



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MUJERES ENTRE LAS
EMPRESAS EXPORTADORAS DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA CIUDAD DE
ICA, PERIODO 2018-2021**

Presentado por:

CORREA SERNAQUE MARYCIELO ALEXANDRA Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **9%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 07 de enero del 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



Dr. JORGE LUIS HERNANDEZ NAPA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Titulo.

EMPRENDIMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MUJERES ENTRE LAS
EMPRESAS EXPORTADORAS DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN LA
CIUDAD DE ICA, PERIODO 2018-2021.

Trabajo de investigación por modalidad de.

Presentación de tesis.

Para optar el título profesional de.

Licenciado en Negocios Internacionales.

Línea de investigación.

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

INFORME FINAL DE TESIS

Autor.

Bach. CORREA SERNAQUE Marycielo Alexandra.

Asesor.

Mag. NEYRA FARFAN, Rafael Gustavo.

Ica, Perú

2024

DEDICATORIA

A mis progenitores por cuidarme y guiarme a lo largo de mi carrera universitaria, y hacer que me motive y nunca rendirme.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme fuerzas día con día.

A mis padres que me han dado su amor, y muchos valores y enseñanzas para poder enfrentarme a la vida superando mis miedos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	14
III. RESULTADOS	17
IV. DISCUSIÓN.....	51
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	53
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
VIII. ANEXOS.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de variable (X): Emprendimiento.	12
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de variable (Y): Competitividad de las mujeres.	13
Tabla 3.	¿Mi emprendimiento resuelve un problema o necesidad?.....	17
Tabla 4.	¿Es viable mi idea de negocio?.....	18
Tabla 5.	¿Sé reconocer mi público objetivo?	19
Tabla 6.	¿Realizaste un estudio de mercado antes de realizar el emprendimiento?	20
Tabla 7.	¿Realizaste una lista con los recursos que necesitas?.....	21
Tabla 8.	¿Esquematice las actividades mediante un plan de trabajo?.....	22
Tabla 9.	¿Estoy dispuesto(a) a tomar este arduo camino del emprendimiento?.....	23
Tabla 10.	¿Estoy listo(a) para dirigir mi emprendimiento?.....	24
Tabla 11.	¿Reconozco la misión de mi negocio?	25
Tabla 12.	¿Identifico la propuesta de valor de mi emprendimiento?.....	26
Tabla 13.	¿Reconozco la visión de mi negocio?	27
Tabla 14.	¿Sé identificar qué tipo de emprendedor soy?	28
Tabla 15.	¿Conozco al mercado en la actualidad?.....	29
Tabla 16.	¿Se me es suficiente mi equipo que tengo en este momento?.....	30
Tabla 17.	¿Aplico estrategias de promoción para captar clientes?	31
Tabla 18.	¿Los miembros del equipo tienen total claridad sobre sus roles en el equipo?.....	32
Tabla 19.	¿El equipo cuenta con un mecanismo efectivo para la resolución de conflictos?...	33
Tabla 20.	¿Mi departamento promueve el trabajo en equipo?	34
Tabla 21.	¿Los miembros del equipo son responsables de las decisiones tomadas?	35
Tabla 22.	¿Trabajar en equipo me motiva a dar lo mejor de mí?	36
Tabla 23.	¿La innovación puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos?.....	37
Tabla 24.	¿Cree usted que la inversión en investigación y desarrollo de un nuevo diseño de producto (ID) permite conseguir menores costes de producción para lograr ventaja de costos competitivos?.....	38
Tabla 25.	¿Cree usted que su negocio necesita mayor implementación de innovación?.....	39
Tabla 26.	¿La organización está dispuesta a invertir en innovación?.....	40
Tabla 27.	¿Las tendencias de innovación que usamos impactan en mayor grado a nuestro modelo de negocio?.....	41
Tabla 28.	¿Hacer todo lo posible para obtener las opiniones e ideas de los empleados?.....	42
Tabla 29.	¿Hay una alineación muy buena entre mi departamento y otros departamentos que tengo que coordinar?	43

Tabla 30.	¿Mi departamento sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización?	44
Tabla 31.	¿Las tareas asignadas están equitativamente distribuidas?	45
Tabla 32.	¿Los miembros del equipo brindan retroalimentación oportuna?	46
Tabla 33.	Comprobación de hipótesis general	47
Tabla 34.	Comprobación de hipótesis específica 1	48
Tabla 35.	Comprobación de hipótesis específica 2	49
Tabla 36.	Comprobación de hipótesis específica 3	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	¿Mi emprendimiento resuelve un problema o necesidad?.....	17
Figura 2	¿Es viable mi idea de negocio?.....	18
Figura 3	¿Sé reconocer mi público objetivo?.....	19
Figura 4	¿Realizaste un estudio de mercado antes de realizar el emprendimiento?.....	20
Figura 5	¿Realizaste una lista con los recursos que necesitas?.....	21
Figura 6	¿Esquematice las actividades mediante un plan de trabajo?.....	22
Figura 7	¿Estoy dispuesto(a) a tomar este arduo camino del emprendimiento?.....	23
Figura 8	¿Estoy listo(a) para dirigir mi emprendimiento?.....	24
Figura 9	¿Reconozco la misión de mi negocio?.....	25
Figura 10	¿Identifico la propuesta de valor de mi emprendimiento?.....	26
Figura 11	¿Reconozco la visión de mi negocio?.....	27
Figura 12	¿Sé identificar qué tipo de emprendedor soy?.....	28
Figura 13	¿Conozco al mercado en la actualidad?.....	29
Figura 14	¿Se me es suficiente mi equipo que tengo en este momento?.....	30
Figura 15	¿Aplico estrategias de promoción para captar clientes?.....	31
Figura 16	¿Los miembros del equipo tienen total claridad sobre sus roles en el equipo?.....	32
Figura 17	¿El equipo cuenta con un mecanismo efectivo para la resolución de conflictos?...	33
Figura 18	¿Mi departamento promueve el trabajo en equipo?.....	34
Figura 19	¿Los miembros del equipo son responsables de las decisiones tomadas?.....	35
Figura 20	¿Trabajar en equipo me motiva a dar lo mejor de mí?.....	36
Figura 21	¿La innovación puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos?.....	37
Figura 22	¿Cree usted que la inversión en investigación y desarrollo de un nuevo diseño de producto (ID) permite conseguir menores costes de producción para lograr ventaja de costos competitivos?.....	38
Figura 23	¿Cree usted que su negocio necesita mayor implementación de innovación?.....	39
Figura 24	¿La organización está dispuesta a invertir en innovación?.....	40
Figura 25	¿Las tendencias de innovación que usamos impactan en mayor grado a nuestro modelo de negocio?.....	41
Figura 26	¿Hacer todo lo posible para obtener las opiniones e ideas de los empleados?.....	42
Figura 27	¿Hay una alineación muy buena entre mi departamento y otros departamentos que tengo que coordinar?.....	43
Figura 28	¿Mi departamento sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización?.....	44
Figura 29	¿Las tareas asignadas están equitativamente distribuidas?.....	45
Figura 30	¿Los miembros del equipo brindan retroalimentación oportuna?.....	46

RESUMEN

El presente estudio tuvo por objetivo determinar cómo el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021. Las variables usadas fueron emprendimiento y competitividad de las mujeres. La metodología fue de diseño no experimental, de tipo descriptiva, prospectiva y transversal y nivel correlacional. Las unidades muestrales con la que se trabajaron fueron 381 mujeres que trabajan en empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, sorteados al azar. La encuesta fue utilizada con técnica y el cuestionario como instrumento de medición. Además, se trabajó con el programa SPSS, de donde se pudo concluir que el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres en la región de Ica; habiéndose obtenido un valor de Pearson de 0.733. Así también se obtuvo que las dimensiones de la variable independiente se relacionan con la variable competitividad de las mujeres.

Palabras clave: Emprendimiento, competitividad de las mujeres, Empoderamiento, empresas agroexportadoras.

ABSTRACT

The objective of this study was to determine how entrepreneurship is related to the competitiveness of women among companies exporting agricultural products in the city of Ica, period 2018-2021. The variables used were entrepreneurship and competitiveness of women. The methodology was of a non-experimental design, descriptive, prospective and transversal and correlational level. The sample units we worked with were 381 women who work in companies exporting agricultural products in the city of Ica, drawn at random. The survey was used with technique and the questionnaire as a measurement instrument. In addition, we worked with the SPSS program, from which it was possible to conclude that entrepreneurship is related to the competitiveness of women in the Ica region; having obtained a Pearson value of 0.733. Thus, it was also obtained that the dimensions of the independent variable are related to the competitiveness variable of women.

