciales y saber sobre su dinámica, aparte de sus puntos beneficiosos en el mercado (Bernal et al., 2016).

#### **Tolerancia al riesgo.**

Es considerada a esta a manera de la capacidad de los emprendedores para hacerle frente a potenciales peligros, conjuntamente poseen la capacidad de adjudicarse peligros particulares acorde con un estudio sobre los hechos o análisis efectuados

respecto al contexto actual del sector del cual son parte. En forma general, esta se señala como el máximo nivel al cual un empresario se encuentra en disposición de arriesgarse, por encima de ese nivel o restrinja a la entidad puesto que no cuenta con preparación para la consecución de objetivos a un largo plazo (Santos y Barroso, 2011).

Evaluación del riesgo, hace referencia al reconocimiento de riesgos probables los que puedan presentarse al llevar a cabo una diversidad de actividades, específicamente en este caso en el ambiente laboral, mismo que es primordial para el proceso preventivo de posibles pérdidas las cuales aquejen a las operaciones de las compañías (Soler et al., 2018).

Control del riesgo, se trata de la búsqueda de control sobre probables resultados, manejando los peligros que se adjudica, también maneja las circunstancias en las cuales se sienta encantado por las potenciales amenazas que se exhiben en las acciones de la empresa (Soler et al., 2018).

### **Trabajo arduo.**

La dimensión de trabajo duro hace referencia a la motivación de ofrecer un gran número de horas en esfuerzo y trabajo, un sinnúmero de veces sin que estas tengan algún tipo de recompensa inmediata. Siendo aquellas acciones que se llevan a cabo y que exhiben un cierto grado o nivel de dificultad o complicación, para lo que se requiere de un arranque superior, al mismo tiempo para su ejecución el individuo encargado requiere de formación para efectuar todas las actividades en forma eficiente. En definitiva, estas son las exigentes acciones que los empresarios tienen que llevar a cabo para efectuar sus propias acciones (Santos y Barroso, 2011).

Cumplimiento del trabajo, se trata de especificar los ejercicios que tiene un negocio mismo que necesitan realizarse en los plazos especificados, en otras palabras, es la ejecución de los trabajos en forma adecuada y acatando con todos los compromisos laborales en forma oportuna (Ortega et al., 2017).

Trabajo eficiente, hace referencia a la utilización de todos los recursos y tiempo para la ejecución de las acciones o trabajos, en los cuales se pretende satisfacer de la compañía por llevar a cabo y acatar todas sus faenas asignadas (Ortega et al., 2017).

### **Capacidad de reponerse y aprender.**

Esta dimensión es la competencia que poseen las instituciones para ser constantes y contar con la firmeza a fin de que no se conciban derrotados de cara a los problemas, igualmente de obtener un beneficios o ventaja de los fallos que puedan llegar a presentárseles. Se trata de la habilidad del individuo para poder recuperarse de cara a circunstancias no favorables para mantenerse con su compañía o proyecto, en el que ciertas situaciones no conceden el desarrollo como se esperaba que fuera, no obstante, aprende a llevar a cabo su trabajo mejor cada vez provocando mejoría en las condiciones laborales (Santos y Barroso, 2011).

Búsqueda de soluciones, es el proceso de identificar las opciones, en el que se coloca tiempo para hallar la respuesta más correcta de cara al riesgo identificado, de igual manera concede adoptar un grupo de resoluciones las cuales viabilizan el estudio de la situación problemática y superar la misma (García et al., 2016).

Aprender de los obstáculos, es poseer un comportamiento actitudinal positivo frente a los problemas, en el que cada uno de ellos siempre termina dejando algún tipo de enseñanza, por ende, se tiene que asumir con compromiso cada uno de los obstáculos y tener en el enfoque en el alcance de los objetivos y propósitos (García et al., 2016).

### **Sociedad tolerante.**

Esta es considerada a modo de la capacidad de entender al resto de los individuos que se encuentran a su alrededor, de ajustarse a las condiciones laborales y trabajar en grupo. De la misma forma, se considera a la misma a modo de la capacidad de los sujetos por admitir o respetar integralmente al resto de los individuos, así como a sus ideas y creencias personales. A carácter general, es la cabida de las personas por admitir una circunstancia específica, grupos o individuos, misma que ostentan y exhiben valores diferente lo que posee de manera propia (Santos y Barroso, 2011).



Influencia en terceros, es la utilización de tácticas para persuadir a terceros, igualmente asiste a los sujetos para el alcance de sus fines, en el que desenvuelve y mantiene una trama de relaciones de negocios, igualmente se halla relacionado con el soporte al resto para que logren ejecutar sus acciones en la mejor forma posible (Jiménez y Jiménez, 2016).

### **Credibilidad.**

Esta es una cualidad con la cuentan los empresarios y la cual hace referencia a la garantía de brindar bienes y/o servicios de alta calidad, siempre con respeto hacia los clientes, de igual manera enseñar que el personal es respetado, en otros términos, es el entendimiento de las cosas en forma íntegra acorde con la ética y los principios de cada uno de los individuos. De igual forma, se halla integrado por dimensiones tales como el nivel de conocimiento y la confianza, en otro término, es la competencia de ofrecer seguridad. Además, se razona transmitiendo acorde a los factores personales como los correlatos culturales (Santos y Barroso, 2011).

Trabajo en equipo, es la voluntad en modo íntegro llevado a cabo un grupo de individuos para la ejecución de una acción, en el que involucra la coherencia entre un número mayor de empleados para conseguir objetivos particulares, en este cada uno de los participantes tiene que ayudar en el acatamiento de un fragmento de la labor (Ayoví, 2019).

Cumplimiento de promesas, es la responsabilidad de los empresarios y la apreciación de la energía del personal en lo que se refiere a la ejecución de los ejercicios, en otras palabras, se trata de la credibilidad y el acatamiento de los compromisos establecidos en un negocio (Ayoví, 2019).

### **Priorizar.**

La presente dimensión trata de una habilidad perteneciente a los individuos para identificar las preferencias en su labor y acatarlas, misma que se ordena de acuerdo al nivel de relevancia y prioridad. Esta hace referencia a la anteposición de un ejercicio a otro, sea esto en orden o en periodo temporal, por ende, aquellas

actividades que ostenta de prioridad se hallan en los primeros lugares en comparación con otras que no lo hacen (Santos y Barroso, 2011).

Fija metas y objetivos, es la determinación de metas, misma que implican un cierto reto, aparte tienen un enfoque claro sobre lo que busca conseguir a largo por medio de la determinación y ponderación de consecuencias a corto plazo (Fernández, 2017).

Planificación de actividades, es la determinación de las acciones en las cuales se direcciona correctamente todos los recursos a disponibilidad en forma organizada y segmentándola en acciones menores las cuales consientan el acatamiento de faenas mayores (Fernández, 2017).

### **Cultura familiar**

En la actualidad, un gran número de organizaciones son de carácter familiar, mismas que cuentan con éxito gracias a la dirección adecuada que poseen las relaciones familiares, además de ellos han tomado en cuenta la relevancia de la entrada de una administración profesional y la esencialidad de formar a los integrantes familiares para ocupar el puesto en el momento que sea necesario. Esta cultura familiar en la compañía se encuentra conformada por un conjunto de comportamiento y valores que establecen las interacciones familiares en la organización, en el que la cultura se encuentra condicionada por los comportamientos del inventor y los rasgos de la personalidad (Santos y Barroso, 2011).

Actitud empresarial-familiar, es el sitio que ocupa una empresa familiar, en el cual se pronuncia su cultura familiar en la organización, al mismo tiempo razona que son primordiales para un desenvolvimiento y desarrollo económico tanto la familia como el negocio. Por otra parte, el perfil que proyecta la compañía familiar es significativo para distinguirse en el mercado (Rossignoli, 2016).

### **Profesionalismo.**

El profesionalismo es una dimensión que trata de una capacidad poseída por la empresa para desplegar habilidades internas y externas, aparte de utilizar estrategias

requeridas para aseverar el desenvolvimiento y la duración de la organización. Este se halla en todas las ocupaciones, trabajos, actitudes que se llevan a cabo siguiendo las normativas de respeto, efectividad, medida y objetividad en todas y cada una de las acciones que el dueño desempeñe, es decir, se trata de la ética en la labor (Santos y Barroso, 2011).

Ética en el trabajo, refieren a los valores y comportamientos los cuales se consideran para cumplir con una labor específica, basándose a las normativas y reglas, igualmente es la confianza del emprendedor para acabar una ocupación específica. En forma general, refiere al desempeño de las acciones acorde a los preceptos y valores de la entidad (Ríos et al., 2015).

Responsabilidad, es la planeación de los ejercicios en el trabajo, aparte del rastreo decidido de los procedimientos presentados, de igual forma incluye estar pendiente en los procedimientos empresariales para la toma de decisiones (Ríos et al., 2015).

### **1.2.3. Competitividad**

#### **1.2.3.1. Concepto de competitividad**

Es analizada desde la visión interna de una organización, aparte de su capacidad en gestión, usando a manera de referencia la apreciación de los provisos, inversores, trabajadores, clientela y competencia. También, esta es un rasgo particular interior de una organización, que tiene un valor compuesto por distintos factores y se encuentra afín con la capacidad que posee el empresario y la gerencia para direccionar, en otras palabras, para formar parte en todos los semblantes de la empresa desde el ambiental hasta el estratégico, sin dejar a un lado el tecnológico, comercial, de producción y financiero. Por otra parte, es considerada como la búsqueda constante de perfeccionar el rendimiento de todos los espacios que integran a una empresa (Buitrago et al, 2019).

Lo anterior ayuda a verificar la relevancia de este elemento en aras de promover la persistencia, la progresión y la comercialización de las compañías la vuelve en un mecanismo importante del crecimiento económico. Por esta razón, es necesario que

se comprender la competitividad de las empresas y cómo se puede mejorar con el tiempo.

Este es una noción multidimensional dado que comprende diferentes elementos cualitativo y cuantitativo junto con niveles los cuales integran parte en su valor, además está compuesto por diversas visiones de análisis para la medición de sí misma. Acorde con Porter (2017) es uno de los impulsos más significativos de la sociedad en distintos espacios de la voluntad humana, y a causa de los contextos del mercado, un gran número de compañías deben de estar en contante competencia para sumar valor, lo que no es más que una capacidad de satisfacer los requerimientos de los clientes principales, aparte de ello se asientan de una habilidad para ofrecer un valor superior. En las empresas esta es la capacidad que tienen para ofrendar un bien o servicio determinado y aumentar su intervención en el mercado sin inquietar sus propias ganancias, al igual que es considerada a modo de una habilidad que tienen los negocios para competir en un mercado particular (Melo et al, 2020).

Lo observado demuestra que para la competitividad es necesario esbozar, producir y comerciar un ofrecimiento el cual compense en forma completa, insuperable y de manera continua los requerimientos de cada sector de mercado particulares, todo ello al momento en el que se vinculan y extraen recursos del ambiente institucional, y conseguir así un regreso sostenible de estos recursos.

Se trata de un fenómeno multidimensional el cual incluye diferentes semblantes de distinta naturaleza, para la evaluación del mismo tiene en sí variables cuantitativas y cualitativas. De forma particular, en un nivel de entidad, esta competitividad se encuentra relacionada con factores como lo son la calidad de bienes, la innovación de tecnología, envíos, intervención de mercado, valor agregado, coste, productividad, rentabilidad, entre otros. De igual manera, ella puede medida a través de elementos como el coste laboral, producción y cuotas del mercado. En el que las dificultades se vinculan con la distribución comercial y acrecientan su cuota de mercado y, debido a ello, sus efectos económicos ventajosos (Ramírez y Pérez, 2018).

Con lo anterior, da la capacidad de manifestar que es necesario que los empresarios u emprendedores realicen una acción en compañías las cuales buscan lograr los beneficios que otros desean alcanzar conjuntamente y en iguales circunstancias, ya que la naturaleza se asienta en sobresalir entre los competidores mismos que maniobran en el mismo mercado.

Es considerada a modo de la capacidad de las empresas para comercializar sus bienes y/o servicios, además de aumentar su intervención en un sector específico sin requerir inquietar las utilidades. Del mismo modo, se consigue al momento que las compañías crean valor e instauran destrezas con éxito para conseguir ventaja por sobre sus competidores principales. A modo general, es una capacidad poseída por las empresas que le consienta el contar con un rendimiento mucho más elevado que el que puedan poseer sus competidores, esto gracias a la elaboración de productos que poseen un valor agregado. Entendiéndola como una capacidad de la organización de conservar aptitudes y ventajas las cuales le consienten mantener y optimizar un correcto puesto en un ambiente comercial (Molina y Sánchez, 2016).

El autor permite inferir que la competencia en los mercados es una delineación muy minuciosa de una compañía y quien es su competidor para un mercado de clientela determinada. Ahora, en función de los rasgos del mercado, las expectativas del cliente afines con las cualidades de los productos y servicios, tales como el costo, la cuantía, calidad, el tiempo de entrega, funcionalidad, esbozo y empaque tienen la posibilidad de alterar de forma considerable.

Es entendida a manera de una ventaja competitiva las cuales muestran las empresas a través de sus métodos organizativos y productivos, manifestados en el atributo ostentado por el producto final y en el costo en correspondencia con competidores específicos de un mercado. Del mismo modo, es considerada como la posibilidad de que una empresa consiga y mantenga los niveles competitivos que posee orientados en las distintas actitudes que desenvuelve internamente en un área específica al cual forma parte. Misma que es conseguida mediante la capacidad previa de reaccionar a las necesidades de cada uno de los mercados, es un factor clave de triunfo y la forma de ajustarse a la solicitud (Ibarra et al., 2017).

Lo anterior, ha permitido demostrar que la competitividad ayuda con la potencialización de los procedimientos diarios de una entidad, además, las circunstancias externas y empresariales deben ser analizadas debido a que, dependiendo de la empresa, estas pueden ejercer una competencia voluble (ya sea tanto positiva como negativa) aun cuando se encuentren dentro de un mismo mercado o condiciones externas.

Es un utensilio clave y una dimensión significativa perteneciente a la vida económica, procede del vocablo "competir" y representa "buscar juntos", de esa forma provoca el nivel de anhelos humanos, permitiendo conseguir los más elevados resultados, aparte de tratarse del motor de la invención tecnológica y el incremento de productividad. Se precisa a manera de un ejercicio de sujetos los cuales buscan conseguir los beneficios los cuales desean lograr durante el mismo periodo y en iguales circunstancias. Su particularidad se fundamenta en el proceso eliminativo de aquellos competidores los cuales trabajan en los mismos negocios y se hacen con su clientela. En los mercados particulares puede hacer referencia a uno de entre los cuatro modelos fundamentales: competencia perfecta, competencia oligopólica, competencia monopolística, monopolio puro (Zelga, 2017).

El autor, contempla que la competencia no puede llegarse a comprender de manera plena si no llega a entender las actividades y la dirección de la empresa, debido a la gran cantidad de campos interdisciplinarios de estrategia, operaciones y economía, pero medir la competencia de las compañías y la valoración semejante con otros organismos, asienten establecer como una compañía se halla en su rubro en la actualidad.

### **1.2.3.2.Importancia de la competitividad.**

La importancia que presentan las entidades a nivel internacional y su problemática para mantenerse y competir en un entorno cada vez más exigente, se presenta la necesidad de efectuar un análisis de los elementos que determinan la competitividad en las empresas. Asimismo, la competitividad es un elemento relevante dentro de las empresas ya que permite desarrollar aspectos como la creatividad, innovación e ideas para el crecimiento de las mismas. Por otro lado, la competitividad es

importante porque permite la administración adecuada de los recursos, además eleva la productividad y está a la expectativa de las necesidades del mercado (Molina y Sánchez, 2016).

### **1.2.3.3. Modelos de competitividad.**

La competitividad es examinada mediante un análisis empresarial contemplando aspectos como los sistemas informáticos, administración ambiental, comercio, efectividad, aprovisionamiento, planeamiento estratégico y producción, aplicando el mapa de conectividad desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el cual es una herramienta de diagnóstico que se aplica a las entidades para conocer su estado inicial frente a la competitividad, detallando las áreas que tienen fortalezas y las que presentan debilidades, con la finalidad de implementar planes de acción que direccionen las acciones para mejorar la competitividad (Buitrago et al, 2019).

Una de las ventajas del mapa de competitividad, es que es una representación gráfica de las características y rasgos de la competitividad, la cual está conformada por la planeación estratégica, la producción y aprovisionamiento, además del aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, gestión humana, gestión ambiental y sistemas de información (Buitrago et al, 2019).