Keywords: Entrepreneurship, women's competitiveness, Empowerment, agro-export companies.

I. INTRODUCCIÓN

A. Planteamiento del problema

Hoy en día, las empresas son un poderoso motor de la economía y el desarrollo del mundo. Los estudios que analizan el papel de la mujer en la economía muestran que uno de los cambios más significativos en el mundo en las últimas décadas es el aumento del número de mujeres emprendedoras económicamente activas, pero esto aún no ha sido probado. La influencia de los hombres en los negocios.

Un sector empresarial liderado y gestionado por mujeres es una parte importante del crecimiento económico actual, además de la creación de empleo y la creación de riqueza.

Según la Asociación Empresarial del Perú (2018), Perú tiene la tasa de emprendimiento femenino más alta de la Alianza del Pacífico con un 22,9%. Sin embargo, tiene los proyectos de menor apoyo a las mujeres emprendedoras en el Perú, solo tres proyectos que demuestran que las mujeres peruanas asumen la responsabilidad y se destacan con sus resultados, por lo que es muy importante que el país vea esto, brindando mejores oportunidades para estas herramientas de mujeres. para darles un mayor potencial y necesidad de apoyo.

En este estudio, se apunta específicamente a las empresas cuyos sectores exportadores están liderados por mujeres, ya que analiza el espíritu empresarial de las mujeres y la competitividad que crean al llevar estas empresas al mercado.

B. Antecedentes de la investigación

a. Antecedentes internacionales

1. **Carrera. (2020).** *“Perfil emprendedor y empoderamiento femenino. Casos de estudio: Asociación Grano de Oro y Unión y Progreso, cantón Latacunga”*. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga - Ecuador. El propósito de este estudio es analizar el nivel de licenciamiento y perfil empresarial de las asociaciones Grano de Oro y Unión y Progreso. Para ello se utilizaron dos instrumentos, el empoderamiento propuesto por Hernández y García (2008) y el perfil emprendedor de Flores (2003), que incluyeron variables sociodemográficas para completar el análisis. Los resultados muestran un diferente grado de empoderamiento, alto para los sindicatos y asociaciones progresistas, medio para las asociaciones Grano de Oro y mayor perfil comercial en el primer caso. Además, la evidencia empírica sugiere que el empoderamiento no está fuertemente relacionado con la imagen empresarial. Con base en estos hallazgos, se desarrolló una recomendación educativa para empoderar a las mujeres y brindarles habilidades de liderazgo para fortalecer su iniciativa económica.

2. **González. (2020).** *“Inspección de la mujer rural del cantón puerto López en el emprendimiento y su participación socioeconómico sostenible”*. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Manabí - Ecuador. El proyecto de investigación parte de las desigualdades e inequidades que existen en este importante sector y se enfoca en las oportunidades de participación en actividades productivas que mejoran las condiciones de vida de las mujeres, muy bajo en esta industria. El propósito del estudio fue analizar la situación actual del empleo de la mujer rural en las empresas del estado de López, y su participación económica sostenible en las actividades productivas. Se utilizan métodos investigativos, científicos, deductivos, inductivos, descriptivos, analíticos y estadísticos, combinando métodos de entrevista, observación, encuesta, recopilación de información textual e investigativa. Los resultados muestran que las mujeres rurales del estado de López, se involucran menos en el emprendimiento debido a la falta de programas de emprendimiento en las organizaciones públicas, lo que tiene consecuencias sociales, psicológicas y económicas y está muy relacionado con el desempleo.
3. **Guana. (2019).** *“Determinantes de la competitividad y el empoderamiento económico de las asociaciones de mujeres rurales en Cundinamarca: estudio de caso Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita (AMEG)”*. Universidad de la Salle. Bogotá - Colombia. Este estudio examina los factores de competitividad de una planta productiva rural con mujeres a partir de un estudio de caso. El objetivo de este estudio fue analizar los determinantes de la competitividad y las oportunidades económicas de las mujeres en la Asociación de Mujeres Empresarias de Guatavita (AMEG), una industria láctea en Guatavita, Cundinamarca, operada por mujeres rurales. A través de estudios de casos asociativos, trabajo de campo cualitativo que involucre a actores como proveedores, clientes, empleados y gerencia de AMEG, determinantes como el entorno nacional y local, políticas públicas y enfoques de negocios, cadenas de valor empresarial y capital social inciden en la competitividad de las unidades productivas como AMEG, además a la búsqueda de oportunidades de mejora utilizando la matriz MAP, el método de medición de impacto, innovaciones a aplicar en metodologías de unidades productivas similares como Lean Startup y métodos relacionados con el capital social como MERCS o la metodología Rooted Theoretical.
4. **Pardo. Parrado (2019).** *“Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado fallido”*. Universidad de La Salle. Bogotá - Colombia. Este proyecto de investigación fue diseñado para explorar las características de la

iniciativa empresarial de las mujeres y las habilidades de las mujeres empresarias para crear oportunidades de trabajo en situaciones donde la discriminación de género crea dificultades. , y/o la falta de oportunidades para las mujeres en el mercado laboral, además, teniendo en cuenta la problemática social, el país no cuenta con una política nacional clara que promueva un ambiente laboral accesible para las mujeres en la ciudad de Bogotá. Los datos analizados se basan en la categoría de la metáfora de la escalera frágil (mujeres de carrera entre 18 y 45 años que dirigen negocios en la ciudad de Bogotá) para identificar a aquellas mujeres que, por una u otra razón, no pueden ser empleadas formalmente y no pueden desenvolverse en sus respectivos campos. Las categorías propuestas desarrolladas se enfocan en las diferencias de género en el mercado laboral colombiano y las oportunidades de empleo que enfrentan las mujeres, así como las políticas públicas para las mujeres minoritarias y trabajadoras como madres, la doble jornada en torno al ejercicio de la enfermería y lo que ocurre en el lugar de trabajo, tales como Motivación emprendedora, integra nuevas categorías descubiertas a partir del análisis de redes semánticas formuladas para cada encuestado.

b. Antecedentes nacionales

1. **Cerdán. Sarmiento (2020).** *“Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019”*. Universidad San Martín de Porres. Pimentel - Perú. El público objetivo de la investigación fueron mujeres que decidieron iniciar y/o gestionar negocios especializados en el sector exportador en la región Lambayeque en cuatro empresas: Exportación e Importación Fiorela E.I.R.L, Food Export Norte S.A.C, Frutas y hortalizas Aura E.I.R.L. y Promotora de la Agricultura Sustentable S.A. El objetivo principal es determinar cómo el emprendimiento femenino mejora la competitividad del negocio agroexportador de Lambayeque en el periodo 2018-2019. Los métodos utilizados en este estudio fueron de diseño mixto (estudio de caso exploratorio cualitativo y comparación descriptiva cuantitativa) y muestreo no probabilístico intencional. Los resultados alcanzados son satisfactorios ya que el liderazgo femenino ha demostrado ser altamente competitivo en la fuerza laboral y cada vez más influye en la comunidad Lambayeque. Se concluyó que estas mujeres emprendedoras contribuyen a la competitividad de sus empresas porque cuentan con una amplia gama de habilidades y destrezas que son capaces de establecer y sostener en el tiempo las empresas que dirigen en Lambayeque.

La industria de exportación es competitiva. Como líderes, las mujeres emprendedoras con grandes visiones, sueños y metas para el futuro incumplidas han demostrado una gran capacidad para negociar con clientes extranjeros y resolver conflictos en las dificultades en el camino.