Otro de los modelos es el desarrollado por Quiroga (2003) quien desarrollo un modelo matemático para la competitividad de las empresas, en donde toma en consideración a aspectos internos como las productivas, administrativas, tecnológicas y humanas, además considera los niveles de competitividad y productividad, para su implementación emplea el modelo Ishikawa, que permite la realización de un análisis de causa y efecto para identificar la problemática, realizando una evaluación de once elementos en ochenta y seis categorías que pretenden medir la competitividad y la productividad, para lo cual se emplea la metodología de análisis cuantitativo y cualitativo (Buitrago et al, 2019).

La competitividad en las empresas ha sido abordada por diversos autores como Juliá et al (2012) constituida por seis factores claves como la internacionalización, innovación, formación, diversificación y orientación al mercado. La competitividad

empresarial es analizada dentro de la literatura académica, en donde Porter menciona sobre las cinco fuerzas competitivas, las cuales se han empleado en diversos estudios aplicados también a empresas comerciales (Lajara y Server, 2017).

#### **1.2.3.4. Factores de la competitividad.**

De conformidad con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en la dinámica empresarial se exponen condiciones que repercuten de manera directa e indirecta a la competitividad, las cuales básicamente se basan en determinados aspectos como la exitosa administración, la integración exitosa de planeación, la capacidad de combinar, la capacidad de agregar cambios en la demanda y el fomento de los programas generados mediante esquemas que beneficien a la integración y asociación entre las entidades (Ibarra et al., 2017).

La exitosa administración de los flujos de producción y de inventarios de componentes y materia prima.

La integración exitosa de planeación de mercado, actividades de desarrollo e investigación, en donde los procedimientos de innovación es uno de los principales elementos de la competitividad y el desarrollo económico.

La habilidad de combinar la innovación con la investigación.

La capacidad de agregar cambios en la demanda y la transformación de los mercados, además de la generación de un contexto específico para las empresas es un elemento fundamental para la prosperidad competitiva, económica y el crecimiento.

Fomento de un proyecto productivo por medio de esquemas que beneficien una mayor asociación e integración entre las entidades. Establecimiento de esquemas que permitan el desarrollo de los distribuidores y proveedores dentro de la cadena de valor.



### **1.2.3.5. Dimensiones de la competitividad según el Mapa de competitividad BID**

#### **Planeación estratégica.**

Es considerada como un utensilio de dirección y voluntad sistemática formal del organismo o empresa para fijar sus fines igual que las actividades y el direccionamiento a llevar a cabo las cuales, mediante la fórmula de planificaciones detalladas en corto, mediano y largo plazo, consiente que se instauren propósitos y estrategias las cuales asistan al desempeño de las finalidades propuestas en un inicio (Melo et al., 2020).

Proceso, por el diseño del proyecto con respecto al fondo emprender, la compañía cuenta con una gran porción del proceso de planeación estratégicas documentada, en el que los aspectos tales como el DAFO, los propósitos y el análisis del área un gran número de veces no se hallan registrados y no cuentan con la asignación de quienes son comprometidos (Montoya, 2008).

Implementación, es un fragmento del plan el cual en general no se halla actualizado ni divulgado, generando que los empleados no presenten un sentido total de pertenencia, ni conozcan los propósitos de la empresa (Montoya, 2008).

#### **Cadena de valor.**

Esta dimensión es la encargada de la venta de bienes y la misma concede que las compañías puedan lograr sus fines mediante la eficiente repartición y uso de recursos, de manera tal que una empresa adquiera una ventaja en cotejo con quienes son sus principales competidores, a través de un proceso comercial flexible el cual este afín con las necesidades que tiene el mercado, también de respuesta a la solicitud de la clientela por acoger un producto de calidad (Melo et al., 2020).

Planificación, el proceso de comercialización tiene que estar planeado de forma adecuada, considerando la calidad, no obstante, a este lugar no se efectúa un estudio sobre el porcentaje de ventas y pueden provocar dificultades en la gestión del inventario (productos culminados) o concebir pérdidas (Montoya, 2008).

Capacidad, es el saber sobre la habilidad de ventas, en el que lo opuesto podría llegar a desatar el incumplir de los pedidos o la comercialización de los productos, de igual manera, guarda relación con el empleo de utensilios adecuados para la ejecución de sus procedimientos en forma eficiente (Montoya, 2008).

Mantenimiento, es el llevar a cabo una programación de mantenimiento de prevención en la mercancía, tal como la limpieza y revisión de posibles daños, en el que la empresa determina programa de mantenimiento provisorio de las mercancías, igualmente diseña un plan metódico de frente a la aparición de problemas. La ejecución de mantenimientos es muy significativa para la evasión de pérdida o detención en el proceso de comercialización (Montoya, 2008).

Investigación y desarrollo, se trata de un programa formal para el estudio de la aparición de productos nuevos coherentes con la predisposición que hay en el mercado, igualmente se encuentra relación con el estudio de nuevos sistemas de tecnología para la industria y la compra o comercialización de los productos (Montoya, 2008).

Aprovisionamiento, se tratan de los discernimientos los cuales se toman en cuenta para la planificación de adquisición de productos, mismo que tiene que ser maleable y eficiente, ello para que de esa manera se compense los requerimientos tanto de la compañía como aquellos de los clientes principales, entre los criterios de este de hallan los aspectos de cancelación, el costo y la calidad (Montoya, 2008).

Manejo de inventarios, es el ordenamiento anticipados de los procesos de negociación con los proveedores, donde se tiene que suministrar un grado inmejorable de las mercancías, aparte se presenta un sistema administrativo y de almacenamiento de mercancías aseverando niveles correctos de movimiento (Montoya, 2008).

Ubicación de infraestructura, es el establecimiento correcto del negocio para la generación de oferta sobre la mercancía, en el que tanto infraestructura como las instalaciones tienen que ser correctas para que puedan exhibirse y ofertarse al público todos los productos (Montoya, 2008).

**Aseguramiento de la calidad.**

Son una serie de acciones necesarias para ofrecer un producto sin ningún tipo de defectos y el cual satisfaga la necesidad de los consumidores. En el cual se le da reconocimiento a la afinidad concurrente en medio de la competitividad y la garantiza sobre la calidad, y además de ello la legitimación de cualquier producto como uno de calidad es un factor que optimiza la seguridad de los clientes, aparte la dirección de calidad es significativa para el alcance el progreso en la compañía, igualmente simboliza una habilidad la cual perfecciona la mercantilización de los productos y queda estrechamente vinculada con la complacencia de estos (Melo et al., 2020).

Aspectos generales, la calidad se trata de un rasgo esencial para la institución, puesto que ello le convierte en competitiva, donde se debe de formar a los empleados para optimizar el proceso administrativo del negocio, además la calidad de la mercancía tiene encontrarse documentada en modo adecuado (Montoya, 2008).

Sistema, este refiere a que la empresa tiene que acatar las reglas de calidad determinadas por el área de la que forman parte, en el que la misma compañía tiene que poseer un sistema claramente determinado para valorar la calidad de sus productos y poder de esa manera tomar las gestiones correctoras de ser preciso (Montoya, 2008).

**Merchandising.**

Esta dimensión refiere a las distintas capacitaciones del negocio para conseguir una conformidad en medio de las características y cualidades del bien, con los requerimientos y expectativas de la clientela, aparte de la marca, la relación con los consumidores, la dirección del mercado, el sitio en un mercado competitivo, integran los recursos que impliquen suscitar beneficio en los competidores de particularidad prolongada a largo plazo (Melo et al., 2020).

Mercado nacional, en la actualidad, el comercio en una dimensión relevante para la compañía, en el que se posee un programa delimitado para que obtenga una posición

competitiva y el comercio de su mercancía, aparte de ello donde se conoce el espacio del mercado en el cual se halla (Montoya, 2008).

Servicios, el personal tiene la capacidad para comprender a los consumidores, también los saberes para lograr satisfacer a los mismos, y además involucra ordenamientos de comercializaciones y documentación de las tácticas utilizadas (Montoya, 2008).

Distribución, refiere a que la empresa posee empleados adecuados para la comercialización de todos sus productos, donde distribuye en forma adecuada sus mercancías en el momento que ellos lo requieren, igualmente cuenta con una unión profesional acorde a las políticas (Montoya, 2008).

### **Contabilidad y finanzas.**

Es aquella que lleva a cabo el reporte para el proceso de tomar decisiones al corto, mediano y largo plazo, igualmente consiente saber de las necesidades de liquidez de la organización y pueden mantener sus operaciones sin ningún tipo de problemática. Del mismo modo, es quien se ocupa de estudiar los actos y resoluciones relacionados con las herramientas económicas necesarias para los ejercicios de las mismas empresas, siendo significativo el entendimiento y la contabilidad del necio para dar solución a sus propias expensas y desempeñarse con sus compromisos, aparte de mantener el acatamiento de sus procesos (Melo et al., 2020).

Monitoreo de costos y contabilidad, es mantener en forma correcta la contabilidad para el proceso de tomar decisiones, siendo la empresa aquella que elabora un reporte mensual con relación a sus cuentas principales. La empresa posee un sistema para contar y mover sus mercancías, igualmente de uno sobre los precios dependiendo de los rasgos de cada producto (Montoya, 2008).

Administración financiera, se trata de la capacidad que tiene el negocio por poseer de un presupuesto de entradas y salidas, igualmente del saber con relación a la rentabilidad, y además se hace un análisis de la utilidad del ente en relación a las inversiones efectuadas (Montoya, 2008).

Normas legales y tributarias, señala que las organizaciones tienen que contar con toda la documentación al día, saber sobre las fechas de pago de sus compromisos tributarios, aparte de la ejecución de sus correspondientes declaraciones en las fechas, igualmente esta tiene que planificar la cancelación de mencionados tributos (Montoya, 2008).

### **Talento humano.**

Integra las políticas de dirección que usa la compañía, las cuales se encargan de promocionar la sugestión de empleados competentes, su motivación y capacitación, misma que llega a la calidad necesitada de la empresa. El proceso de gestión de esta puede tratarse de una táctica empresarial que declara la relevancia de la relación del gerente de la entidad con el personal. De igual forma, involucra conservar una reciprocidad motivada, firme y proveyendo el desenvolvimiento de la institución, donde se considera los expertos convenientes para ofrecer seguridad en la empresa (Melo et al., 2020).

Aspectos generales, representa que la empresa posee un organigrama de los empleados que laboran, aparte contiene la información sobre los procedimientos u ocupaciones que tienen que realizar, todo eso bajo la supervisión de un líder quien garantiza el acatamiento de los estatutos reglamentario en la entidad (Montoya, 2008).

Capacitación y promoción del personal, son los programas inductivos brindando a los trabajadores para que aumente su especialización en su puesto, mismo que desempeña, o puede considerarse igualmente a modo de una orientación de la manera en la cual captar un mayor número de clientes (Montoya, 2008).

Cultura organizacional, es la comunicación entre los empleados, implicando además que los trabajadores se sientan satisfechos e identificados con el ente, conjuntamente a ello señala la labor en equipo que promueve a la persona a mejorar continuamente (Montoya, 2008).

Salud y seguridad, enseña que la compañía tiene que salvaguardar la salud del personal y ofrecerles una construcción adecuada en favor de la prevención de accidentes (Montoya, 2008).

### **Gestión ambiental.**

Son un conglomerado de disposiciones y prácticas estratégicas orientadas a incidir en el medio ambiente y lograr que los productos cumplan con los estándares propuestos; minimizando las problemáticas ambientales. Las empresas poseen el compromiso de sumar acciones para el cuidado del medio ambiente, a causa de ser un requerimiento del mercado y gobierno. Se tratan de un conjunto de prácticas dirigidas a conservar una calidad comprometida de los sujetos, mismo que se trata de un elemento que sirve para aumentar el nivel de eficacia en la entidad empresarial (Melo et al., 2020).

Políticas, son las legislaciones que el negociante tiene que saber al comercializar mercancías que puedan perjudicar la salud del consumidor y medio ambiente, tiene que saber las pautas que señalan los materiales con los cuales tienen que crearse los productos, con el objetivo del cuidado ambiental ofreciendo adecuados productos ofertados (Montoya, 2008).

Estrategia para proteger el medio ambiente, es tomar en cuenta las pautas y mecanismos de regulación para evitar la venta de productos tóxicos los cuales aquejen la salud de los consumidores, y los cuales se encuentren en las políticas determinadas para el cuidado del medioambiente (Montoya, 2008).

Concientización y capacitación, es requerida la documentación de los compromisos que tienen todos y cada uno de los integrantes de la compañía con relación a la gestión adecuada de la mercancía, y además se acaten las reglas fijadas para la preservación de la salud (Montoya, 2008).

Administración del desperdicio, alude a que la institución tiene que manejar la no distribución de mercancías tóxicas las cuales afecten la salud de infantes y el ambiente, aparte de ellos de llevar una administración de la no entrega de bolsas, plástico, entre otros que perjudiquen al medio ambiente (Montoya, 2008).

### **Sistemas de información.**

Proporcionan un cumulo de informaciones a las entidades, que funcionan como apoyo para las funciones de la compañía, también suministra de manera más fácil a cada uno de los empresarios al momento de tomar decisión, que es un elemento significativo a fin de satisfacer los objetivos de competitividad y productividad de las empresas, reflejado en las contribuciones de economía del país. De la misma forma, permite que las asociaciones entren en el uso de los instrumentos innovadores y tecnológicos para la mercantilización de productos, constituyendo un instrumento de asistencia para estimular el posicionamiento comercial (Melo et al., 2020).

Planeación, concierne a basar el funcionamiento empresarial en un oportuno sistema de información, de tal modo que logre un conocimiento minucioso de su inventario y roles en la entidad con la finalidad de garantizar una ejecución efectiva (Montoya, 2008).

Entradas, atañe al conjunto de datos que precisa ser documentado a través del acompañamiento de boletas o facturas, constituyendo un apoyo elemental a fin del desempeño contable; en consecuencia, se aspira a prevenir fallas y acondicionar el ambiente para velar por el regular desarrollo de las funciones (Montoya, 2008).

Procesos, que respecta al almacenamiento organizados de la información relativa a la entidad empresarial; procurando tener copias e indicadores de emergencia frente a situaciones de averías en el sistema eléctrico (Montoya, 2008).

Salidas, hace mención a que los datos empresariales deben ser exactos, útiles y fiables dado que en ellos se fundamentarán las resoluciones y serán empleados en el diseño de los informes que ilustren el panorama actual de la organización con la finalidad de garantizar la ejecución de las tareas programadas (Montoya, 2008).

### **1.3. Definición de términos básicos**

**Aprovisionamiento.** Es la agrupación de tareas que la organización realiza para abastecerse de los materiales vitales cuando necesita realizar los ejercicios de montaje o venta de artículos (Gómez, 2013).

**Almacenamiento.** Grupo de acciones que se completarán para armar adecuadamente los artículos o producto adquiridos desde que fueron recepcionados hasta la parte de distribución, donde se agrupará la mercadería por el espacio asignado (Singh et al., 2018).

**Distribución.** Es la circulación o secuencia de ejercicios que se realizarán para dispersar adecuadamente los artículos o productos obtenidos, donde la mercadería se agrupará por el espacio relegado para cada uno de los productos (Singh et al., 2018).

**Habilidades.** Son las sapiencias y habilidades para realizar asignaciones funcionales. Las habilidades se crean a través de encuentros de vida y trabajo y también se logran a través del aprendizaje continuo (Kapur, 2018).

**Mypes.** Es la unidad compuesta tanto por una persona unitaria o jurídica, estando organizada bajo cualquier tipo de consejo o asociación empresarial, ponderando en la normativa actual (Sánchez, 2014).

**Rentabilidad.** Generalmente son aquellas actividades monetarias donde se activan tanto los recursos humanos, materiales como económicos para obtener resultados beneficiosos (Ccaccya, 2015).



## **CAPÍTULO II MATERIAL Y MÉTODOS**

### **2.1. Tipo y nivel de investigación**

#### **2.1.1. Tipo de investigación:**

El tipo de investigación fue aplicada pues se pretendió identificar la situación de las competencias emprendedoras y la competitividad, una vez luego de su análisis, la información obtenida permitió dar posibles soluciones a los problemas o deficiencias encontradas en el sector jugueterías de Tarapoto. De acuerdo con Ñaupas et al. (2018) la investigación aplicada está orientada en la indagación de respuestas de forma objetiva ante un problema observado, en una determinada situación o contexto, en donde las investigaciones aplicadas tienen como propósito la aplicación de las teorías de cada una de las variables o categorías bajo estudio, es decir busca la aplicación de forma inmediata a cierta realidad

#### **2.1.2. Nivel de investigación:**

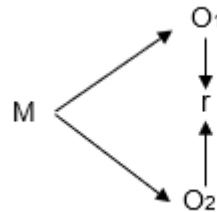
El presente estudio fue correlacional pues se pretendió determinar cómo las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías se encontraban asociadas, esto se realizó de forma estadística, con el uso de coeficientes de correlación. Según Hernández y Mendoza (2018) un estudio correlacional pretende establecer o determinar el nivel o grado de relación que existe entre dos o más variables.

### **2.2. Diseño de investigación**

El diseño fue no experimental, lo que indica que las competencias emprendedoras como la competitividad se analizaron tal y como se desarrollaron en el sector jugueterías de Tarapoto, por lo que no hubo intervención por parte del investigador, para modificar o cambiar situaciones a su favor o en contra del objeto de estudio. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018) el diseño no experimental no se manipula ni alteran los hallazgos que se conseguirán tras el tratamiento de los datos derivados de aplicar los luego de la aplicación de los instrumentos ya que se observan dentro de su entorno, para después analizarlos o interpretarlos.

Por otro lado, la investigación fue de corte transversal, en ese sentido, en la investigación, la recogida de datos se realizó solo durante el año 2020. Según Hernández y Mendoza (2018) el corte transversal se realiza la recolección de la información para cada una de las variables bajo estudio en un solo periodo de tiempo.

Su esquema puede representarse de la siguiente manera:



Dónde:

M = Los microempresarios del sector juguetero de la ciudad de Tarapoto

O1 = Competencias emprendedoras de los microempresarios

O2 = Competitividad de las microempresas del sector juguetero

r = Relación

## 2.3.Población y muestra

### 2.3.1. Población

Según Ñaupas et al. (2018) la población es considerada como el conjunto de todas las unidades de estudio, las cuales presentan las cualidades o características requeridas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación y para tomarse en cuenta. De forma general se indica que la población fue conforma de acuerdo a las cualidades, características y tiempo que integran en un determinado contexto. La población estuvo conformada por 343 microempresarios del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto.

### 2.3.2. Muestra

De acuerdo con Ñaupas et al. (2018) esta es considerada como una porción representativa de la población, pues tiene cualidades y características iguales a las que posee la población, permitiendo que los resultados sean generalizados, asimismo, se fija por medio de los procesos correctos con el objetivo de obtener el número de colaboradores requeridos para el desenvolvimiento del estudio. En aras de hacer el cálculo del tamaño muestral se administró la consecuyente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población

Z = Valor de la distribución de la curva normal estandarizada con un nivel de confianza de 95%, 1,96

p = proporción de la probabilidad de la variable en estudio, 50% (0,50)

q = p - 1

E = Error permisible en el cálculo de la muestra, 5% (0,05)

$$n = \frac{(1.96)^2 (343) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (343 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 181 \text{ microempresarios}$$

En el estudio esta estuvo conformada por 181 microempresarios del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto. Para la determinación de la muestra se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, donde los individuos tuvieron igual probabilidad de ser seleccionados y participar en el estudio.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### Técnicas

La técnica empleada fue la encuesta, que se conceptualiza como un recurso frecuentemente utilizado debido a su versatilidad; posibilitando una recolección de datos objetivos mediante un contacto entablado con los participantes. Según Carrasco (2018) la encuesta se ejecuta fin de recabar información de los participantes a manera oral o escrita, mediante la opinión o testimonio de los encuestados, las cuales parten como fuentes primarias de información

### Instrumentos

El instrumento escogido fue el cuestionario, que se distingue por estar compuesto por enunciados o interrogantes redactados que son fundados en la operacionalización de las variables. Además, son dispuestos bajo la consigna de ser contestados de acuerdo a ciertas alternativas de respuesta (Ñaupas et al., 2018).

Ahora bien, el instrumento utilizado para evaluar las competencias emprendedoras fue del autor Palacios (1999) quien toma en cuenta aspectos como el espíritu emprendedor, necesidad de existir, experiencia técnica previa, tolerancia al riesgo, trabajo arduo, capacidad de reponerse y aprender, sociedad tolerante, credibilidad, priorizar, cultura familiar y profesionalismo del emprendedor. El cuestionario posee una confiabilidad alta al obtener un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.92. Del mismo modo, cabe resaltar que los reactivos se adecuaron al contexto de estudio y que se les asigna puntuaciones según una escala tipo Likert con cinco valoraciones que fluctúan entre “totalmente en desacuerdo” y “totalmente de acuerdo”.

Por otro lado, el cuestionario empleado para medir la competitividad empresarial estuvo construido a partir de lo sostenido por Montoya (2008) en su investigación titulada “Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del fondo emprendedor”, que analizó criterios referidos a la planeación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y sistemas de información. De la misma forma, los reactivos fueron adaptados al contexto de estudio y podían ser calificados considerando una escala tipo Likert con cinco valoraciones que oscilaron entre “totalmente en desacuerdo” y

“totalmente de acuerdo”. Con ello, se presenta una tabla que especifica la técnica que se empleó, los instrumentos que se aplicaron, el alcance que tuvo dicho instrumentos, y quienes fueron las fuentes informantes.

**Tabla 1**

*Operacionalización de la técnica e instrumentos*

<b>Técnica</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Alcances</b>	<b>Fuentes / Informantes</b>
Encuesta	Cuestionario	Se emplearon para medir las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas, en lugar de aplicación fue el sector de jugueterías de la ciudad de Tarapoto.	Microempresarios.

*Fuente.* Elaboración propia.

A continuación, se presenta la estructura que tuvo cada instrumento aplicado:

**Tabla 2**

*Estructura del cuestionario competencias emprendedoras*

<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de respuestas del cuestionario</b>
Espíritu emprendedor	1-5	1= Totalmente en desacuerdo
Necesidad de existir	6-8	2= En desacuerdo
Experiencia técnica previa	9-14	3= Indiferente 4= De acuerdo
Tolerancia al riesgo	15-19	5= Totalmente de acuerdo
Trabajo arduo	20-25	
Capacidad de reponerse y aprender	26-29	
Sociedad tolerante	30-34	

Credibilidad	35-39
Priorizar	40-44
Cultura familiar	45-49
Profesionalismo	50-55

*Fuente.* Cuestionario aplicado

**Tabla 3**

*Estructura del cuestionario competitividad*

Dimensiones	Ítems	Escala de respuestas del cuestionario
Planeación estratégica	1-10	1= Totalmente en desacuerdo
Cadena de valor	11-38	2= En desacuerdo
Aseguramiento de la calidad	39-45	3= Indiferente
Merchandising	46-61	4= De acuerdo
Contabilidad y finanzas	62-73	5= Totalmente de acuerdo
Talento humano	74-87	
Gestión ambiental	88-96	
Sistema de información	97-105	

*Fuente.* Cuestionario aplicado

## 2.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

En primera instancia, se aplicaron los instrumentos a la muestra con el objetivo de conseguir datos necesarios, seguido a ello se empezó con el procesamiento de mencionados datos mediante el uso del programa Microsoft Excel, en el cual toda la data fue categorizada y presentada a través de tablas con sus correspondientes frecuencias, al igual que cuadros de barras, correspondiendo a una técnica estadística descriptiva, mientras que las técnicas inferenciales la información conseguida se procesó en el programa estadístico SPSS, el cual permitió dar contraste a la hipótesis determinado por medio del coeficiente Rho de Spearman, con la prueba de normalidad empleada que se trató del Kolmogorov-Smirnov.

A continuación, se muestran los criterios de decisión de la prueba coeficiente de correlación Rho de Spearman:

**Tabla 4**

*Criterio de decisión del Coeficiente de Correlación Rho de Spearman*

<b>Valor de r</b>	<b>Significado</b>
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a - 0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
+1	Correlación positiva grande y perfecta

*Fuente.* Restrepo y Gonzáles

## 2.6. Materiales y métodos.

### 2.6.1. Materiales.

La presente investigación empleó una serie de materiales y equipos para el desarrollo de la investigación como: lapiceros Faber Castell, corrector Pilot, folder, resaltador Faber Castell, papel bond Atlas, borrador, lápices y regla Artesco, USB Kingston y laptop Lenovo.

### 2.6.2. Métodos.

Respecto al método que se empleó para el presente estudio este fue el hipotético - deductivo, en donde se inició con una hipótesis inferida por medio de datos empíricos y utilizando las reglas de la deducción, se plantearon predicciones que se sometieron a una verificación existente y empírica de los hechos, con la finalidad de comprobar la veracidad o falsedad de las hipótesis planteadas en un inicio (Rodríguez et al., 2017). En la investigación se partió del análisis de las teorías y conceptos referentes a las variables a fin de aterrizar y explicar los supuestos presentados en la teoría aplicada en las Mypes del sector juguetero, a fin de comprobar la asociación teórica mediante el contraste de las hipótesis.

## CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1. Resultados descriptivos

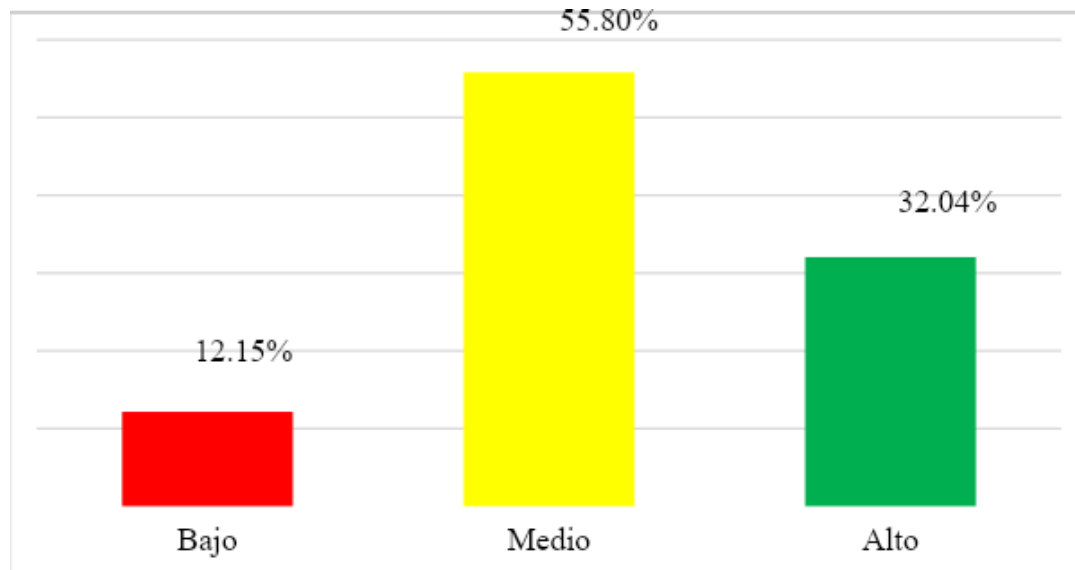
Los resultados descriptivos para la variable competencias emprendedoras y sus dimensiones se muestran a continuación.

**Tabla 5**

*Nivel de frecuencia de la variable competencias emprendedoras*

Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Bajo	55	128	22	12.15%
Medio	129	202	101	55.80%
Alto	203	275	58	32.04%
<b>Total</b>			<b>181</b>	<b>100%</b>

*Fuente.* Elaboración propia



**Figura 1.** Nivel de frecuencia de la variable competencias emprendedoras

*Fuente.* Elaboración propia

Por medio de tabla 5 y figura 1 mostró el nivel de frecuencias que presenta la variable competencias emprendedoras, con ello se pudo observar que, el 55.80% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a sus competencias emprendedoras. Este resultado se pudo



observar debido a que, aún hay empresarios que con frecuencia no tomaron una decisión rápida para realizar una actividad porque no supieron cómo solucionar algunos obstáculos que se les presentó, además, hay algunos de los empresarios que pocas veces pudieron controlar los resultados productos de algún riesgo que se generó, así mismo, muchos de ellos son personas que se mostraron ser adversos al riesgo, es decir, tuvieron temor de realizar algo por la incertidumbre a perder, también hubo microempresarios que con frecuencia no pudieron estar netamente concentrado en sus labores.

Adicionalmente, se observó que aún hay la necesidad de que los microempresarios estén pendientes de sus trabajadores, indicándoles con frecuencia cuáles son sus actividades a realizar, siguiendo con lo mencionado, se observó que un grupo de empresarios con poca frecuencia establecen estrategias para disminuir esa dependencia que tienen sus trabajadores en ellos, así mismo, la red de contactos que tuvieron esos microempresarios con frecuencia no tiende al alza, también se pudo ver que son pocas la veces que los microempresarios escuchan con mucha atención a sus trabajadores cuando ellos les comunican algo, finalmente se pudo identificar que los microempresarios a veces no consideran tan importante la imagen que traslada a sus consumidores finales. También, se pudo determinar que el 32.04% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 12.15% un nivel bajo.

En relación con los resultados descriptivos para las dimensiones que comprenden a la variable competencias emprendedoras se exhibe la siguiente tabla y figura a continuación.

**Tabla 6***Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedoras*

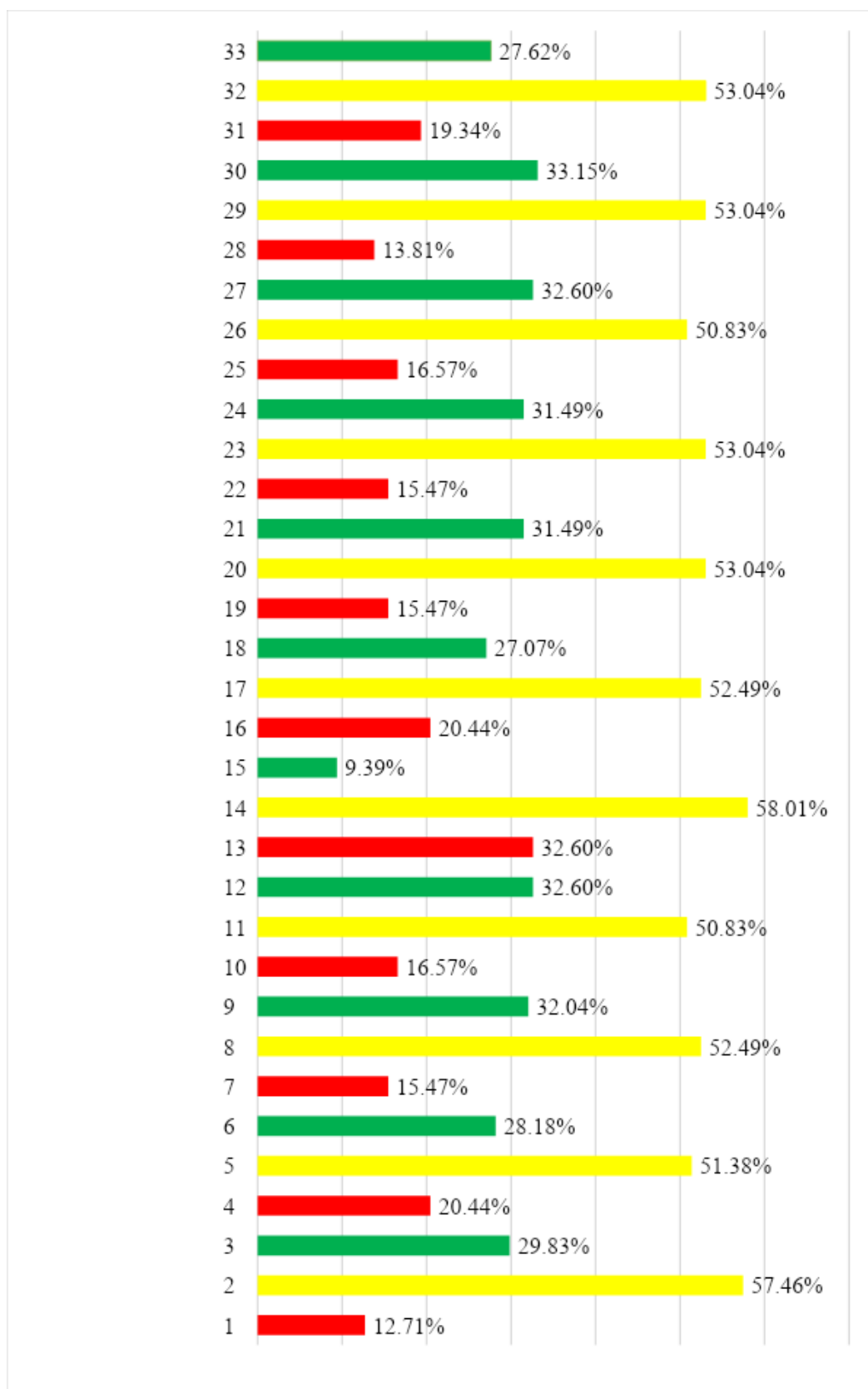
<b>Dimensiones</b>	<b>Niveles</b>	<b>Desde</b>	<b>Hasta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje Válido</b>
<b>Espíritu emprendedor</b>	Bajo	5	11	23	12.71%
	Medio	12	18	104	57.46%
	Alto	19	25	54	29.83%
<b>Necesidad de existir</b>	Bajo	3	7	37	20.44%
	Medio	8	11	93	51.38%
	Alto	12	15	51	28.18%
<b>Experiencia técnica</b>	Bajo	6	14	28	15.47%
	Medio	15	22	95	52.49%
	Alto	23	30	58	32.04%
<b>Tolerancia al riesgo</b>	Bajo	5	11	30	16.57%
	Medio	12	18	92	50.83%
	Alto	19	25	59	32.60%
<b>Trabajo arduo</b>	Bajo	6	14	59	32.60%
	Medio	15	22	105	58.01%
	Alto	23	30	17	9.39%
<b>Capacidad de reponerse y aprender</b>	Bajo	4	9	37	20.44%
	Medio	10	15	95	52.49%
	Alto	16	20	49	27.07%
<b>Sociedad tolerante</b>	Bajo	5	11	28	15.47%
	Medio	12	18	96	53.04%
	Alto	19	25	57	31.49%
<b>Credibilidad</b>	Bajo	5	11	28	15.47%
	Medio	12	18	96	53.04%
	Alto	19	25	57	31.49%

Continua...