2. **Sánchez. (2020).** *“Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: Caso San Pablo, Kutiqiru”*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo - Perú. Una mujer kutiqiru inició un negocio durante la cosecha de hongos andinos, lideró el desarrollo de conocimientos, viabilidad, actitudes y habilidades, autofinanció la mejora de las condiciones de vida y creyó que tenía que contribuir al desarrollo de su comunidad, es así que la mujer puede contribuir, crear felicidad y oportunidades, y sentirse igualmente empoderado en una variedad de escenarios personales, relacionales y colectivos. Por ejemplo, en San Pablo, kutiqiru, cuyo propósito general es analizar el emprendimiento y empoderamiento de las mujeres. Los materiales y métodos que se usaron fueron los métodos cualitativos (entrevistas en profundidad semiestructuradas). Como resultado las mujeres admiten que han surgido, pero no usan el término adecuado para lo que hacen, y es difícil reconocer que las convierte en mujeres emprendedoras. La tarea de participar en actividades laborales les da la oportunidad de liderar la educación y participar en diversas ferias locales. Cuando se trata de negocios, es obvio porque han logrado organizarse en el trabajo y en el hogar. Como conclusión menciona que el desarrollo de sus conocimientos y habilidades ha sido de gran utilidad para iniciar y desarrollar áreas de negocio derivadas de la recolección de hongos andinos, generando así ingresos económicos para la familia.
3. **Shocosh. (2020).** *“Clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica”*. Universidad César Vallejo. Lima-Perú. El factor de emprendimiento exportador femenino es un pilar importante para que las mujeres den el gran paso que está por dar. El problema general es que no se ha encontrado una clasificación de los factores de producción empresarial de las mujeres iberoamericanas, el objetivo general es clasificar los factores de producción empresarial de las mujeres iberoamericanas según tres factores o criterios, como son los factores emprendedores, los factores sociales y los factores de internacionalización. Un diseño de investigación aplicado implementado en el nivel descriptivo es un diseño temático narrativo cualitativo que se enfoca en un tema, fenómeno o evento. La conclusión es que muchos factores internos y externos al emprendimiento exportador de las mujeres latinoamericanas influyen positiva y negativamente en las decisiones

de las mujeres de ingresar a los mercados extranjeros. Por otro lado, el conocimiento sobre su negocio de exportación es importante para las mujeres porque puede determinar si es rentable para la empresa exportar.

4. **Cajavilca. (2019).** “*Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017*”. Universidad Nacional Federico Villareal”. Para obtener grado de Doctor en Economía. Universidad Nacional Federico Villareal. Lima-Perú. El objetivo general de este estudio es determinar si la ventaja competitiva comercial afecta la competitividad comercial de las empresas exportadoras peruanas manufactureras o comercializadoras de exportación más representativas de la ciudad de Lima. Se ofrecen como metas específicas las siguientes: 1. Determine si la ventaja competitiva de la empresa resultante de los costos afecta la competitividad de la empresa. 2. Determine si la ventaja competitiva de la empresa creada por la diferenciación afectará la competitividad de la empresa. 3. Utilice el valor de las capacidades de una empresa para evaluar si la ventaja competitiva de una empresa afecta la competitividad de la empresa. La competitividad incluye tres niveles: el empresario, la empresa y el estado. El objeto de este artículo es la competitividad de las empresas en relación con la ciencia económica y las tendencias económicas actuales. Participaron de la encuesta 406 empresas exportadoras de productos tradicionales y no tradicionales, de las cuales 184 empresas fueron seleccionadas aleatoriamente para llenar cuestionarios dirigidos a propietarios, directores, gerentes o gerentes profesionales que conozcan sus empresas o industrias como requisito previo general para la competencia empresarial. entre las fortalezas y la competitividad de la empresa. La conclusión es que las ventajas competitivas de una empresa en forma de costo, diferenciación y valor aseguran la competitividad de una empresa.

c. Antecedentes locales

Luego de una larga búsqueda de antecedentes locales referentes al título “Emprendimiento y competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2022”, se pudo concluir que no existen.

C. Bases teóricas

a. Emprendimiento.

El emprendimiento es un concepto que ha existido durante muchos años y se está volviendo cada vez más importante en cualquier economía, ya que el mundo reconoce que el espíritu empresarial es una de las mejores formas de crecimiento

económico tanto para las organizaciones como para los individuos y los países, así como para los gobiernos. Hoy se implementa programas y proyectos para promover y apoyar este camino de desarrollo. (Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes y Ferrales Arias, 2016).

El autor Alcaraz (2015) en su libro titulado “Empresario de Éxito” define el concepto de emprendedor en dos contextos; en primer lugar, en los negocios, se refiere a una persona que inicia un nuevo negocio; En segundo lugar, en el ámbito académico, palabra que denota un perfil con ciertas características que hacen que una persona se comporte de determinada manera y permiten la demostración de ciertas habilidades para visualizar, definir y alcanzar metas.

El emprender es, por así decirlo, la capacidad de conectar objetivos y tareas con la propia actitud y habilidades y convertirlas en acciones con objetivos de desarrollo empresarial. El emprendedor se considera importante porque puede ayudar a las personas a lograr la independencia y la estabilidad financiera.

En resumen, el emprendimiento es la búsqueda de nuevas oportunidades, independientemente de los recursos disponibles en ese momento, y el emprendimiento es la actitud y capacidad humana que te permite emprender un nuevo proyecto, insatisfecho con tus logros y con ganas de más logros.

Importancia del emprendimiento

Los empresarios aumentan la productividad y crean la mayor cantidad de puestos de trabajo mediante el desarrollo de nuevos negocios que satisfagan las necesidades de las personas. De modo que crear más y mejores puestos de trabajo ayuda a aumentar el valor añadido de la economía.

Dimensiones del emprendimiento

Emprendimiento por necesidad: Este tipo de negocio surge por necesidades económicas, ya sea crisis, desempleo, necesidad de independencia, ingresos económicos adicionales, etc. Estos eventos dan lugar a debates sobre su desarrollo y promoción, ya que estos emprendedores muchas veces no están preparados tecnológicamente. una situación que les obliga a centrarse en la acción. Una de sus características es la empatía, no buscan ni descubren oportunidades, su investigación de mercado se limita a simples observaciones que revelan necesidades existentes que pueden solventar. Este tipo de emprendimiento se considera no propicio para el crecimiento económico ya que está estrechamente ligado a la pobreza y se encuentra principalmente en países en vías de desarrollo (Alcaraz, 2015).

Emprendimiento por oportunidad: Este tipo de emprendimiento es el resultado de observaciones y descubrimientos y es una habilidad típica de este tipo de

emprendedor, porque identifican problemas, insatisfacción con el mercado de consumo y de ahí parten ideas que el emprendedor cree que puede utilizar y adoptar. Este tipo de emprendedores suelen ser personas con formación académica y/o investigadora, trabajos anteriores o familiares que han contribuido al proceso de gestación del proyecto. Además, se dice que tales empresas no afectan directamente el crecimiento económico de las regiones a corto plazo, sino que más bien aportan desarrollo y prosperidad a largo plazo. (Alcaraz, 2015).

Emprendimiento por azar: Este tipo de emprendedor es algo dependiente de otras personas o de circunstancias especiales, pero cuando llega al punto en que puede hacerlo, lo hace con mucha dedicación. Un ejemplo de esto es el argentino Marcos Galperin, creador de la exitosa plataforma de comercio electrónico Mercado Libre. Aunque era un académico comprometido con una idea de negocio, por casualidad entró en contacto con el profesor de finanzas Jack MacDonald, quien lo ayudó a concretar uno de los mercados más famosos del mundo en la actualidad.

b. Competitividad de las mujeres.

Ibarra Cisneros, González Torres & Demuner Flores (2017) señalan que el concepto de competitividad no está definido de manera específica debido a su sentido amplio que puede verse a nivel empresarial, industrial, nacional y supranacional; además, debido a la naturaleza cualitativa y cuantitativa de sus factores, se carece de límites precisos del nivel de análisis y diferentes métodos de medición.

Monterroso (2016) define la competitividad como un concepto que denota la posición de dominio de una empresa en relación a otras empresas, la cual está relacionada con la estabilidad del mercado y la creación de valor para los clientes. La competitividad de una empresa se mide no sólo por el precio/coste, sino también por muchas variables como la disponibilidad de bienes, la calidad del producto, la vida útil, la fiabilidad e, igualmente importante, el trato que recibe el cliente por parte del proveedor del servicio o la respuesta al pedido.

La competitividad comercial significa un mercado donde los productores tienen la capacidad de controlar el proceso de formación de precios, no un mercado de libre competencia donde el mercado lo determina. (Bonales Valencia & Pedraza Rendón, 2015).

Importancia de la competitividad de las mujeres.

El desarrollo del emprendimiento de las mujeres no solo es importante para la sociedad y el mercado en su conjunto, sino también extremadamente beneficioso,

ya que, al reducir la brecha de género, la sociedad se vuelve más igualitaria y diversa en términos de ideas, negocios y oportunidades.

La importancia de la competitividad radica en la mejora de la competitividad, que incluye la implantación de una cultura de la calidad en el proceso de gestión, estrategia, diversas áreas funcionales y procesos de la organización. Una misión de esta escala requiere un cambio organizacional, y una cultura compartida debe estar en el centro de su éxito. (Santiago Bernasconi, 2015)

Dimensiones de la competitividad de las mujeres.