**Tabla 6***Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedoras*

<b>Priorizar</b>	Bajo	5	11	30	16.57%
	Medio	12	18	92	50.83%
	Alto	19	25	59	32.60%
<b>Cultura familiar</b>	Bajo	5	11	25	13.81%
	Medio	12	18	96	53.04%
	Alto	19	25	60	33.15%
<b>Profesionalismo</b>	Bajo	6	14	35	19.34%
	Medio	15	22	96	53.04%
	Alto	23	30	50	27.62%

*Fuente.* Elaboración propia



**Figura 2.** Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedora

Fuente. Elaboración propia

A través de la tabla 6 y figura 2 mostró el nivel de frecuencias de las dimensiones en variable competencias emprendedoras, con ello pudo observarse que, en relación a la dimensión espíritu emprendedor, el 57.46% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar debido a que, hubo empresarios que pocas veces trataron de buscar alguna solución mediante la adquisición de productos para mejorar su trabajo, así mismo se observó una frecuente falta de aprovechamiento de oportunidades innovadoras y pocas veces los microempresarios pudieron recaudar una información necesaria en un momento preciso lo que generó toma de decisiones no tan buenas. También, se pudo determinar que el 29.83% señalaron tener nivel alto y 12.71% nivel bajo.

En relación con dimensión necesidad de existir, el 51.38% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar principalmente a que los microempresarios a veces evadieron realizar algún tipo de actividad por no querer afrontar algunos obstáculos, además, se identificó que hubo algunos días en los que la entrega de pedidos a los clientes concluyentes no se dio de forma adecuada. También, se pudo determinar que el 28.18% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel alto y 20.44% un nivel bajo.

Respecto a la dimensión experiencia técnica, el 52.49% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar porque hubo empresarios que mencionaron que aún les falta adquirir más conocimientos para poder mejorar la posición de sus empresas, de la misma manera se observó que, aún hay un grupo de empresarios que dicen tener pocos conocimientos sobre cómo expandir su negocio, así mismo, se observó la poca experiencia para poder dar a los clientes finales juguetes de calidad, finalmente se pudo ver que algunos microempresarios no tienen claro las fortalezas con las que cuenta su negocio. También, se pudo determinar que el 32.04% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel alto y 15.47% un nivel bajo.

Mediante la dimensión tolerancia al riesgo, el 50.83% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel

medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar porque hubo empresarios que señalaron que con poca frecuencia evalúan los resultados que tienen al afrontar un riesgo, así mismo muchos de ellos se consideran personas adversas al riesgo ya que prefieren no invertir cuando observaron un nivel de riesgo un poco alto por lo cual también renunciaron a la rentabilidad que pudieron tener si hubieran decidido invertir y todo hubiera salido bien. También, se pudo determinar que el 32.60% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 16.57% un nivel bajo.

Con respecto a la dimensión trabajo arduo, el 58.01% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar principalmente porque con poca frecuencia los microempresarios se mantuvieron sumamente concentrados en las actividades que realizaron, de la misma manera, se observó que con frecuencia hay una gran dependencia de los trabajadores hacia ellos, esto porque se evidenció que los trabajadores pocas veces realizaron sus funciones sin necesidad que le den una orden. También, se pudo determinar que el 9.39% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 32.60% un nivel bajo.

Para la dimensión capacidad de reponerse y aprender se identificó que, el 52.49% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se debió a que se observó que algunos empresarios con poca frecuencia se toman un tiempo prudente para buscar una solución a un problema, así mismo, se evidenció dificultad para superar algunos obstáculos mediante la aplicación de diferentes métodos que permitan mitigar su efecto en los objetivos de su negocio. También, se pudo determinar que el 27.07% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 20.44% un nivel bajo.

Respecto a la dimensión sociedad tolerante se identificó que, el 53.04% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio debido a que, fueron pocas las veces que los microempresarios aplicaron técnicas para persuadir o influencias en sus trabajadores u otras personas, además se pudo observar que muchos de los empresarios

con el pasar de los años no han incrementado su red de contactos lo que hace que no pueda aprovechar algunas oportunidades. También, se pudo determinar que el 31.49% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 15.47% un nivel bajo.

Mediante la dimensión credibilidad se identificó que, el 53.04% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio porque a veces los microempresarios no se esforzaron como debía ser, además porque con frecuencia se observó que no apoyaron a sus trabajadores y pocas veces fueron empáticos con estos últimos, lo que generó incomodidad en ellos, causando así que el tiempo en finalizar su trabajo sea mayor. También, se pudo determinar que el 31.49% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 15.47% un nivel bajo.

Mediante la dimensión priorizar se identificó que, el 50.83% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio porque se presentaron algunos problemas para fijar metas u objetivos que tengan un significado para las personas que laboran en el negocio, además, se observó un poco de confusión con respecto a la visión del negocio y con frecuencia hubo complicaciones para planificar pequeñas actividades que formaron parte de una gran actividad. También, se pudo determinar que el 32.60% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 16.57% un nivel bajo.

Con respecto a la dimensión cultura familiar se identificó que, el 53.04% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio básicamente porque hubo empresarios que, aun les faltó mejorar la capacidad de escuchar a los demás, así mismo se observó que, los microempresarios de edad avanzada aún no tienen claro si sus negocios se los pasarán a sus familiares. También, se pudo determinar que el 33.15% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 13.81% un nivel bajo.

Finalmente, para la dimensión profesionalismo se identificó que, el 53.04% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio porque los microempresarios tuvieron dificultad para planificar las actividades de sus negocios, además, fueron pocas las veces que se realizaron seguimientos a los resultados obtenidos lo que causó que pocas veces se realicen comparaciones de situaciones actuales con situaciones pasadas, evitando así ver con claridad si hubo una mejora en el negocio, así mismo, hubo empresarios que no confían en sí mismos lo que hace que muchas veces algunas actividades a ejecutar se prolonguen. También, se pudo determinar que el 27.62% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 19.34% un nivel bajo.

De la misma manera, los resultados descriptivos para la variable competitividad y sus dimensiones se muestran a continuación.

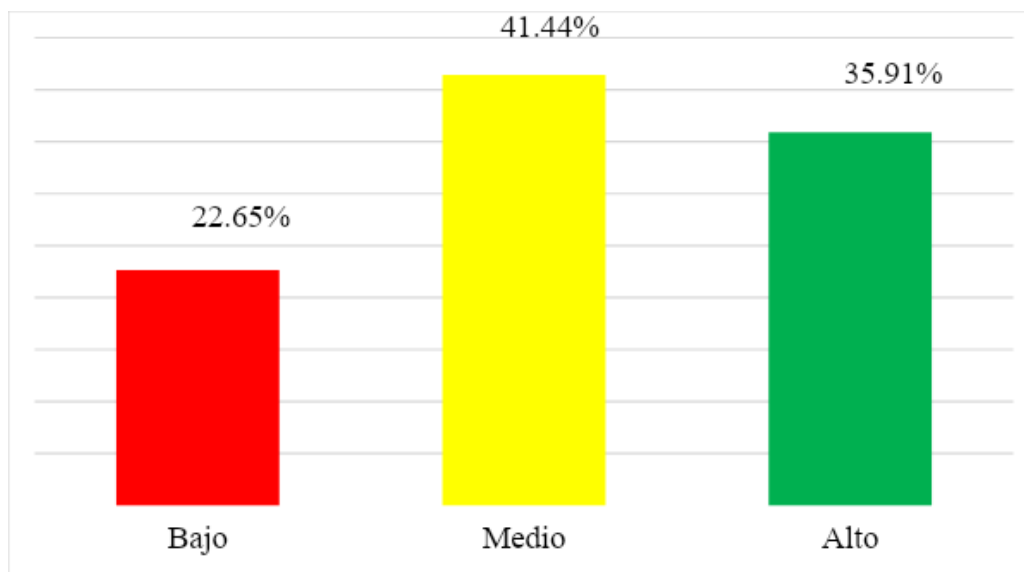
**Tabla 7**

*Nivel de frecuencia de la variable competitividad*

<b>Nivel</b>	<b>Desde</b>	<b>Hasta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Bajo	105	245	41	22.65%
Medio	246	385	75	41.44%
Alto	386	525	65	35.91%
<b>Total</b>			<b>181</b>	<b>100%</b>

*Fuente.* Elaboración propia





**Figura 3.** Nivel de frecuencia de la variable competitividad

Fuente. Elaboración propia

Por medio de tabla 7 y figura 3 mostró un nivel de frecuencias de variable competitividad, con ello se pudo observar que, el 41.44% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel medio con respecto a la competitividad de su negocio Este resultado se pudo observar debido a que, los trabajadores no demostraron estar involucrados para llegar a los objetivos planteados por el negocio, así mismo, se observó que el proceso establecido en el negocio no permite ofrecer un producto de calidad que los consumidores finales demandan, y esto fue generado a que aún falta mejorar la inspección de los juguetes desde la recepción de los insumos para fabricarlos hasta su venta.

Así mismo el débil proceso establecido generó que los costos sean más altos que aquellos que presente la competencia por lo cual el costo de venta del producto no se considera competitivo. Además, se pudo ver que, los trabajadores no siempre dar un servicio adecuado a sus clientes, también, se observó que, no hay un seguimiento de la rentabilidad mensual y los negocios cuentan con señalización de prevención ni un programa para prevenir accidentes, por otro lado, se pudo identificar que, no se estableció metas de calidad, ni hacen uso de la nube de internet para guardar documentos importantes. También, se pudo determinar que el 35.91% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 22.65% un nivel bajo.

En lo que respecta a los resultados descriptivos sobre las dimensiones correspondientes a la variable competitividad son exhibidos mediante la siguiente tabla y figura.

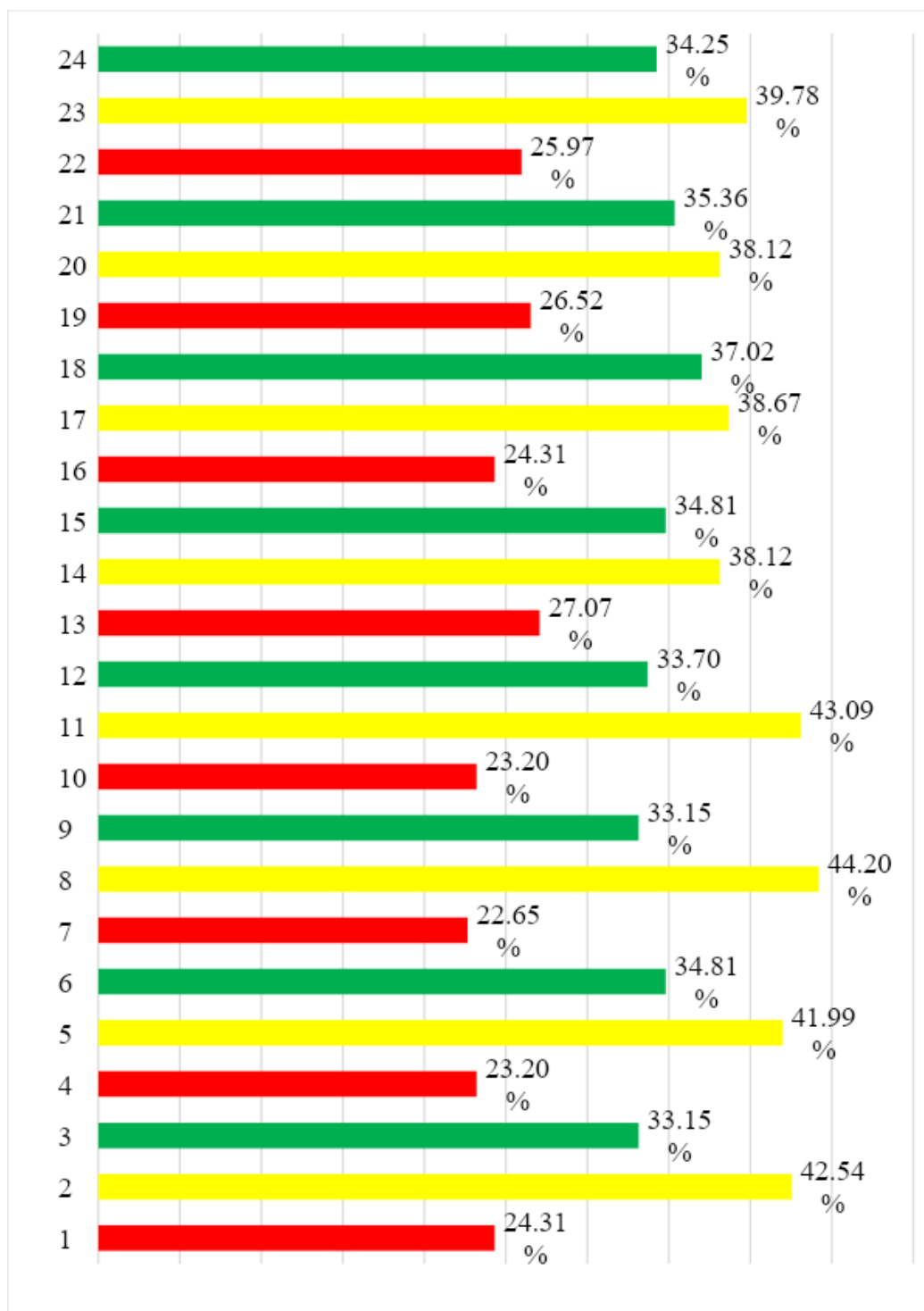
**Tabla 8**

*Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedoras*

<b>Dimensiones</b>	<b>Niveles</b>	<b>Desde</b>	<b>Hasta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje Válido</b>
<b>Planeación estratégica</b>	Bajo	10	23	44	24.31%
	Medio	24	37	77	42.54%
	Alto	38	50	60	33.15%
<b>Cadenas de valor</b>	Bajo	28	65	42	23.20%
	Medio	66	103	76	41.99%
	Alto	104	140	63	34.81%
<b>Aseguramient o de calidad</b>	Bajo	7	16	41	22.65%
	Medio	17	26	80	44.20%
	Alto	27	35	60	33.15%
<b>Merchandisin g</b>	Bajo	16	37	42	23.20%
	Medio	38	59	78	43.09%
	Alto	60	80	61	33.70%
<b>Confiabilidad y finanzas</b>	Bajo	12	28	49	27.07%
	Medio	29	44	69	38.12%
	Alto	45	60	63	34.81%
<b>Talento humano</b>	Bajo	14	32	44	24.31%
	Medio	33	51	70	38.67%
	Alto	52	70	67	37.02%
<b>Gestión ambiental</b>	Bajo	9	21	48	26.52%
	Medio	22	33	69	38.12%
	Alto	34	45	64	35.36%
<b>Sistemas de</b>	Bajo	9	21	47	25.97%
	Medio	22	33	72	39.78%

## información

Alto 34 45 62 34.25%



**Figura 4.** Nivel de frecuencia de las dimensiones de la variable competencias emprendedora

Fuente. Elaboración propia

La tabla 8 y en la figura 4 mostró un nivel de frecuencias de las dimensiones de la variable competitividad, con ello se pudo observar que, en relación a la dimensión planeación estratégica, que el 42.54% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar debido a que, se observó que la empresa no poseía un plan de estrategia de negocios trazada y de conocimiento para el personal, además no se identificó que exista un análisis de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades ni para el negocio ni para el sector donde está operando la empresa, así mismo se observó que los trabajadores no se involucran fielmente para conseguir con los objetivos del negocio. También, se pudo determinar que el 33.15% señalaron tener nivel alto y 24.31% nivel bajo.