Coordinación de equipos: La capacidad neurológica de las mujeres para la multitarea explica su buen desempeño en la coordinación de grupos de trabajo y la resolución rápida de problemas que involucran múltiples aristas. Esto le permite prevenir y resolver dificultades con la idea, realización y adaptación del producto o servicio creado.

Innovación: Las innovaciones lideradas por mujeres crecen más rápido que las innovaciones lideradas por hombres. Esto se debe en gran parte a que las mujeres son más resilientes y capaces de planificar por sí mismas a largo plazo, administrar los recursos de manera más efectiva con menos riesgo e impulsividad.

Colaboración: Vivimos en una época de colaboración y proyectos conjuntos, por lo que hoy en día es habitual trabajar en equipos multidisciplinarios, sobre todo en procesos creativos que requieren distintas miradas desde distintas disciplinas. Teniendo en cuenta a todos los participantes en proyectos innovadores, es más fácil para las mujeres compartir su éxito sin destacar. Así, evitan fricciones sociales y promueven la flexibilidad en el proceso creativo al interrumpir la competencia. Debido a esto, las empresas dirigidas por mujeres contratan y retienen puestos de trabajo a un ritmo mayor.

D. Marco conceptual

a. Competitividad empresarial

La competitividad empresarial está relacionada con lo que ocurre fuera de la organización como, por ejemplo; políticas de gobierno, estructura económica nacional, características del mercado y variables regionales, pero depende del desempeño interno de la misma entidad.

b. Empoderamiento

El empoderamiento es una forma de controlar los recursos materiales que pueden aumentar el uso de las capacidades políticas, sociales y económicas para impulsar un cambio revolucionario o alterar el orden orgánico establecido.

c. Emprendimiento femenino

Según Álvarez. Cáceres (2017), se refiere a la capacidad de las mujeres para realizar un esfuerzo extra personal para lograr metas y afrontar nuevos retos, manteniendo una actitud positiva ante los retos y dificultades para ellas y sus familias.

d. Liderazgo

Según Rodríguez. Estrada. (2015), se refiere a la capacidad de un individuo para liderar un grupo, que tiene las habilidades necesarias para tomar la iniciativa, aportar ideas innovadoras e influir en los pensamientos y acciones del grupo, motivándolos a actuar con eficacia.

E. Problemas de la investigación

a. Problema general

¿De qué manera el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?

b. Problemas específicos

1. ¿De qué manera el emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?
2. ¿De qué manera el emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?
3. ¿De qué manera el emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?

F. Justificación

Este estudio se considera justificado porque ayudará a los exportadores a determinar las ventajas competitivas relativas de incluir mujeres en organizaciones de competitividad empresarial basadas en habilidades empresariales como una oportunidad para lograr rentabilidad, productividad y calidad.

También puede distinguir ventajas competitivas subjetivas, como el valor de las capacidades empresariales identificadas como responsabilidad, oportunidad, orden, disciplina y puntualidad. Servirá como referencia para otros estudios y empresarios en general para determinar su ventaja competitiva.

Importancia

Se han realizado varios estudios a lo largo de los años que han encontrado que involucrar a las mujeres en el proceso de exportación agrícola tiene beneficios significativos tanto para las empresas como para las empresas independientes.

La mujer en el ámbito laboral, en definitiva, es fundamental, porque su visión combina dos elementos importantes: uno es el cuidado, el otro es la intimidad y la calidez; estas son importantes en las interacciones del equipo, que a su vez se combinan con características masculinas que están más orientadas a los datos. Por lo tanto, esta combinación de atributos le permite combinar habilidades blandas con habilidades duras para crear una estrategia poderosa para sobresalir.

G. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Determinar cómo el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

b. Objetivos específicos

1. Analizar cómo el emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.
2. Identificar cómo el emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.
3. Determinar cómo el emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

H. Hipótesis de la investigación

a. Hipótesis general

El emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

b. Hipótesis específicas

1. El emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.
2. El emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.
3. El emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

I. Variables de la investigación

a. Variable independiente

Emprendimiento

De acuerdo a Guzmán (2020), el emprendimiento implica seguir un proceso que persigue un objetivo específico, ya sea de naturaleza económica, política o social. Este proceso se caracteriza por tener ciertas particularidades, como la presencia de incertidumbre y la introducción de innovación en su desarrollo.

b. Variable dependiente

Competitividad de las mujeres

La competitividad de las mujeres en el ámbito empresarial se define por su participación en la organización y el proceso de toma de decisiones, fruto de un proceso de empoderamiento individual que les permite tomar sus propias decisiones y alcanzar sus metas. Dentro de este grupo de individuos con estas características se incluyen las mujeres, quienes han experimentado estos cambios en las últimas décadas, pasando de teoría a práctica.

J. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variable (X): Emprendimiento.

Título: Emprendimiento y competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.				
Variable (X)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Emprendimiento.	Villa et al. (2017) afirman que “El emprendimiento es una actitud y habilidad que te permite asumir nuevos retos, nuevos proyectos, te permite ir más allá, más allá de donde ya has estado” (p. 2).	El emprendimiento se medirá mediante el nivel de éxito que se obtiene en el proyecto.	Emprendimiento por necesidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento requerido. • Ubicación.
			Emprendimiento por oportunidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia a asumir riesgos. • Experiencia. • Educación.
			Emprendimiento por azar.	<ul style="list-style-type: none"> • Padres empresarios. • Satisfacción laboral.

Nota. Elaborado por el autor (2023).

Tabla 2*Matriz de operacionalización de variable (Y): Competitividad de las mujeres.*

Título: Emprendimiento y competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.				
Variable (Y)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Competitividad de las mujeres.	Según Feijó Gonzales & Vintimilla Ochoa (2016) la competitividad se desarrolla cuando una empresa es capaz de proporcionar bienes y servicios equivalentes o más eficientes que sus competidores.	La competitividad de las mujeres se medirá grado de competitividad que logran estas empresas agrícolas exportadoras.	Coordinación de equipos.	• Nivel de productividad.
			Innovación.	• Cantidad de ideas innovadoras.
			Colaboración.	• Nivel de eficiencia en la organización del trabajo.

Nota. Elaborado por el autor (2023).

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

A. Tipo, nivel y diseño de investigación

a. Tipo de investigación

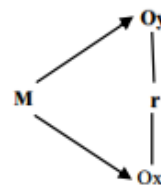
Según Hernández et al., el tipo de investigación fue descriptiva, prospectiva y transversal (2014) es descriptiva, este tipo de investigación tiene como finalidad describir detalladamente la comunidad, grupo, persona, objeto y características, perfiles o cualquier fenómeno que se esté analizando; es prospectivo porque primero diseñamos y planificamos el estudio y luego recopilamos los datos. Finalmente, están los estudios transversales “donde los datos se recopilan en un momento específico, en un momento específico.

b. Nivel de investigación

Según Hernández (1994, p. 193) el nivel de investigación fue correlacional porque tienen como objetivo describir la relación entre dos o más variables en un momento dado. Tampoco se trata de la descripción de variables, sino de la relación entre ellas con un nivel de investigación correlacional.

c. Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental (Hernández et al., 2014). Es no experimental porque el investigador no manipuló deliberadamente las variables de estudio, solo observó situaciones reales; esto es importante porque nos permitirá evaluar el grado de correlación entre las variables de investigación como son emprendimiento y competitividad de las mujeres.



M es la muestra

O1: Liderazgo transformacional

O2: Desempeño laboral

r es la relación

B. Población, muestra materia de investigación

a. Población

Según Hernández y Mendoza (2018), se debe entender por población, y según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la población es el conjunto de todos los

casos que cumplen con una especificación dada. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 174)

La población estuvo compuesta por las 44369 mujeres que trabajan en empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica.

b. Muestra

Según Monje (2011), el muestreo no probabilístico no depende del azar, los ítems se seleccionan de acuerdo a las características definitorias del estudio (Monje, 2011, p. 125)

La muestra estuvo conformada por 381 mujeres que trabajan en empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, sorteados al azar.

$$n = \frac{S^2 \times N \times P \times R}{E^2 \times (N - 1) + S^2 \times P \times R}$$

Dónde:

N = Población, cuyo valor es 44369.

S = Nivel de confianza (95%), cuyo valor es 1.96

E = Error muestral, cuyo valor es 5

P = Posibilidad de éxito, cuyo valor es 50

R = Posibilidad de fracaso, cuyo valor es 50

$$= \frac{1.96^2 \times 44369 \times 50 \times 50}{5^2 \times (44369 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50} = 381$$

C. Técnica de recolección de datos

En cuanto a la recolección de datos, se organizaron dos entrevistas y pruebas a expertos, así como un examen virtual de la base de datos de empresas agroexportadoras.

Las fuentes y técnicas son las siguientes:

- Análisis de datos/documentos de exportación de SUNAT.
- Gerentes/entrevistas de empresas agroexportadoras.

D. Instrumentos de recolección de datos

Se trabajó con el cuestionario, donde se plantearon preguntas de acuerdo al tema de estudio.

- **Variable independiente**

La variable independiente se constituyó por 15 preguntas donde la dimensión emprendimiento por necesidad se conformó por 5 interrogantes, luego la dimensión emprendimiento por oportunidad se compuso por 5 preguntas y la dimensión

emprendimiento por azar se estableció por 5 interrogantes. En la cual las repuestas de los interrogantes se establecieron por alternativas. Si y No.

- **Variable dependiente**

La variable dependiente se conformó por 15 preguntas donde la dimensión coordinación de equipos se conformó por 5 interrogantes, luego la dimensión innovación se compuso por 5 preguntas y la dimensión colaboración se estableció por 5 interrogantes. En la cual las repuestas de los interrogantes se establecieron por alternativas Si y No.

E. Técnica de procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados

Se utilizan entrevistas y revisión de documentos para procesar la información recopilada como se describe anteriormente, y se utilizan software como Microsoft Excel y sus complementos para interpretar y analizar los resultados.

III. RESULTADOS

A. Resultados estadísticos

Variable independiente: Emprendimiento.

Tabla 3

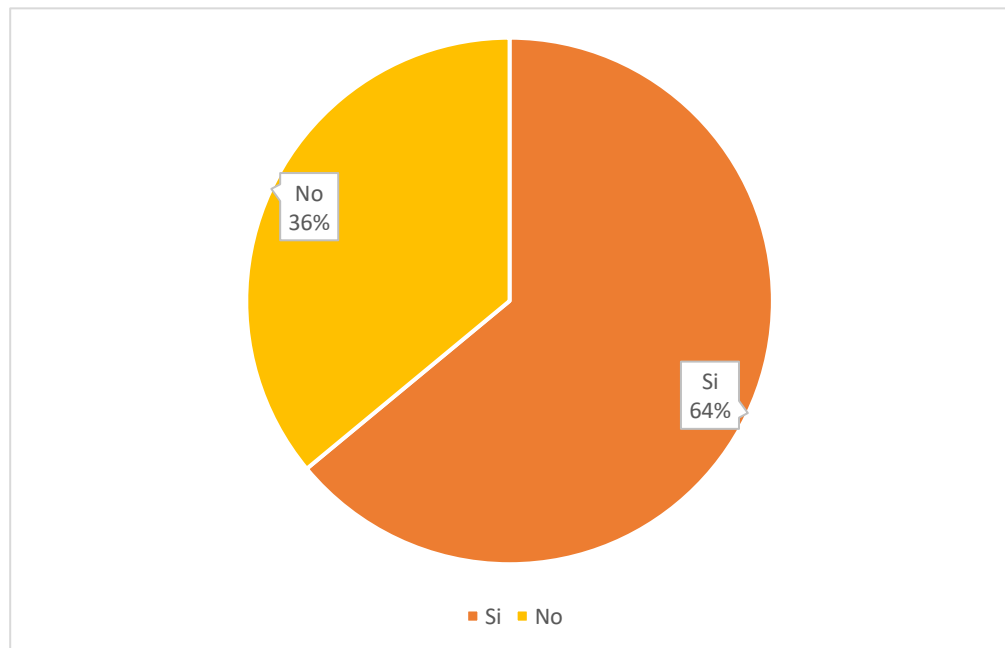
¿Mi emprendimiento resuelve un problema o necesidad?

Frecuencia	fx	%
Si	245	64%
No	136	36%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 1

¿Mi emprendimiento resuelve un problema o necesidad?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Se observa en la figura 1 que, el 64% de los encuestados respondieron que, si han iniciado su emprendimiento para poder resolver alguna necesidad, mientras que, el 36% han respondido que no iniciaron su negocio por necesidad.

Tabla 4

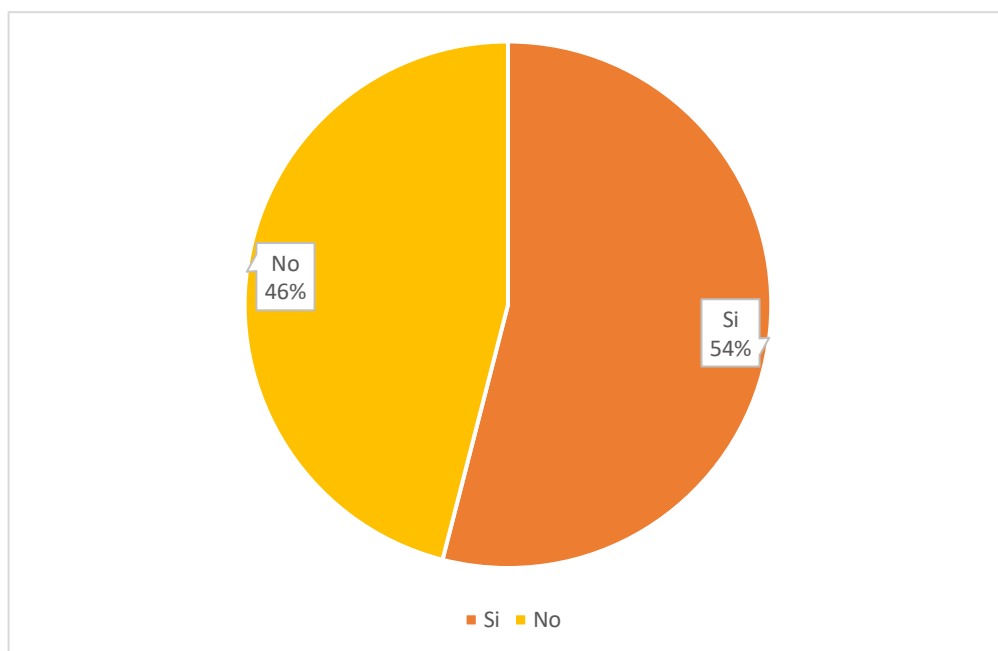
¿Es viable mi idea de negocio?

Frecuencia	fx	%
Si	204	54%
No	177	46%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 2

¿Es viable mi idea de negocio?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 54% de los participantes la idea de su negocio si es viable, aunque para el 46% opinaron que su negocio no es viable.

Tabla 5

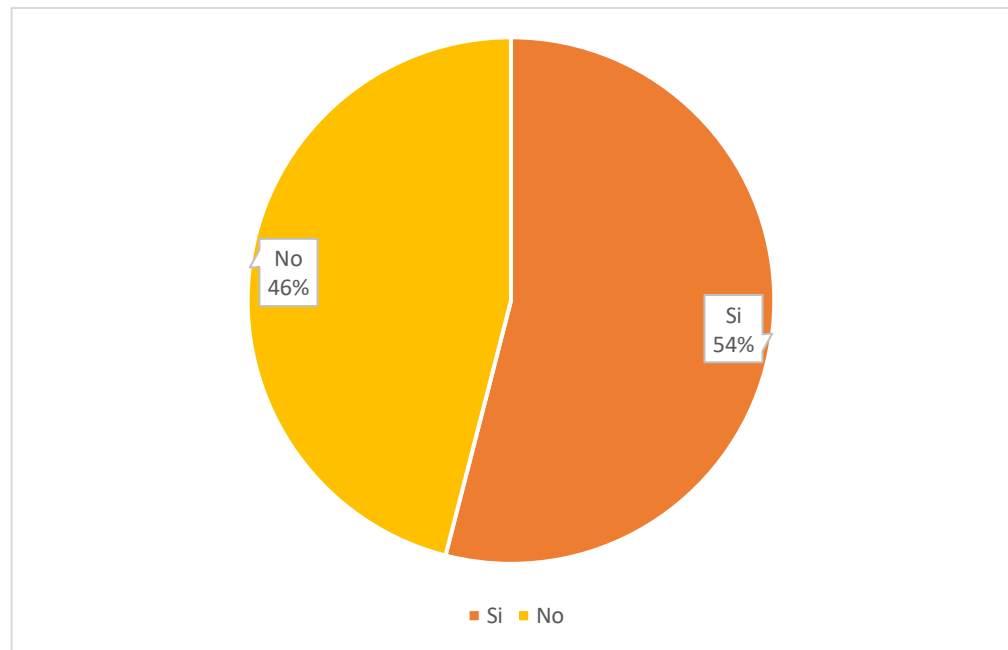
¿Sé reconocer mi público objetivo?