En relación a la dimensión cadena de valor, el 41.99% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio porque se pudo observar que, no hay un proceso adecuado de compra de los insumos que usa para fabricar el producto final y eso provocó que muchas veces no se pueda brindar un producto de calidad a las clientelas, así mismo, no hubo una coordinación adecuada con los proveedores durante la negociación de compra, por otro lado, se observó que pocas veces la planeación de las compras que se iban a realizar estaban de acorde a las proyecciones de venta lo que causaba un aumento del inventario, además, se observó que el plan con el que contaba para perfeccionar su lugar en el mercado pocas veces reflejaba la capacidad de responder a la demanda. También, se pudo determinar que el 34.81% señalaron tener nivel alto y 23.20% nivel bajo.

Respecto a la dimensión aseguramiento de calidad, el 44.20% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar porque hubo muy pocas capacitaciones a los administradores, además, no siempre se da una mercancía de calidad a los clientes haciendo que estos últimos no satisfagan sus necesidades completamente, además, la inspección de calidad de cada proceso de producción necesita mejoras. También, se pudo determinar que el 33.15% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel alto y 22.65% un nivel bajo.

Mediante la dimensión merchandising el 43.09% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar porque hubo empresarios que señalaron que no tienen claramente idea sobre la cantidad de empresas con las que compiten en el rubro de jugueterías, además, con frecuencia las actualizaciones de información sobre las últimas novedades de juguetes llegan un poco tarde, así mismo, se observó que algunos meses la empresa no contaba con un catálogo de los productos que vendía. También, se pudo determinar que el 33.70% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener nivel alto y 23.20% nivel bajo.

En lo que se refiere a la dimensión de contabilidad y finanzas, el 38.12% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar principalmente porque el negocio no generaba flujos de caja, lo que hizo que no haya una clara visión sobre los ingresos, las inversiones que se realizó ni sobre la rentabilidad que se obtuvo en un mes determinado ni sobre la rentabilidad que podría obtenerse en los próximos meses. También, se pudo determinar que el 34.81% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 27.07% un nivel bajo.

Para la dimensión talento humano se identificó que, el 38.67% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se pudo observar principalmente porque no hubo un programa de prevención de accidentes, lo que hizo que las actividades, las tareas o las acciones que realizaron los trabajadores sean un inseguras haciendo que estén expuestos a cualquier tipo de accidente. También, se pudo determinar que el 37.02% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 24.31% un nivel bajo.

Respecto a la dimensión gestión ambiental se identificó que, el 38.12% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio debido a que, se identificó que muchos de los negocios no fijaban metas de calidad de sus productos, además, hubo negocios que no renovaron su registro en la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad (DIGESA) lo cual no garantizó que los productos que vendieron sean no

tóxicos. También, se pudo determinar que el 35.36% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 26.52% un nivel bajo.

Finalmente, para la dimensión sistema de información se identificó que, el 39.78% de un total de 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel medio con respecto a ello. Este resultado se dio principalmente porque muchos de los microempresarios señalaron no hacer uso de la nube de internet para guardar documentación importante, lo que genera el riesgo de perder esa información ante cualquier falla de sus computadoras o laptops. También, se pudo determinar que el 34.25% del total de microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto señalaron tener un nivel alto y el 25.97% un nivel bajo.

### 3.2.Resultados inferenciales

Como la muestra estudiada fueron 181 microempresarios del sector juguetería de la ciudad de Tarapoto, es decir una muestra mayor a 50, es por eso que la prueba estadística correspondiente para el contraste de hipótesis, que se usó fue el test de normalidad de Kolmogorov-Smirnov. Los resultados se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 9**

*Prueba de normalidad.*

	Estadístico	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>	
		gl	Sig.
Competencias emprendedoras	.062	181	.090
Espíritu emprendedor	.067	181	.047
Necesidad de existir	.075	181	.014
Experiencia técnica	.082	181	.005
Tolerancia al riesgo	.076	181	.012
Trabajo arduo	.068	181	.043
Capacidad de reponerse y aprender	.080	181	.006
Sociedad tolerante	.073	181	.019
Credibilidad	.053	181	,200*
Priorizar	.084	181	.003
Cultura familiar	.072	181	.025
Profesionalismo	.056	181	,200*
Competitividad	.084	181	.003

Nota. Corrección de significación de Lilliefors

Entonces, en la tabla 9 se puede observar la variable competencias emprendedoras, su dimensión credibilidad y su dimensión profesionalismo siguen una distribución normal, mientras que la variable competitividad y las dimensiones de la variable competencias emprendedoras, como el espíritu emprendedor, la necesidad de existir, la experiencia técnica, la tolerancia al riesgo, el trabajo arduo, la capacidad de reponerse y aprender, la sociedad tolerante, priorizar, la cultura familiar, no siguen una repartición regular, debido a ello se aplicará la prueba de correlación Rho de Spearman para el contraste de hipótesis.

**Objetivo específico 1: Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 10**

*Correlación entre la dimensión espíritu emprendedor y la variable competitividad*

		Competitividad
Espíritu emprendedor	Coefficiente	Rho de Spearman 0.649**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Mediante la tabla 10, se detalla que la dimensión espíritu emprendedor y la variable competitividad poseen un coeficiente correlacional Rho de Spearman con valor de 0.649, ello indica un correspondencia moderada y positiva, asimismo el nivel de significancia al estar ubicado por debajo de 0.05, admite refutar la hipótesis nula, lo cual indica que, la reciprocidad entre dimensión espíritu emprendedor y variable competitividad es de significancia.

**Objetivo específico 2: Determinar la relación entre la necesidad de existir y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 11***Correlación entre la dimensión necesidad de existir y la variable competitividad*

		Competitividad
Necesidad de existir	Coeficiente	Rho de Spearman 0.644**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

A través de tabla 11, se detalla que la dimensión correspondiente a necesidad de existir y la variable competitividad cuentan con un factor de correlación Rho de Spearman ubicando en el valor de 0.644, ello indica una correspondencia es positiva y moderada, al mismo tiempo el nivel en significancia al estar bajo de 0.05, admite impugnar la hipótesis nula, lo cual indica que, la reciprocidad en medio de la dimensión necesidad de existir y la variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 3: Determinar la relación entre la experiencia técnica previa y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 12***Correlación entre la dimensión experiencia técnica y la variable competitividad*

		Competitividad
Experiencia técnica	Coeficiente	Rho de Spearman 0.650**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 12, se puede observar que la dimensión experiencia técnica y la variable competitividad posee un coeficiente correlacional Rho de Spearman con valor de 0.650, ello indica un relación positiva y moderada, aparte el nivel de significancia al ser bajo de 0.05, permite el rechazo hacia la hipótesis nula, lo cual indica que, la relación entre dimensión experiencia técnica y variable competitividad es significativa.



**Objetivo específico 4: Determinar la relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 13**

*Correlación entre la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad*

		Competitividad
Tolerancia al riesgo	Coefficiente	Rho de Spearman 0.701**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 13, se puede detallar que la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad cuentan con un factor de correlación Rho de Spearman cuyo valor es de 0.701, ello indica un correlación positiva y alta, conjuntamente, el nivel en significancia al ser baje de 0.05, permite rechazar la hipótesis nula, lo cual indica que, la reciprocidad entre la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 5: Determinar la relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 14**

*Correlación entre la dimensión trabajo arduo y la variable competitividad*

		Competitividad
Trabajo arduo	Coefficiente	Rho de Spearman 0.682**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

A través de la tabla 14, es posible visualizar que la dimensión trabajo arduo y la variable competitividad poseen un factor de correlación Rho de Spearman cuyo valor se encuentra en 0.682, ello indica un correspondencia positiva y moderada, igualmente, el

nivel de significancia al ser bajo de 0.05, consiente refutar la hipótesis nula, lo cual indica que, la afinidad en medio de dimensión trabajo arduo y variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 6: Determinar la relación entre la capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 15**

*Correlación entre la dimensión capacidad de reponerse y aprender y la variable competitividad*

		Competitividad
Capacidad de reponerse y aprender	Coefficiente	Rho de Spearman 0.646**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 15, se visualiza que la capacidad de reponerse y aprender se relaciona directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.646$ ,  $p<0.05$ ), de tal modo que viabiliza el rechazo de la hipótesis nula, lo cual indica que, mientras se acrecienta la competencia para la resiliencia y el aprendizaje continuo; se promueve el desenvolvimiento competitivo.

**Objetivo específico 7: Determinar la relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 16**

*Correlación entre la dimensión capacidad de reponerse y aprender y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
Sociedad tolerante	Coeficiente	0.659**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 16, se aprecia que la sociedad tolerante se relaciona directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.659$ ,  $p<0.05$ ), habilitando el rechazo de la hipótesis nula, lo cual indica que, mientras surja el fortalecimiento de una sociedad tolerante; se incrementa la competitividad.

**Objetivo específico 8: Determinar la relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 17**

*Correlación entre la dimensión credibilidad y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
Credibilidad	Coeficiente	0.643**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 17, es observable que la dimensión credibilidad y variable competitividad cuentan con un factor de correlación Rho de Spearman que tiene valor de 0.643, ello indica un correlación positiva y moderada, aparte, debido al nivel de significancia al ser bajo de 0.05, consiente rechazar la hipótesis nula, lo cual indica que, la analogía entre dimensión credibilidad y variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 9: Determinar la relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 18**

*Correlación entre la dimensión priorizar y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
	Coeficiente	0.629**
Priorizar	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Conforme a lo presente en la tabla 18, es posible visualizar que la dimensión priorizar y la variable competitividad poseen coeficiente de correlación Rho de Spearman cuya valoración es de 0.629, ello indica un relación positiva y moderada, igualmente, a causa de su nivel de significancia bajo de 0.05, accede a rechazar la hipótesis nula, lo cual indica, la afinidad en medio de la dimensión priorizar y la variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 10: Determinar la relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 19**

*Correlación entre la dimensión cultura familiar y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
	Coeficiente	0.657**
Cultura familiar	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Acorde con lo expuesto por la tabla 19, es visible que la dimensión cultura familiar se asocia directa, moderada y significativamente con la competitividad (Rho=0.657,

$p < 0.05$ ), ofreciendo la posibilidad de rechazar la hipótesis nula, lo cual indica que, la correlación entre dimensión cultura familiar y variable competitividad es significativa.

**Objetivo específico 11: Determinar la relación entre el profesionalismo y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.**

**Tabla 20**

*Correlación entre la dimensión profesionalismo y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
	Coeficiente	0.655**
Profesionalismo	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Acorde con lo expuesto en la tabla 20, es posible detallar que la dimensión profesionalismo y la variable competitividad cuentan con un coeficiente de correlación Rho de Spearman con valor de 0.655, ello indica un correspondencia positiva y moderada, conjuntamente, su nivel en significancia al hallarse en 0.05, permite el rechazo de la hipótesis nula, lo cual señala que mientras aumente el rigor profesional, se favorecerán los niveles de competitividad.

**Objetivo general: Determinar la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020**

**Tabla 21**

*Correlación entre la variable competencias emprendedoras y la variable competitividad*

		Competitividad
		Rho de Spearman
Competencias empreendedoras	Coefficiente	0.679**
	p-valor	0.00
	Muestra	181

Nota. \*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Acorde con lo expuesto en la tabla 21, se observa que la variable competencias emprendedoras y la variable competitividad tienen un factor correlacional Rho de Spearman con valor de 0.679, ello indica un correlación positiva y moderada, además, el nivel de significancia al ser menor a 0.05, permite rechaza la hipótesis nula, lo cual indica que, la correlación entre la variable competencias emprendedoras y la variable competitividad es significativa.

### 3.3.Discusión

Respecto al primer objetivo específico se evidenció una correspondencia positiva, moderada y significativa, en medio de la dimensión espíritu emprendedor y la variable competitividad con Rho de Spearman ubicando en 0.649 y p-valor bajo a 0.05. Mediante eso pudo inferirse que mejorar la toma de decisiones para comprar productos que permitan optimizar los procesos productivos y la labor del personal, así como la mejora en la toma de decisiones para aprovechar oportunidades innovadoras y la mejora de la fluidez de la información en el negocio, hace que mejore su competitividad. Este resultado es similar al estudio de Patiño, Cruz, y Gómez (2016) quienes determinaron que la innovación de los emprendedores tiene un impacto relevante en la competitividad del negocio que están manejando, ambos llegan a los mismos resultados porque independientemente del negocio o la empresa que se esté evaluando la innovación debido a la globalización y la evolución tecnológica es un componente fundamental para hacer que la competitividad de una entidad sea segura. Así mismo en el estudio de García (2017) menciona que la innovación se trata de un componente sumamente sustancial para conseguir mejorar la competitividad de una empresa. En donde, el

espíritu emprendedor refiere a la capacidad que goza un individuo en identificar oportunidades (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es definida como una propiedad interior de una empresa (Buitrago et al, 2019).

Mediante el segundo objetivo específico se halló una reciprocidad positiva, moderada y significativa, en medio de la dimensión necesidad de existir y la variable competitividad ( $Rho=0.644$ ,  $p<0.05$ ). Infiriendo a partir de ello que, el progreso de la actitud de los microempresarios para decidir afrontar una situación complicada, así como el avance del cuidado del personal hacia los consumidores finales hace que la competitividad mejore debido a una mejora en la satisfacción de los consumidores. Este resultado es similar al estudio de Guillén (2019) quien menciona que la mejora de las competencias de los empresarios, mediante, una mejor iniciativa, una mayor creatividad para emprender, una mejor actitud para generar trabajo en equipo hace que la competitividad del negocio aumente en el mercado. Esta similitud entre los resultados pudo generarse debido a que en ambos estudios los trabajadores tuvieron similitudes en las actitudes hacia sus actividades. La necesidad de existir refiere al requerimiento de realizar esfuerzos durante su labor (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es un fenómeno que toma en cuenta diferentes aspectos, entre ellos, la calidad del producto, la innovación tecnológica, entre otros (Ramírez y Pérez, 2018).

A través del tercer objetivo específico se encontró una correlación positiva, moderada y significativa, entre dimensión experiencia técnica y variable competitividad junto a Rho de Spearman ubicando en 0.650 y p-valor por debajo de 0.05. Llegando a inferir debido a esto que, la mejora de conocimientos sobre la aplicación de diferentes estrategias para lograr un mayor posicionamiento de su negocio, así como la mejora conocimientos para dar al cliente final una mercancía de alta calidad y la mejora en la capacidad para señalar las fortalezas con las que cuenta su negocio hace que el negocio mejore su competitividad. El resultado presente difiere un poco con la investigación de Pérez y Pizarro (2016) quienes demostraron que la calidad de un producto no es un factor que necesariamente es una ventaja para hacer que un negocio sea competitivo, este resultado pudo haber diferido debido al sector de estudio que se analizó el cual difiere al del presente estudio. En donde, la experiencia técnica es definida como el conjunto de conocimientos sobre los procedimientos y los bienes (Santos y Barroso,

2011). Y la competitividad puede ser definida como la capacidad poseída por las empresas para tener una mayor intervención en el mercado (Molina y Sánchez, 2016).