Frecuencia	fx	%
Si	207	54%
No	174	46%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 3

¿Sé reconocer mi público objetivo?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Está detallado en la figura 3 que, el 54% de los participantes si saben reconocer su público objetivo, mientras que, para el 46% de los encuestados no ha logrado encontrar su público objetivo.

Tabla 6

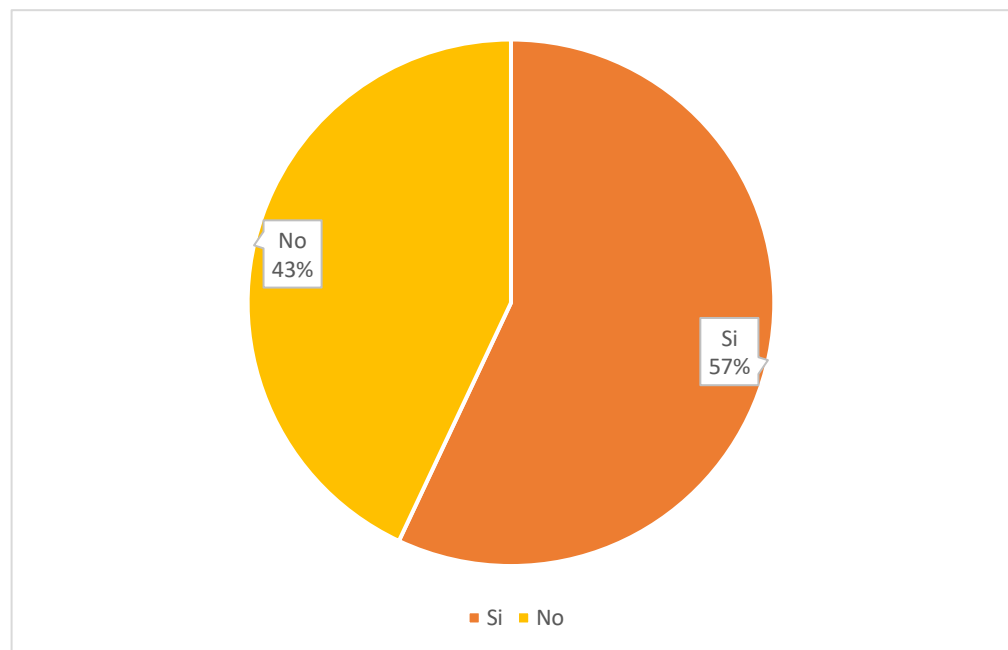
¿Realizaste un estudio de mercado antes de realizar el emprendimiento?

Frecuencia	fx	%
Si	217	57%
No	164	43%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 4

¿Realizaste un estudio de mercado antes de realizar el emprendimiento?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 57% de los participantes ha respondido que, si han realizado un estudio de mercado de acuerdo a su emprendimiento. Y para el 43% no ha podido realizar su estudio de mercado.

Tabla 7

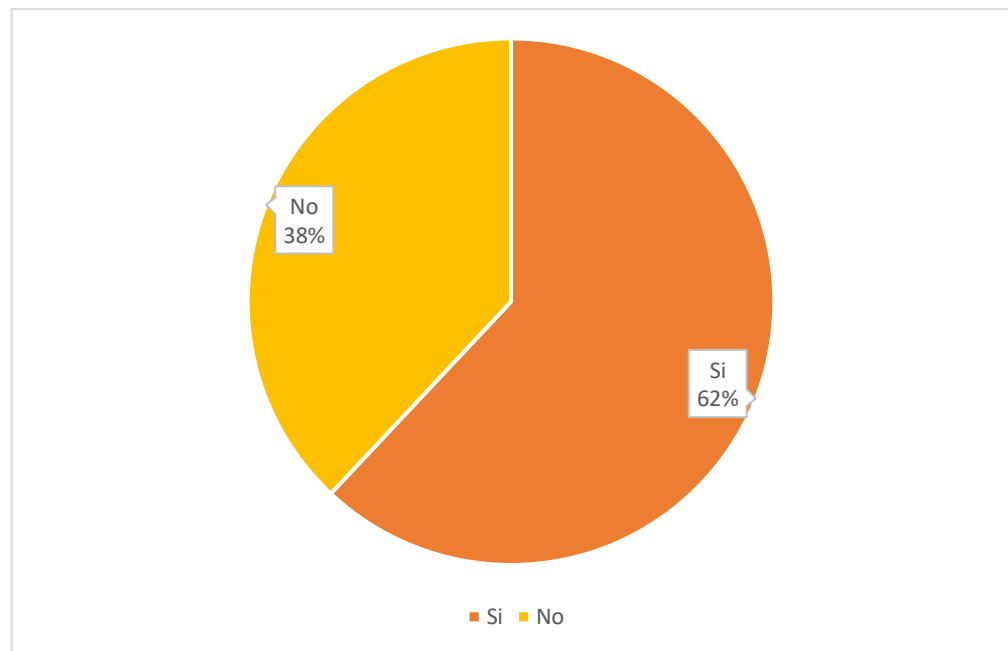
¿Realizaste una lista con los recursos que necesitas?

Frecuencia	fx	%
Si	238	62%
No	143	38%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 5

¿Realizaste una lista con los recursos que necesitas?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Se detalla en la figura 5 que, el 62% de los participantes si han realizado su lista con todos los materiales que necesitan. Aunque, el 38% no logró hacer su lista de los recursos que necesitan.

Tabla 8

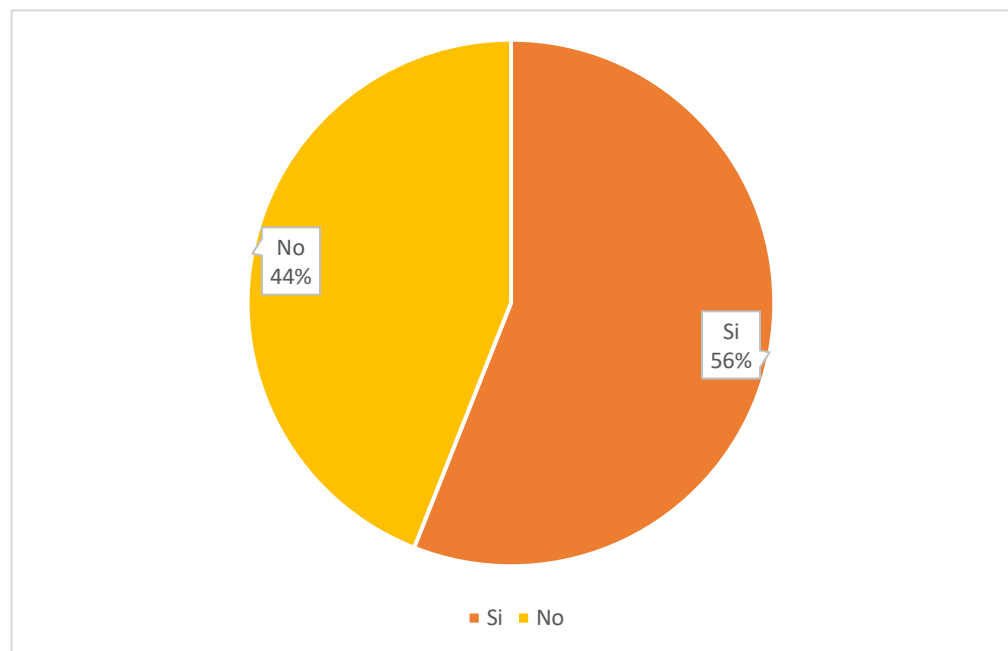
¿Esquematice las actividades mediante un plan de trabajo?

Frecuencia	fx	%
Si	213	56%
No	168	44%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 6

¿Esquematice las actividades mediante un plan de trabajo?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Según la figura 6 se puede observar que, para el 56% de los participantes si tienen un esquema de plan de trabajo. Mientras que, para el 44% de los encuestados no han logrado esquematizar sus actividades de trabajo.

Tabla 9

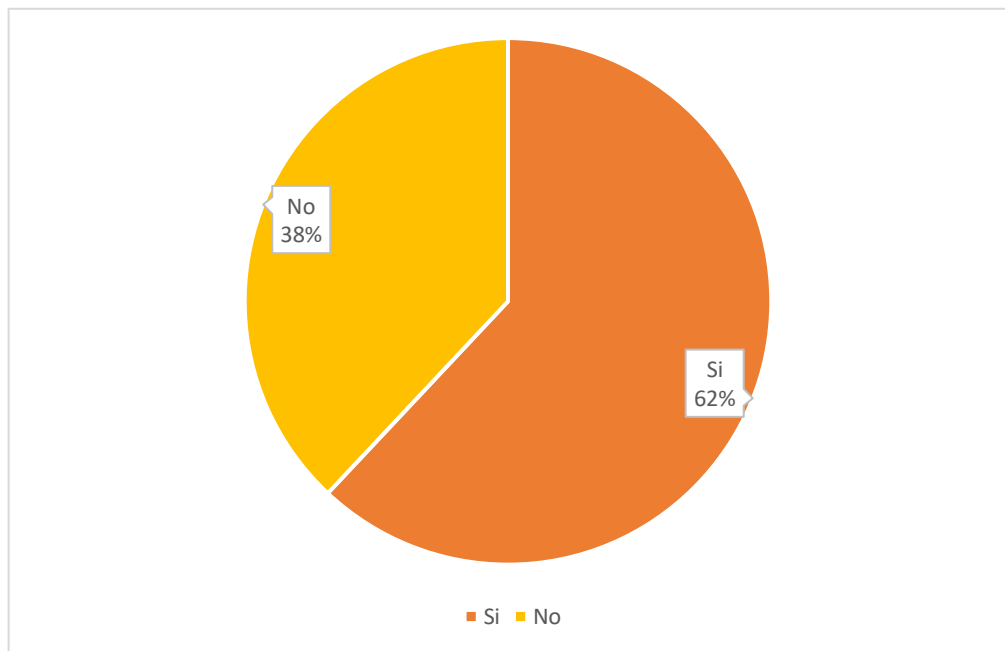
¿Estoy dispuesto(a) a tomar este arduo camino del emprendimiento?

Frecuencia	fx	%
Si	237	62%
No	144	38%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 7

¿Estoy dispuesto(a) a tomar este arduo camino del emprendimiento?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 62% de los participantes si están dispuestas a seguir el camino del emprendimiento. Por otro lado, el 38% de las emprendedoras no están seguras a seguir en la lucha del emprendimiento.

Tabla 10

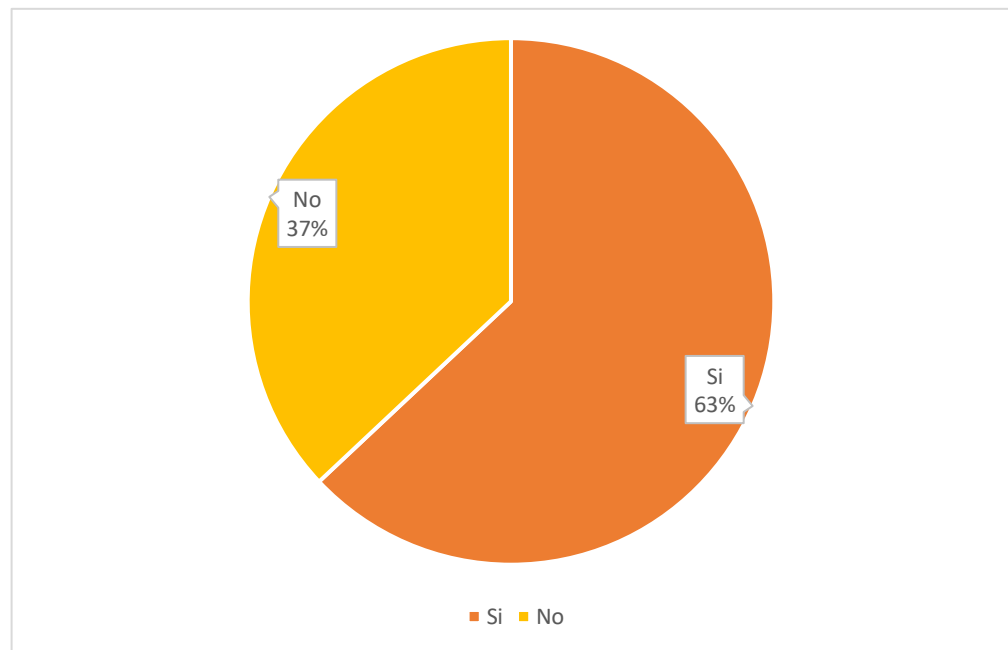
¿Estoy listo(a) para dirigir mi emprendimiento?

Frecuencia	fx	%
Si	241	63%
No	140	37%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 8

¿Estoy listo(a) para dirigir mi emprendimiento?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: Para el 63% de los participantes si se encuentran preparados para dirigir su emprendimiento. Y para el 37% han respondidos que no se sienten preparados para dirigir su emprendimiento.

Tabla 11

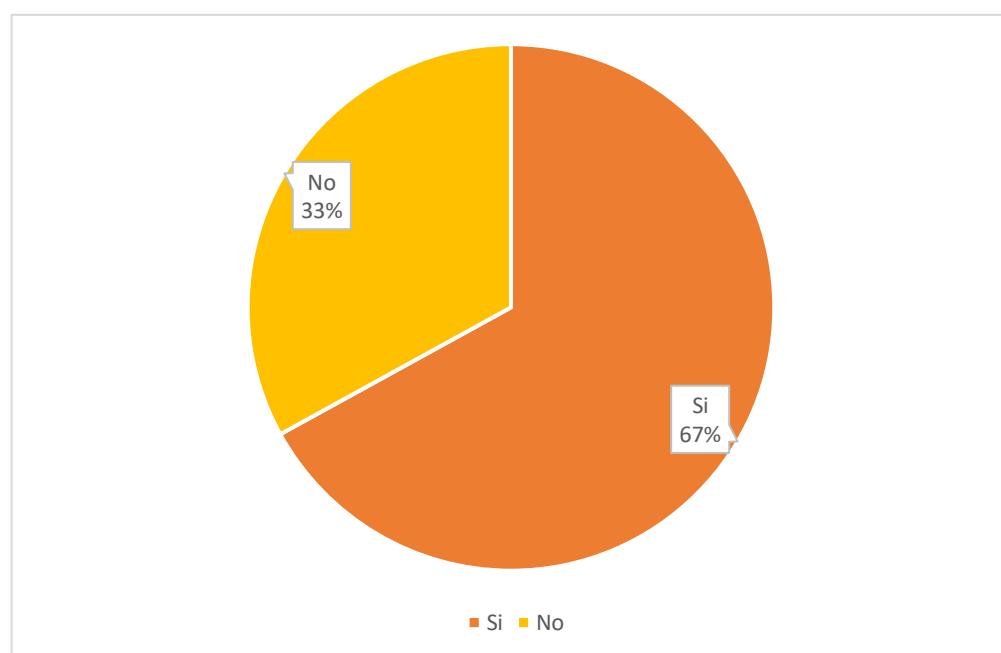
¿Reconozco la misión de mi negocio?

Frecuencia	fx	%
Si	256	67%
No	125	33%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 9

¿Reconozco la misión de mi negocio?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 67% de las participantes ha respondido que si reconocen la misión de su negocio. Y el 33% de las encuestadas opinaron que no han reconocido la misión de su negocio.

Tabla 12

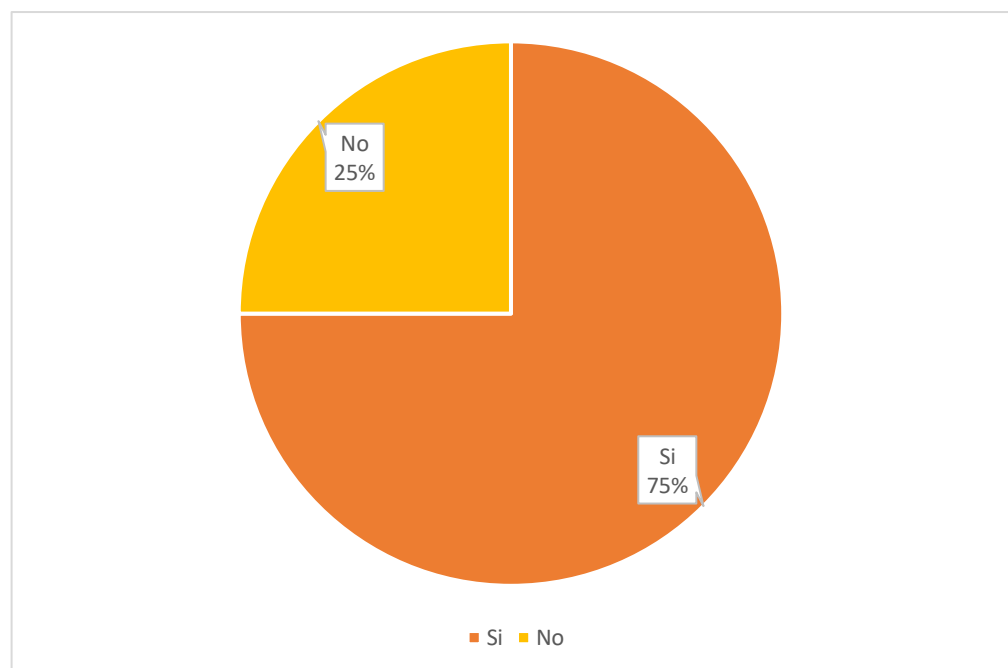
¿Identifico la propuesta de valor de mi emprendimiento?