Respecto al cuarto objetivo específico se evidenció una correlación positiva, alta y significativa, en medio de la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad con Rho de Spearman en 0.701 y un p-valor menos de 0.05. Mediante ello pudo deducirse que, implementar evaluaciones de los resultados que se obtiene al afrontar algún riesgo y redactar en un informe la forma en cómo se solucionó puede ayudar a tener una mejor idea de solucionar algún otro riesgo futuro o tener una mejor idea sobre sus debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas, así mismo se pudo inferir que una mejor inclinación a invertir cuando se observa una rentabilidad futura relativamente grande puede mejorar la competitividad del negocio de los microempresarios. Este resultado concuerda con el estudio de Mendizabal (2018) quien hace entender que no conocer los posibles factores externos que puedan afectar a una empresa afecta a su competitividad, la similitud del resultado muestra la importancia de la necesidad de la aplicación del FODA en cualquier tipo de empresa. La dimensión tolerancia al riesgo es definida como la capacidad que tienen los empresarios para enfrentar los riesgos que se les presente (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es una capacidad con la cual la compañía cuenta en aras de destacar en el mercado donde participa, pero sin tener impactos negativos en su nivel de utilidad (Molina y Sánchez, 2016).

Mediante el quinto objetivo específico, se halló que la dimensión trabajo arduo se relacionó directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.682$ ,  $p<0.05$ ). Logrando a partir de ellos inferir que, un avance en el nivel de concentración de los microempresarios al escuchar a sus trabajadores, al realizar sus actividades o funciones dentro del negocio, así como la disminución de la dependencia de los trabajadores hacia sus jefes inmediatos haría que los procesos de producción se den de mejora manera lo que implica una mejora en la competitividad del negocio. Este resultado es similar al estudio realizado por Ibarra, González, y Demuner (2017) quienes determinaron que una mejora en el área de producción y operación genera efectos positivos para lograr que un negocio sea más competitivo, esta similitud de los resultados muestra que los procesos de producción eficaces tienen efectos relevantes en cualquier tipo de empresa. La dimensión trabajo arduo es definido como la motivación propia de los trabajadores para dedicar muchas horas a su trabajo (Santos y Barroso,



2011). Y la competitividad puede ser definida como una manera de brindar al cliente final un producto de calidad y a costo similar o un poco más bajo que el de sus competidores directos (Ibarra et al., 2017).

A través del sexto objetivo específico, se encontró que la dimensión capacidad de reponerse y aprender se asoció directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.646$ ,  $p<0.05$ ). Mediante lo cual se pudo deducir que, el cambio hacia nuevos métodos para mitigar los efectos que un problema puede generar los objetivos planteados del negocio y la mejora del tiempo que los empresarios le dan para afrontar una situación complicada puede hacer que el negocio llegue a cumplir con sus metas planteadas logrando así una mejor competitividad. Considerando a los métodos como estrategias de aprendizaje, el presente estudio se asemeja al estudio de Díaz (2016) quien menciona que estas estrategias de aprendizaje influyen en las competencias de los emprendedores, y eso genera una mejor competitividad de la empresa, se muestra similitud entre estos estudios a pesar de la diferencia de la muestra, entonces esa similitud pudo ser generado en ambos estudios debido a la aplicación de estrategias conocidas independientemente si esas estrategias son iguales o diferentes. La dimensión capacidad de reponerse y aprender puede ser definida como la capacidad que tiene una empresa para seguir adelante ante alguna dificultad (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es definida como algo propiamente interno de una empresa, la cual va a depender a la capacidad poseída por el individuo encargado de la entidad (Buitrago et al, 2019).

Respecto objetivo específico siete, se obtuvo que la dimensión sociedad tolerante se relacionó directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.659$ ,  $p<0.05$ ). Con ello se pudo inferir que, la mejora de técnicas para influenciar en los trabajadores, así como la mejora de la red de contactos de los microempresarios, haría que las ventas de los productos sean mayores lo cual genera una mejora en la competitividad del negocio. Este resultado tiene una relación con el estudio de Mendizabal (2018) quien señala que, una mejora de las habilidades de los trabajadores adquiere una huella positiva y significativa en la competitividad de una empresa, esta similitud muestra que uno de los componentes los cuales cuenta con una huella en la competitividad de una entidad es la habilidad de los trabajadores, eso sin importar de tratarse del tipo de empresa o el producto o servicio que brinde. La dimensión sociedad

tolerante se define como la capacidad que tienen los trabajadores de realizar un trabajo en equipo y de sentirse cómodo en el ambiente laboral (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es definida como una búsqueda que nunca termina con el objetivo de mejorar el rendimiento de los trabajadores de los diversos sectores que existen en una empresa (Buitrago et al, 2019).

Mediante el objetivo específico ocho, se halló que la dimensión credibilidad se asoció directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.643$ ,  $p<0.05$ ). Logrando deducirse a partir de ello que el progreso de la empatía que tienen los microempresarios hacia sus empleados hace que estos últimos se sientan más motivados y realicen de mejor manera y en menor tiempo su trabajo lo cual genera que el proceso de producción se de en menor tiempo y con ello mejore la competitividad del negocio. Este resultado concuerda con el estudio de Ibáñez y Zabala (2018) quienes demuestran que, el hecho que los trabajadores se sientan más motivadas hace que sean personas más proactivas y tengan iniciativa para dar mejores ideas e innovar, es así que ello genera una mejor posición de una empresa en el mercado haciendo que se vuelvan más competitivos, con ello la similitud de los resultados muestra la significancia de la parte emocional del personal en la realización de sus ocupaciones. La dimensión credibilidad es definida como el aseguramiento de ofrecer un producto o servicio de calidad a los consumidores finales (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es determinada a modo de la capacidad que tiene una entidad en seguir compitiendo con otras empresas en el mismo mercado (Melo et al, 2020).

A través del objetivo específico nueve, se encontró que la dimensión priorizar se relacionó directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.629$ ,  $p<0.05$ ). A partir de esto pudo inferirse que, una mejora en la planificación de metas y objetivos para poder priorizar las actividades más importantes, así como la mejora de la difusión de la visión del negocio a los trabajadores hace que se pueda identificar con más claridad las prioridades en las que los trabajadores deben dedicar más tiempo, ello genera una mejora en la competitividad de la entidad. Eso concuerda con la investigación de García (2017) ya que alude que el capital humano es un factor necesario para generar un incremento en la competitividad de un ente, la similitud de los resultados puede deberse a que ambas investigaciones estudian a microempresas. La dimensión priorizar hace referencia a la manera en cómo los trabadores establecen

aspectos importantes para realizarlo primero (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es definida como un fenómeno que depende de la calidad con la que se brinda un producto, así como de la rentabilidad que una entidad obtiene, de los costos en los que incurre, entre otros (Ramírez y Pérez, 2018).

Mediante el objetivo específico diez, se halló que la dimensión cultura familiar se asoció directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.657$ ,  $p<0.05$ ). Alcanzando a deducirse que una mejora de claridad sobre la persona que en un futuro va a tomar el cargo de la empresa permite mejorar la competitividad de la entidad, ya que si se determina con tiempo qué persona va a tomar las riendas del negocio puede ser capacitado para realizar mejores acciones. Este estudio se asemeja al estudio de Díaz (2016), esto porque da a entender que las estrategias de aprendizaje son importantes para la persona que va a tomar el mando de una empresa influyendo así en mejorar sus competencias y con ello el progreso de la competitividad del organismo, la similitud de los resultados muestra la importancia que tiene capacitar a una persona antes de colocarla al mando de toda una empresa. La dimensión cultura familiar hace referencia a los elementos que definen a las actividades de la familia en la entidad (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad puede definirse a manera de la capacidad con la cual cuenta una compañía de provocar valor para poder hacer frente a sus competidores directos (Molina y Sánchez, 2016).

A través del objetivo específico once, se encontró que la dimensión profesionalismo se relacionó directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.655$ ,  $p<0.05$ ). Consiguiendo inferir a partir de ello que, la mejora en el desempeño de los microempresarios para la realización de seguimientos en los resultados pasados obtenidos de la solución de un problema puede permitir realizar comparaciones de las medidas que se tomaron en los diferentes problemas. Este resultado se asemeja al estudio de Mendizabal (2018) quien determina que la mejora de factores internos dentro de una organización, entre ellos, el progreso en la dirección hace que la competitividad de la empresa mejore, la similitud de los resultados puede darse por la semejanza que tienen ambas empresas en la manera de solucionar un problema interno. La dimensión profesionalismo puede ser definida como la capacidad que tienen las personas en desarrollar sus habilidades en general (Santos y Barroso, 2011). Y la competitividad es

definida como la capacidad de la empresa de asegurar su participación en un mercado mediante la implementación de ventajas (Molina y Sánchez, 2016).

Finalmente, mediante el objetivo general, se halló que las competencias emprendedoras se asociaron directa, moderada y significativamente con la competitividad ( $Rho=0.679$ ,  $p<0.05$ ). Logrando alcanzar la inferencia que, la mejora de las actitudes de los microempresarios para lograr motivar a sus trabajadores, así como la mejora de búsquedas de oportunidades, de arriesgar un poco para obtener mejores rentabilidades y la adquisición de mayores conocimientos para expandir sus negocios hace que sea más competitivo. Este resultado es similar al estudio de De la Garza, Zavala, y López (2016) quienes marcan que las capacidades que tiene una persona emprendedora influyen mucho en el desempeño de las actividades que están a su cargo y es un requisito fundamental para que una pequeña empresa tenga éxito. La similitud de los resultados pudo deberse a la cercanía que hay entre el tipo de empresas de estudio, ya que la presente investigación estudia una microempresa y el estudio de De la Garza, Zavala, y López estudia una pequeña empresa. La variable competencia emprendedora es definida como las capacidades que tiene una persona para realizar cambios (Messina, 2018). Y la competitividad puede ser definida como una ventaja competitiva en sus métodos de organización y en su proceso de producción (Ibarra et al., 2017).

## CONCLUSIONES

1. Mediante el primer objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión espíritu emprendedor y la variable competitividad. Lo que conlleva a afirmar que la dimensión espíritu emprendedor se encuentra en un nivel medio debido a que no se está aprovechando las oportunidades que se presenta en el negocio generando que el nivel de competitividad no alcance a tener un nivel alto.
2. A través del segundo objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión necesidad de existir y la variable competitividad. Con ello se llega a asegurar que la dimensión necesidad de existir se encuentra en un nivel medio, esto básicamente porque las actitudes que tienen los microempresarios no generan dinamismo en la empresa lo que hace que el nivel de competitividad también sea medio y no alto.
3. Con el tercer objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión experiencia técnica y la variable competitividad. Con ello se confirma que la dimensión experiencia técnica se encuentra en un nivel medio debido a que, no se está priorizando mejorar las aplicaciones de técnicas más actualizadas, lo que hace que el nivel de competitividad de la empresa no llegue a ser alto.
4. Por medio del cuarto objetivo específico, se demostró una correlación directa, alta y significativa entre la dimensión tolerancia al riesgo y la variable competitividad. Es así que se puede confirmar que la dimensión tolerancia al riesgo se encuentra en un nivel medio y no llega a tener un nivel alto porque falta mejorar el seguimiento de los riesgos pasados que fueron afrontados con éxito, generando sí que el nivel de competitividad no alcance a tener un nivel alto y tenga un nivel medio.
5. Mediante al quinto objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión trabajo arduo y la variable competitividad. Lo que conlleva a afirmar que la dimensión trabajo arduo tiene un nivel medio, esto porque no se pone énfasis en la mejora del nivel de concentración de los microempresarios, haciendo que el nivel de competitividad se mantenga en un nivel medio.

6. A través del sexto objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión capacidad de reponerse y aprender y la variable competitividad se encuentra en un nivel medio debido a que la gestión del tiempo en la toma de decisiones no es la adecuada, generando así un nivel medio de competitividad.
7. Con el séptimo objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión sociedad tolerante y la variable competitividad. Con ello se llega a asegurar que la dimensión sociedad tolerante se encuentra en un nivel medio, esto básicamente porque el incremento de la red de contactos de empresas proveedoras tanto de insumos como vendedores finales no está aumentando con el pasar de los años lo que hace que el nivel de competitividad también sea medio y no alto.
8. Por medio del octavo objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión credibilidad y la variable competitividad. Con ello se confirma que la dimensión credibilidad se encuentra en un nivel medio debido a que, el nivel de motivación de los trabajadores lo que hace que el nivel de competitividad de la empresa no llegue a ser alto.
9. Mediante el noveno objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión priorizar y la variable competitividad. Es así que se puede confirmar que la dimensión priorizar se encuentra en un nivel medio y no llega a tener un nivel alto porque no hay una mejora en la planificación de metas y objetivos del negocio generando sí que el nivel de competitividad no alcance a tener un nivel alto y tenga un nivel medio.
10. A través del décimo objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión cultura familiar y la variable competitividad. Lo que conlleva a afirmar que la dimensión cultura familiar tiene un nivel medio, esto porque no se tiene una clara idea que quién va asumir las riendas del negocio en un futuro no tan lejano, haciendo que el nivel de competitividad se mantenga en un nivel medio.
11. Con el undécimo objetivo específico, se demostró una correlación directa, moderada y significativa entre la dimensión profesionalismo y la variable competitividad se encuentra en un nivel medio debido a que no se da una mejora constante de los

conocimientos de los microempresarios sobre cómo funciona el mercado, generando que el nivel de competitividad no alcance a tener un nivel alto y sea de nivel medio.

12. Por medio del objetivo general, se demostró que las competencias emprendedoras se relacionaron directa, moderada y significativamente con la variable competitividad. Con ello se concluyó que, la mejora de las competencias emprendedoras hace que la competitividad de un negocio sea mejor en el mercado en que participa.

## RECOMENDACIONES

1. El gerente debe realizar un análisis FODA cada vez que se quiera colocar un nuevo producto en el mercado, con ello se puede ver todas las características positivas y negativas de la nueva oportunidad de expansión y así saber qué acciones realizar para mitigar los efectos negativos.
2. El dueño del negocio debe confiar más en sus capacidades, sus ideas, esto lo puede realizar asistiendo a un programa de coaching para así saber cómo ser un mejor líder.
3. El encargado del área de producción debe efectuar mejoras tecnológicas en los procesos productivos y el área de marketing debe implementar el marketing digital de esa manera se podrá optimizar los procesos de producción y se podrá llegar a más clientes.
4. El encargado del control de gestión debe identificar, analizar, categorizar y dar un seguimiento a los riesgos, ello puede ayudar a planificar mejor las medidas que se va a ejecutar en riesgos que podría ocurrir más adelante.
5. Los microempresarios deben mejorar su capacidad de concentración dentro de la empresa y dejar de lado los problemas personales, esto se puede lograr mediante una práctica de meditación o realización de algún deporte de modo que libere el estrés que siente, ello hará que sea más eficiente y productivo en las actividades que realice.
6. El área de administración debe tener una planificación de las prioridades del negocio y debe establecer tiempos para cumplir con esas prioridades, de modo que ello permita a las personas encargadas de alguna toma de decisión importante poner toda su atención en la actividad que se necesita hacer y cumplir con el tiempo establecido.
7. El encargado del área comercial debe asistir con más frecuencia a eventos locales relacionados al negocio de jugueterías para así conocer y hacer vínculos de amistad con más personas de modo que en un futuro se puede realizar un tipo de negocio con ellos.
8. El encargado de recursos humanos debe implementar charlas motivacionales para los trabajadores, ello permitirá que los trabajadores estén con unas mayores ganas de realizar su labor, acortando así el tiempo de la realización de sus actividades.



9. El área de administración debe realizar un plan de metas mensuales y hacer que los trabajadores conozcan de ello, de modo que al finalizar el mes se evalúe si se llegó o no a la meta y de ese modo saber qué es lo que se necesita mejorar para cumplir con lo establecido.
10. El jefe del negocio debe presentar a su equipo de trabajo a la persona que tomará las riendas de la empresa en un futuro y debe hacer que este se familiarice con las actividades que se realiza y la forma en cómo se administra el negocio, de esa forma cuando ya se encargue del negocio sabrá que funciones realizar.
11. El jefe del negocio debe seguir ampliando sus conocimientos sobre el funcionamiento del mercado, eso lo puede realizar inscribiéndose en taller o diplomados relacionados al rubro en donde labora su empresa.
12. El jefe del negocio debe mejorar sus habilidades blandas de modo para ser un mejor líder, esto lo puede hacer asistiendo a talleres de habilidades blandas de modo que le permita guiar de mejor manera su negocio y con ello asegurar la expansión de su negocio mejorando así su competitividad en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arriaga, F., Ávalos, D. & Martínez, E. (2017). Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, México. *Ra Ximhai*, 13(3), 417-424. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46154070025.pdf>
- Ayoví, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones. *FIPCAEC*, 4(10), 58-76. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/39/41>
- Barona, B., Rivera, J. & Garizado, P. (2017). Inversión y financiación en empresas innovadoras del sector servicios en Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 9(2), 345-372. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3235/323553607007.pdf>
- Bernal, C., Aguilera, C., Henao, M. & Frost, S. (2016). Gestión del conocimiento y actividad empresarial en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(1), 126-138. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28046365010.pdf>
- Buitrago, A., Rodríguez, M. & Serna, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *Podium*, 1(35), 97-118. Obtenido de <http://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/310/223>
- Cano, J., González, J. & Treviño, D. (2018). Calidad y alianzas estratégicas para la competitividad internacional: Grupo LEGO. *Mercados y Negocios*, 1(38), 45-76. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6578823>
- Carrasco, S. (2018). Metodología de la investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación (Ed. 2da ed.). Lima: Editorial San Marcos.
- Casimiro, W., Casimiro, C. & Casimiro, J. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial, en estudiantes universitarios. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 61-69. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-61.pdf>

- Ccaccya, D. (2015). Análisis de rentabilidad de una empresa. *Actualidad Empresarial*, 1(341), 1-2. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/323771967/Rentabilidad-Bussiness>
- De la Garza, M., Zavala, M. & López, J. (2016). Competencias del emprendedor y su impacto en el desempeño organizacional. *Universidad & Empresa*, 19(33), 53-74. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.ue.2016.05.001>
- Díaz, A. (2016). Estrategias de aprendizaje basado en equipos y su influencia en la competencia emprendedora de los estudiantes, 2015. Universidad César Vallejo, Lima. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4908/D%c3%adaz\\_UAI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4908/D%c3%adaz_UAI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fernández, F. (2017). Repensar el liderazgo estratégico. La visión -5ª. Instituto Español de Estudios Estratégicos, 1(1), 182-197. Obtenido de <http://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2015/10/METAS-Y-OBJETIVOS-de-Aprendizaje-Chamary-febrero-de-2015.pdf>
- García, E., Ordóñez, L. & Avilés, E. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Retos*, 6(11), 43-52. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5967030.pdf>
- García, O. (2017). Gestión de calidad con el uso del marketing y la competitividad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías, nuevo Chimbote, año 2016. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3991/MICRO\\_Y\\_PEQUENAS\\_EMPRESAS\\_MARKETING\\_GARCIA\\_NECO\\_OMAR\\_ROGGER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3991/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_MARKETING_GARCIA_NECO_OMAR_ROGGER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial*. Madrid: McGraw Hill.

- Guillén, P. (2019). La plataforma LMS como estrategia didáctica para el desarrollo de competencias emprendedoras en estudiantes del Instituto Superior San José Oriol de Arequipa, año 2019. Universidad de San Martín de Porres, Lima. Obtenido de [http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5656/valderrama\\_vmr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5656/valderrama_vmr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, K. (23 de diciembre de 2015). Mercado de juguetes crece con Millennials. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mercado-de-juguetes-crece-con-Millennials-20151223-0031.html>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación (1era edición ed.). México: McGraw Hill.
- Ibáñez, A. & Zabala, J. (2018). Competencia Emprendedora: La experiencia de Innovandis. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 12(1), 132-156. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v12n2/a07v12n2.pdf>
- Ibarra, M., González, L. & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios Fronterizos, 18(35), 107-130. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Jiménez, D. & Jiménez, E. (2016). Clima laboral y su incidencia en la satisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo. Revista Ciencia UNEMI, 9(18), 26-34. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5774750.pdf>
- Kapur, R. (2018). Classification of Various Skills. Focus on Elementary Education, 1(1). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/323725787\\_Classification\\_of\\_Various\\_Skills](https://www.researchgate.net/publication/323725787_Classification_of_Various_Skills)
- Lajara, N. & Server, R. (2017). ¿Cómo se puede mejorar la competitividad de las cooperativas agroalimentarias? CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 1(90), 103-121. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/174/17452685004.pdf>

- Marulanda, F. & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(81), 12-28. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a01.pdf>
- Melo, L., Sánchez, N. & Corbelle, F. (2020). Mapa de la Competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. *Revista Espacios*, 41(5), 1-12. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n05/a20v41n05p06.pdf>
- Mendizabal, C. (2018). Factores que afectan la competitividad en la empresa Proyectos e Inversiones M.C - Lima – 2018. Universidad César Vallejo, Chimbote. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34933/Mendizabal\\_PCDJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34933/Mendizabal_PCDJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Messina, M. (2018). Manual didáctico emprendedurismo. Universidad de la República, Montevideo. Obtenido de <https://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2018/12/Manual-dida%CC%81ctico-Emprendedurismo-Messina.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). Principales ejes para impulsar la competitividad y productividad. Ministerio de Economía y Finanzas, Lima. Obtenido de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/competitividad\\_productividad.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/competitividad_productividad.pdf)
- Molina, D. & Sánchez, A. (2016). Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica: Revisión de la literatura. *Revista San Gregorio*, 1(15), 104-111. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5772019.pdf>
- Montoya, L. (2008). Aplicación del mapa de competitividad del BID a empresas del fondo emprendedor. Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/909/6584M798.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moya, P. (2016). Competencias para el emprendimiento. Laboratorio de innovación y emprendimiento, Santiago. Obtenido de <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Competencias-para-el-emprendimiento.pdf>

- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación: Cuantitativa, Cualitativa y Redacción de la Tesis (Ed. 5ta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.
- Obregón, J. (2017). La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Huaraz. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4180/COMPETITIVIDAD\\_GESTION\\_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4180/COMPETITIVIDAD_GESTION_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Ortega, J., Rodríguez, J. & Hernández, H. (2017). Importancia de la seguridad de los trabajadores en el cumplimiento de procesos, procedimientos y funciones. *Revista Academia & Derecho*, 8(14), 155-176. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6713605.pdf>
- Patiño, O., Cruz, E. & Gómez, M. (2016). Estudio de las competencias de los emprendedores/innovadores sociales. El caso del Premio ELI de la Universidad EAN. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 1(81), 75-90. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n81/n81a04.pdf>
- Pérez, C. & Pizarro, Á. (2016). Competitividad en las organizaciones: las Mipymes del sector manufacturero en Sincelejo, Sucre – Colombia. *Revista Científica “Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 1(18), 101-116. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=TEACS&oq=TEACS&aqs=chrome..69i57j0l7.959j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Ramírez, R. & Ampudia, D. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*, 4(1), 16-32. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/325743031\\_Factores\\_de\\_Competitividad\\_Empresarial\\_en\\_el\\_Sector\\_Comercial](https://www.researchgate.net/publication/325743031_Factores_de_Competitividad_Empresarial_en_el_Sector_Comercial)
- Ramírez, A. & Pérez, C. (2018). Competitividad en las organizaciones de productores de aguacate en Sucre, Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(81), 1-23.

Obtenido de [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/15-81%20\(2018-I\)/11757604005/11757604005\\_visor\\_jats.pdf](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/CDR/15-81%20(2018-I)/11757604005/11757604005_visor_jats.pdf)

Ríos, M., López, A. & López, C. (2015). Ética y calidad laboral: impacto en el desempeño empresarial. Un estudio empírico. *Holos*, 3(1), 308-320. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/282468719\\_ETICA\\_Y\\_CALIDAD\\_LABORAL\\_IMPACTO\\_EN\\_EL\\_DESEMPEÑO\\_EMPRESARIAL\\_UN\\_ESTUDIO\\_EMPÍRICO](https://www.researchgate.net/publication/282468719_ETICA_Y_CALIDAD_LABORAL_IMPACTO_EN_EL_DESEMPEÑO_EMPRESARIAL_UN_ESTUDIO_EMPÍRICO)

Rivera, O., Rivera, I. & Bonilla, C. (2018). Actitud emprendedora y habilidades sociales en estudiantes de una Institución Educativa Peruana. *Scientia*, 10(2), 131-135. Obtenido de <http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/UCV-SCIENTIA/article/view/1792/1472>

Rodríguez, J., Pérez, J. & Alipio, O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(82), 1-26. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20652069006>

Rossignoli, G. (2016). La Sucesión en Empresas Familiares y el Comportamiento de los Empleados. *Revista Empresarial*, 10(2), 9-14. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5603312.pdf>

Sáenz, N. & López, A. (2015). Las competencias de emprendimiento social, COEMS: aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica Revesco. *Revista de Estudios Cooperativos*, 1(119), 159-182. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36741404007.pdf>

Sánchez, B. (2014). Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. *Quipukamayoc*, 13(25), 127-131. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/319655425\\_LAS\\_MYPES\\_EN\\_PERU\\_SU\\_IMPORTANCIA\\_Y\\_PROPOSTA\\_TRIBUTARIA](https://www.researchgate.net/publication/319655425_LAS_MYPES_EN_PERU_SU_IMPORTANCIA_Y_PROPOSTA_TRIBUTARIA)

Santos, R. & Barroso, F. (2011). Medición y análisis de competencias emprendedoras de jóvenes en zonas mayas para el desarrollo regional. Experiencias en la zona maya denominada Camino Real de Campeche. Competitividad, productividad y sustentabilidad empresarial. Mérida. Obtenido de

[https://www.researchgate.net/publication/260037966\\_Medicion\\_y\\_analisis\\_de\\_competencias\\_emprendedoras\\_de\\_jovenes\\_en\\_zonas\\_mayas\\_para\\_el\\_desarrollo\\_regional\\_Experiencias\\_en\\_la\\_zona\\_maya\\_denominada\\_Camino\\_Real\\_de\\_Campeche](https://www.researchgate.net/publication/260037966_Medicion_y_analisis_de_competencias_emprendedoras_de_jovenes_en_zonas_mayas_para_el_desarrollo_regional_Experiencias_en_la_zona_maya_denominada_Camino_Real_de_Campeche)

Singh, H., Garg, R. & Sachdeva, A. (2018). Uncertain Supply Chain Management [Gestión de la cadena de suministro incierta]. *Uncertain Supply Chain Management*, 6(1), 149–180. Obtenido de [http://www.growingscience.com/uscm/Vol6/uscm\\_2017\\_22.pdf](http://www.growingscience.com/uscm/Vol6/uscm_2017_22.pdf)

Soler, R., Varela, P., Oñate, A. & Naranjo, E. (2018). La gestión de riesgo: el ausente recurrente de la administración de empresas. *Revista Ciencia UNEMI*, 11(26), 51-62. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6892841.pdf>

Sopó, G., Salazar, M., Guzmán, E. & Vera, L. (2016). Liderazgo como competencia emprendedora. *Revista Espacios*, 38(24), 1-9. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n24/a17v38n24p24.pdf>

Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios*. Quito: Aval ESPOCH. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224443-marketing%20en%20productos%20y%20servicios-comprimido.pdf>

Zelga, K. (2017). The importance of competition and enterprise competitiveness. *World Scientific News*, 72(1), 301-306. Obtenido de <http://www.worldscientificnews.com/wp-content/uploads/2017/01/WSN-72-2017-301-306.pdf>



## **ANEXOS**

Anexo N° 01. Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>Competencias emprendedoras</b>	Espíritu emprendedor	Aprovecha oportunidades Productos que cumplan las expectativas	<b>Tipo</b> Aplicada
¿Cuál es la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?	Determinar la relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020	Existe relación entre las competencias emprendedoras y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.		Necesidad de existir	Superar los obstáculos Invertir en el corto plazo	<b>Nivel</b> Correlacional
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		Experiencia técnica previa	Conocimiento del rubro	<b>Diseño</b> No experimental, transversal
				Tolerancia al riesgo	Evaluación del riesgo Control del riesgo	
				Trabajo arduo	Cumplimiento del trabajo Trabajo eficiente	<b>Población y muestra</b>
				Capacidad de reponerse y aprender	Búsqueda de soluciones Aprender de los obstáculos	Conformada por 343 microempresarios como población, mientras que
a) ¿Cuál es la relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las	a) Determinar la relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las	a) Existe relación entre el espíritu emprendedor y la competitividad de las microempresas				

Tarapoto año 2020?	Tarapoto año 2020.	Tarapoto año 2020.			Manejo de inventarios	
d) ¿Cuál es la relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?	d) Determinar la relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.	d) Existe relación entre la tolerancia al riesgo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.		Aseguramiento de la calidad	Ubicación de infraestructura	
e) ¿Cuál es la relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?	e) Determinar la relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.	e) Existe relación entre el trabajo arduo y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.		Merchandising	Aspectos generales Sistema	
f) ¿Cuál es la relación entre la	f) Determinar la relación entre la	f) Existe relación entre la		Contabilidad y finanzas	Mercado nacional Servicios Distribución	
				Talento humano	Monitoreo de costos y contabilidad Administración financiera Normas legales y tributarias	
					Aspectos generales Capacitación y promoción del personal Cultura organizacional Salud y seguridad	

<p>capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?</p>	<p>capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p>	<p>capacidad de reponerse y aprender y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p>		<p>Gestión ambiental</p>	<p>Políticas Estrategia para proteger el medio ambiente Concientización y capacitación Administración del desperdicio</p>	
<p>g) ¿Cuál es la relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?</p>	<p>g) Determinar la relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p>	<p>g) Existe relación entre la sociedad tolerante y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p>		<p>Sistemas de información</p>	<p>Planeación Entradas Procesos Salidas</p>	
<p>h) ¿Cuál es la relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas</p>	<p>h) Determinar la relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas</p>	<p>h) Existe relación entre la credibilidad y la competitividad de las microempresas del sector</p>				

<p>del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?</p> <p>i) ¿Cuál es la relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?</p> <p>j) ¿Cuál es la relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?</p> <p>k) ¿Cuál es la relación entre el</p>	<p>del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>i) Determinar la relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>j) Determinar la relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>k) Determinar la relación entre el</p>	<p>jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>i) Existe relación entre la priorización y la competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>j) Existe relación entre la cultura familiar y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.</p> <p>k) Existe relación entre el profesionalismo</p>				
---	---	---	--	--	--	--

profesionalismo y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020?	profesionalismo y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020	y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020				
---	--	--	--	--	--	--

## Anexo N° 02. Operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
Competencias emprendedoras	Son las capacidades para generar cambios, habilidades y componentes activos, además para aceptar y apoyar cambios generados por elementos externos, en donde incluye la aceptación del cambio aceptando las responsabilidades de las acciones negativas o positivas, marcando determinados objetivos y realizándolos, además de tener motivación para lograr el éxito (Patiño et al., 2016, p.83).	Las competencias emprendedoras se medirán por medio del espíritu emprendedor, necesidad de existir, experiencia técnica previa, tolerancia al riesgo, trabajo arduo, capacidad de reponerse y aprender, sociedad tolerante, credibilidad, priorizar, cultura familiar y Profesionalismo, mediante un cuestionario de encuesta por medio de la técnica de la encuesta.	<p>Espíritu emprendedor</p> <p>Necesidad de existir</p> <p>Experiencia técnica previa</p> <p>Tolerancia al riesgo</p> <p>Trabajo arduo</p> <p>Capacidad de reponerse y aprender</p> <p>Sociedad tolerante</p> <p>Credibilidad</p> <p>Priorizar</p> <p>Cultura familiar</p> <p>Profesionalismo</p>	<p>Aprovecha oportunidades</p> <p>Productos que cumplan las expectativas</p> <p>Superar los obstáculos</p> <p>Invertir en el corto plazo</p> <p>Conocimiento del rubro</p> <p>Evaluación del riesgo</p> <p>Control del riesgo</p> <p>Cumplimiento del trabajo</p> <p>Trabajo eficiente</p> <p>Búsqueda de soluciones</p> <p>Aprender de los obstáculos</p> <p>Influencia en terceros</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Cumplimiento de promesas</p> <p>Fija metas y objetivos</p> <p>Planificación de actividades</p> <p>Actitud empresarial-familiar</p> <p>Ética en el trabajo</p> <p>Responsabilidad</p>	Ordinal

Competitividad	La competitividad se entiende como la ventaja competitiva que presentan las entidades por medio de sus métodos de organización y producción, reflejados en la calidad del producto final y en el precio en relación con los competidores de un mercado en específico (Ibarra et al., 2017, p.112).	La competitividad se medirá por medio de la planeación estratégica, cadena de valor, aseguramiento de la calidad, merchandising, contabilidad y finanzas, talento humano, gestión ambiental y Sistemas de información, mediante un cuestionario de encuesta como instrumento por medio de la técnica de la encuesta.	<p>Planeación estratégica</p> <p>Cadena de valor</p> <p>Aseguramiento de la calidad</p> <p>Merchandising</p> <p>Contabilidad y finanzas</p> <p>Talento humano</p> <p>Gestión ambiental</p> <p>Sistemas de información</p>	<p>Proceso</p> <p>Implementación</p> <p>Planificación</p> <p>Capacidad</p> <p>Mantenimiento</p> <p>Investigación y desarrollo</p> <p>Aprovisionamiento</p> <p>Manejo de inventarios</p> <p>Ubicación de infraestructura</p> <p>Aspectos generales</p> <p>Sistema</p> <p>Mercado nacional</p> <p>Servicios</p> <p>Distribución</p> <p>Monitoreo de costos y contabilidad</p> <p>Administración financiera</p> <p>Normas legales y tributarias</p> <p>Aspectos generales</p> <p>Capacitación y promoción del personal</p> <p>Cultura organizacional</p> <p>Salud y seguridad</p> <p>Políticas</p> <p>Estrategia para proteger el medio ambiente</p> <p>Concientización y capacitación</p> <p>Administración del desperdicio</p> <p>Planeación</p> <p>Entradas</p> <p>Procesos</p> <p>Salidas</p>	Ordinal
----------------	--	--	---	--	---------



Anexo N° 03. Instrumento de la variable competencias  
emprendedoras

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN – TARAPOTO  
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
Maestría en Ciencias Económicas



Cuestionario sobre “Competencias emprendedoras  
de las microempresas del sector jugueterías en la  
ciudad de Tarapoto año 2020”



Proyecto de investigación: “Competencias emprendedoras y competitividad de las  
microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.”

Reciba un cordial saludo. El presente cuestionario se orienta a identificar el nivel de las competencias emprendedoras de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020, ya que con ello permitirá obtener información relevante que conlleve a dar respuesta a los objetivos de la investigación.

Se le solicita lea atentamente las siguientes preguntas y califíquese con sinceridad y objetividad mediante un aspa (X) la opción que considere se ajuste mejor su experiencia.

Use Ud. La escala siguiente para responder a cada pregunta.

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

Competencias emprendedoras						
Nº	Espíritu emprendedor	1	2	3	4	5
1	Actúa por sí mismo, ante de que las circunstancias le obliguen.					
2	Constantemente, busca nuevos productos que le ayuden a solucionar sus necesidades o mejorar su trabajo.					

3	Aprovecha oportunidades innovadoras para hacer negocios y obtener recursos.					
4	Se esfuerza por ofertar un producto que cumpla con las expectativas de los clientes.					
5	Cuando comienza una tarea o proyecto nuevo, recauda toda la información antes de llevarlo a cabo.					
	<b>Necesidad de existir</b>					
6	Cuando decide realizar una actividad dentro de su empresa, lo hace a pesar de los obstáculos.					
7	Considera que es importante invertir a corto plazo para tener ventajas en el largo plazo.					
8	Cuando tiene que entregar pedidos se esfuerza de manera especial para lograr que queden satisfechos con su trabajo.					
	<b>Experiencia técnica previa</b>					
9	Considera que cuenta con los conocimientos para seguir con el rubro del negocio.					
10	Considera que tiene los conocimientos para hacer crecer su negocio.					
11	Cuenta con experiencia para brindar juguetes de calidad.					
12	Está consciente de las necesidades que implica tener un negocio					
13	Conoce el entorno empresarial					
14	Conoce sus fortalezas					
	<b>Tolerancia al riesgo</b>					
15	Realiza los cálculos de los riesgos cuando comienza alguna labor					
16	Evalúa todas las alternativas antes de tomar una decisión sobre su negocio.					
17	Actúa para reducir los riesgos.					
18	Controla los resultados cuando asume determinados riesgos dentro de su negocio.					
19	Se siente atraído por situaciones que conlleven un reto o riesgo moderado.					
	<b>Trabajo arduo</b>					

20	Se concentra en las actividades que necesita realizar				
21	Termina su trabajo a tiempo				
22	Se enoja cuando las cosas no se hacen debidamente cuando las realizan otras personas				
23	Sus trabajadores realizan sus labores antes de que se los pida				
24	Considera que realiza su trabajo es mejor que el de otras personas con las que trabaja.				
25	Le importa más la satisfacción de un trabajo bien realizado que el dinero que recibirá por ello.				
	<b>Capacidad de reponerse y aprender</b>				
26	Cuando tiene un problema difícil, invierte tiempo en encontrar la solución lo más adecuadamente posible.				
27	Ante algún obstáculo realiza todo lo necesario para superarlo.				
28	Asume toda la responsabilidad en el logro de sus metas y objetivos.				
29	Intenta diferentes maneras de superar obstáculos que se interpongan al logro de sus metas.				
	<b>Sociedad tolerante</b>				
30	Emplea estrategias para persuadir e influenciar en otros.				
31	Te apoyas en personas claves para lograr tus objetivos				
32	Desarrolla o mantiene una red de contactos de negocios				
33	Logra que otros apoyen sus recomendaciones				
34	Interviene varias veces para conseguir que otras personas hagan lo que quiere que haga.				
	<b>Credibilidad</b>				
35	Se esfuerza extraordinariamente para realizar su trabajo				
36	Colabora con sus trabajadores.				
37	Se pone en el lugar de sus trabajadores para que se termine un trabajo.				
38	Valora la buena voluntad de sus compañeros de trabajo a largo plazo, por encima de las ganancias a corto plazo				
39	Cumple las promesas que hace				

	<b>Priorizar</b>					
40	Fija metas y objetivos que tienen significado personas y que implican un reto					
41	Tiene una visión clara y específica de lo que quiere a largo plazo					
42	Se fija resultados a corto plazo					
43	Mide los objetivos de manera frecuente.					
44	Planifica una actividad grande dividiéndolo en tareas de menor envergadura.					
	<b>Cultura familiar</b>					
45	Escucha atentamente cuando alguien habla con usted					
46	Considera que tu familia y el negocio son importantes para usted					
47	Ha pensado que su negocio puede traspasarlo a sus hijos o algún familiar, cuando este sea mayor.					
48	Considera que tener un negocio es un patrimonio familiar.					
49	Le importa la imagen que proyecta en la comunidad.					
	<b>Profesionalismo</b>					
50	Para la realización de las labores brindan normas y reglas a los trabajadores.					
51	Confía en sí mismo para terminar una tarea difícil					
52	Planifica las tareas grandes en pequeñas para finalizarlas					
53	Hace seguimiento de tus planes para revisar sus resultados y valorar las nuevas condiciones del entorno.					
54	Está pendiente de sus actividades y se apoya en ellos para la toma de decisiones					
55	Confías en que puede tener éxito en cualquier actividad que se proponga ejecutar.					

## Anexo N° 04. Instrumento de la variable competitividad

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN – TARAPOTO**  
**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**Maestría en Ciencias Económicas**



**Cuestionario sobre “Competencias emprendedoras de las  
microempresas del sector jugueterías en la ciudad de  
Tarapoto año 2020”**



**Proyecto de investigación: “Competencias emprendedoras y competitividad de las  
microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.”**

Reciba un cordial saludo. El presente cuestionario se orienta a identificar el nivel de competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020, ya que con ello permitirá obtener información relevante que conlleve a dar respuesta a los objetivos de la investigación.

Se le solicita lea atentamente las siguientes preguntas y califíquese con sinceridad y objetividad mediante un aspa (X) la opción que considere se ajuste mejor su experiencia.

Use Ud. La escala siguiente para responder a cada pregunta.

Ítem	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

<b>Competitividad</b>						
N°	Planeación estratégica	1	2	3	4	5
1	La empresa ha realizado un proceso de planeamiento estratégico en los dos últimos años.					
2	La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por todos los que deben ejecutarla					

3	Se está dando espacios para que todos se involucren con la planeación estratégica.					
4	El planeamiento estratégico es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento.					
5	Se definen objetivos específicos, cuantificables y medibles, junto con un plazo de tiempo definido para su ejecución, por parte de las personas responsables del área involucrada.					
6	Al planear se desarrolla un análisis DOFA para la empresa y el sector donde está operando.					
7	Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa y otros factores como: proveedores, nuevos clientes, competidores, productos competidores y nuevas tecnologías.					
8	Al formular las estrategias competitivas, se utiliza la técnica de comprar la empresa con mejores prácticas					
9	El personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos de la empresa.					
10	El planeamiento estratégico da las pautas para la asignación general de recursos en el negocio.					
	<b>Cadena de valor</b>					
11	El proceso de compra de productos es adecuado para ofrecer productos de calidad y precios competitivos.					
12	La empresa tiene un programa para adquirir tecnología para ser ejecutado en el negocio.					
13	El proceso de venta de productos es flexible, permite cambios en los productos a fin de satisfacer las necesidades de los clientes					
14	El planeamiento de las compras está basado en el pronóstico de las ventas.					
15	La empresa tiene un control sobre el estado y avance de las órdenes de compra y venta.					
16	La tecnología le permite vender productos de calidad y precios competitivos.					
17	La empresa conoce su capacidad por cada línea de juguetes.					

18	La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su línea de juguetes, más allá de su potencial actual para responder a la demanda.					
19	Se realiza un programa de mantenimiento preventivo en la mercadería y los resultados son documentados.					
20	La empresa tiene un inventario de los juguetes					
21	Los trabajadores realizan el mantenimiento de los inventarios como la limpieza.					
22	La empresa establece un programa de mantenimiento preventivo					
23	La empresa establece un programa de mantenimiento de las mercaderías.					
24	La empresa establece un programa contra calamidades					
25	La innovación está presente en cada proceso de la empresa					
26	Existe un programa formal para la investigación de nuevos productos acorde con la tendencia o moda.					
27	La empresa tiene un programa para la investigación de nuevos sistemas tecnológicos para el negocio.					
28	La empresa cuenta con un sistema donde detalla la adquisición y venta de los productos					
29	Existen criterios formales para la planificación de compra de productos.					
30	Existe un sistema de abastecimiento flexible y eficiente que satisfaga las necesidades de la empresa.					
31	Tiene un criterio para seleccionar a los proveedores					
32	El criterio para seleccionar a los proveedores son calidad, precio y condiciones de pago.					
33	Se programa anticipadamente las negociaciones con los proveedores					
34	Existe un nivel óptimo de las mercaderías.					
35	Existe un sistema de almacenamiento y administración de la mercadería garantizando adecuados niveles de rotación.					
36	Frecuentemente se programa la compra de mercadería empleando el <u>Kardex</u> .					
37	La ubicación del negocio es ideal para la venta de los juguetes					

38	La infraestructura e instalaciones son adecuadas para que los juguetes sean exhibidos.					
	<b>Aseguramiento de la calidad</b>					
39	Se capacita para mejorar la administración del negocio					
40	La calidad que deben tener los juguetes está adecuadamente documentada.					
41	Los juguetes cumplen con las normas de calidad establecidas para su distribución.					
42	La calidad va acorde con las necesidades de los clientes					
43	Existe un programa que permite evaluar la calidad de los juguetes					
44	El proceso de selección de los juguetes se basa en especificaciones propuestas por la empresa.					
45	La inspección de la calidad de los juguetes es debidamente documentada desde su recepción hasta la venta.					
	<b>Merchandising</b>					
46	La empresa tiene un plan de venta anual, estricto y detallado					
47	La empresa tiene definido su mercado objetivo, el posicionamiento y comercialización de sus productos.					
48	La empresa conoce el segmento del mercado donde compite					
49	La empresa establece un porcentaje de ventas y controla su cumplimiento.					
50	La empresa tiene información sobre sus competidores como la calidad y precio de sus productos.					
51	Los precios de la empresa se determinan con base a los conocimientos de la demanda, la competitividad y los costos.					
52	Los productos nuevos han generado mayores ganancias.					
53	Los recursos como material publicitario son adecuados y eficientes.					
54	La empresa tiene un sistema de información actualizado sobre los juguetes novedosos.					
55	La empresa evalúa de manera periódica los mecanismos de promoción que guían las decisiones de compra de sus clientes.					
56	El personal tiene la capacidad para entender a los clientes					



57	La empresa tiene conocimiento de la satisfacción de sus clientes.					
58	La empresa tiene un catálogo de toda la línea de sus juguetes.					
59	La entidad tiene un personal capacitado para incrementar sus ventas.					
60	La entidad distribuye adecuadamente sus productos cuando ellos lo necesiten.					
61	Los trabajadores son contratados de acuerdo con las leyes laborales.					
	<b>Contabilidad y finanzas</b>					
62	La empresa lleva adecuadamente la contabilidad para la toma de decisiones					
63	La empresa elabora un reporte mensual de las principales cuentas.					
64	La empresa cuenta con un sistema para contabilizar y rotar sus productos					
65	La empresa tiene un sistema claro de los costos dependiendo de las características de los productos.					
66	La empresa cuenta con un presupuesto de ingresos y egresos					
67	La entidad conoce su rentabilidad mensual					
68	Se analiza la variación de la rentabilidad año a año					
69	La entidad evalúa la utilidad de sus inversiones.					
70	La entidad tiene todos los documentos en regla					
71	En la entidad se conocen la fecha del pago de los impuestos					
72	La entidad realiza sus declaraciones tributarias dentro de las fechas.					
73	La entidad planifica el pago de los tributos.					
	<b>Talento humano</b>					
74	La empresa tiene un organigrama del personal que trabaja dentro de la empresa.					
75	La entidad indica detalladamente los procedimientos o labores que deben realizar.					
76	Existe un líder dentro de la empresa					

77	La entidad cumple con los reglamentos de seguridad dentro del establecimiento.					
78	La empresa capacita a su personal para la venta de los productos.					
79	La productividad es un criterio para definir el salario.					
80	Existe una adecuada comunicación entre los trabajadores					
81	Considera que el personal se siente identificado con la empresa					
82	Existe trabajo en equipo dentro de la entidad					
83	La empresa incentiva a sus trabajadores para mejorar el clima laboral.					
84	La empresa se preocupa por la salud de sus trabajadores					
85	La infraestructura de la empresa es segura para el trabajador					
86	La entidad tiene un programa para prevenir accidentes.					
87	La empresa toma medidas preventivas ante accidentes en el trabajo.					
	<b>Gestión ambiental</b>					
88	En la empresa se preocupa por el bienestar de los trabajadores					
89	La entidad conoce las normas sobre el material de los juguetes.					
90	La cultura y estrategias de la entidad se preocupan por el material de calidad en los juguetes.					
91	La entidad cuenta con metas de calidad para sus productos.					
92	La entidad considera las regulaciones del material no tóxico para la venta de sus productos.					
93	Se realiza una supervisión del material de los productos.					
94	Se cumplen con las normas establecidas para el cuidado de la salud.					
95	La empresa evita distribuir juguetes tóxicos					
96	La empresa coopera con el cuidado del medio ambiente.					
	<b>Sistemas de información</b>					
97	La información que cuenta la empresa es realizada de manera confiable y oportuna.					

98	La empresa está actualizada en el empleo de equipos de cómputo para el control de los productos					
99	Los planes que realiza la empresa le permiten cumplir con sus labores a tiempo					
100	La empresa tiene archivado adecuadamente información importante como facturas boletas o contratos.					
101	La empresa registra cada operación de compra o venta para evitar doble transacción.					
102	La entidad tiene copia de respaldo de sus archivos más importantes y los almacena en un lugar adecuado y seguro.					
103	La empresa cuenta con luces de emergencia en caso de pérdidas de fluido eléctrico.					
104	La información con la que cuenta la empresa es clara, útil y confiable para la toma de decisiones.					
105	Se realizan reportes de la situación actual de la empresa requeridos para la toma de decisiones.					

# V1: Competencias empreendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.

*por* J. C. Ludeña

---

**Fecha de entrega:** 22-sep-2022 08:12a.m. (UTC-0500)

**Identificador de la entrega:** 1906173063

**Nombre del archivo:** as\_del\_sector\_jugueter\_as\_en\_la\_ciudad\_de\_Tarapoto\_a\_o\_2020.docx (3.31M)

**Total de palabras:** 25519

**Total de caracteres:** 143593

# V1: Competencias emprendedoras y competitividad de las microempresas del sector jugueterías en la ciudad de Tarapoto año 2020.

## INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	7%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Trabajo del estudiante	<1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.upeu.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1%