Frecuencia	fx	%
Si	286	75%
No	95	25%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 10

¿Identifico la propuesta de valor de mi emprendimiento?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De la figura 10 se observa que, el 75% de los encuestados si han identificado la propuesta del valor de su emprendimiento. Para el 25% de los participantes respondieron que no han identificados el valor de su emprendimiento.

Tabla 13

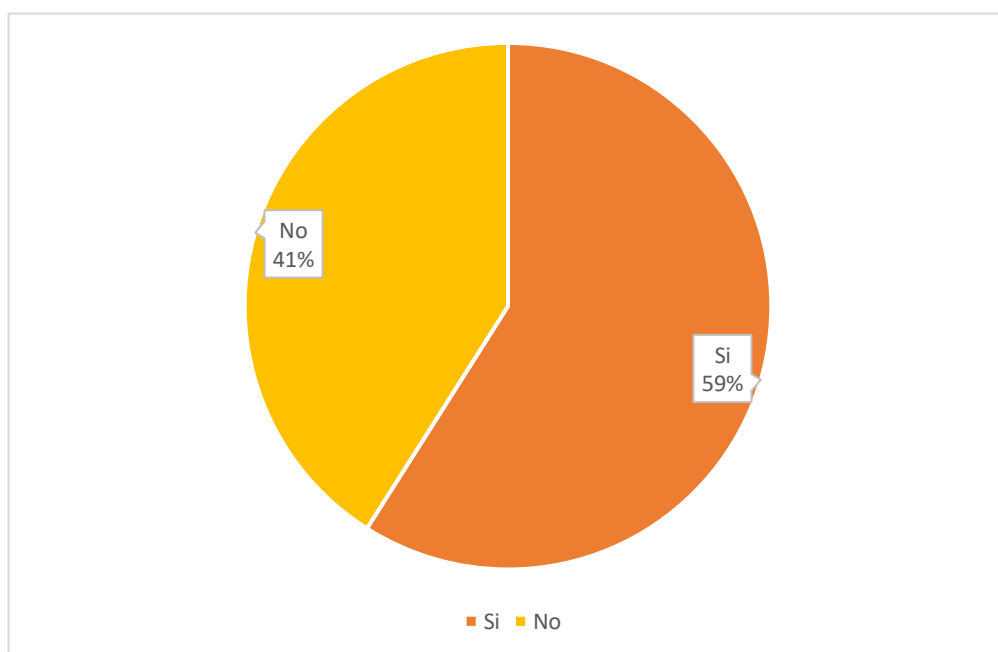
¿Reconozco la visión de mi negocio?

Frecuencia	fx	%
Si	224	59%
No	157	41%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 11

¿Reconozco la visión de mi negocio?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 59% de los participantes si reconocen la visión de su negocio. Y el 41% no reconocen la visión de su negocio.

Tabla 14

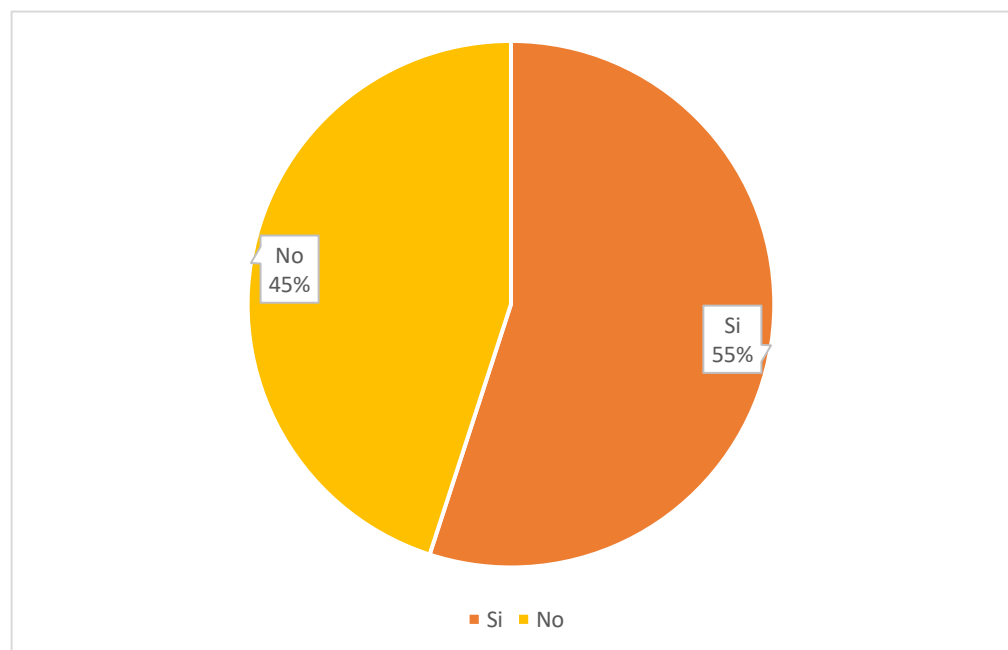
¿Sé identificar qué tipo de emprendedor soy?

Frecuencia	fx	%
Si	209	55%
No	172	45%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 12

¿Sé identificar qué tipo de emprendedor soy?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 12 se puede observar que, el 55% si saben identificar qué tipo de emprendedores son y el 45% de los participantes opinaron que no entienden el tipo de emprendimiento tienen y poder reconocerse.

Tabla 15

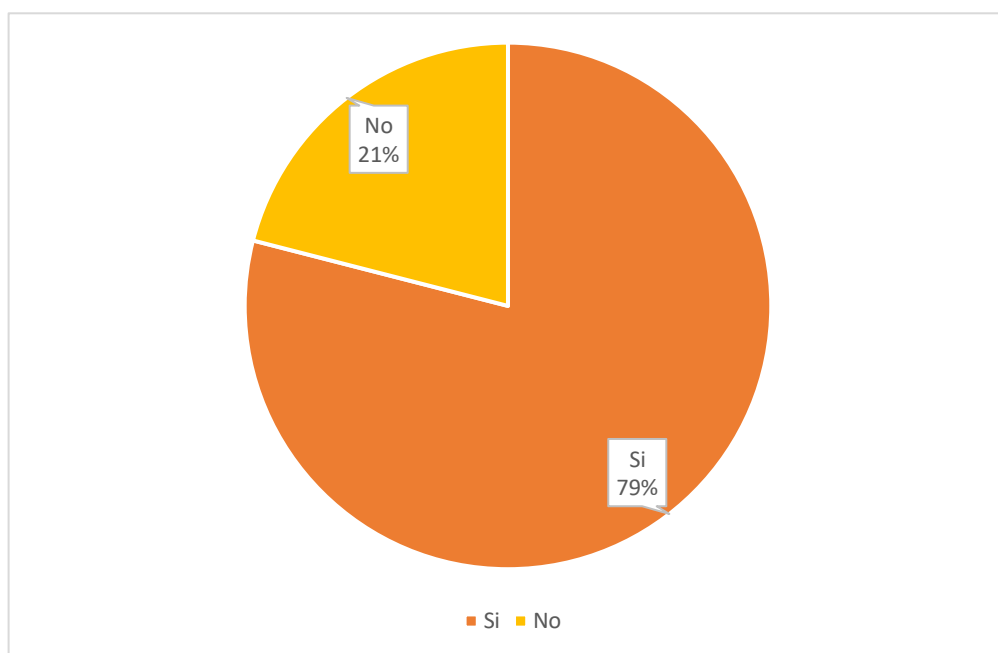
¿Conozco al mercado en la actualidad?

Frecuencia	fx	%
Si	302	79%
No	79	21%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 13

¿Conozco al mercado en la actualidad?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 79% de los encuestados han respondido que, si conocen el mercado actual. Aunque, el 21% de los participantes no conocen las necesidades del mercado actual.

Tabla 16

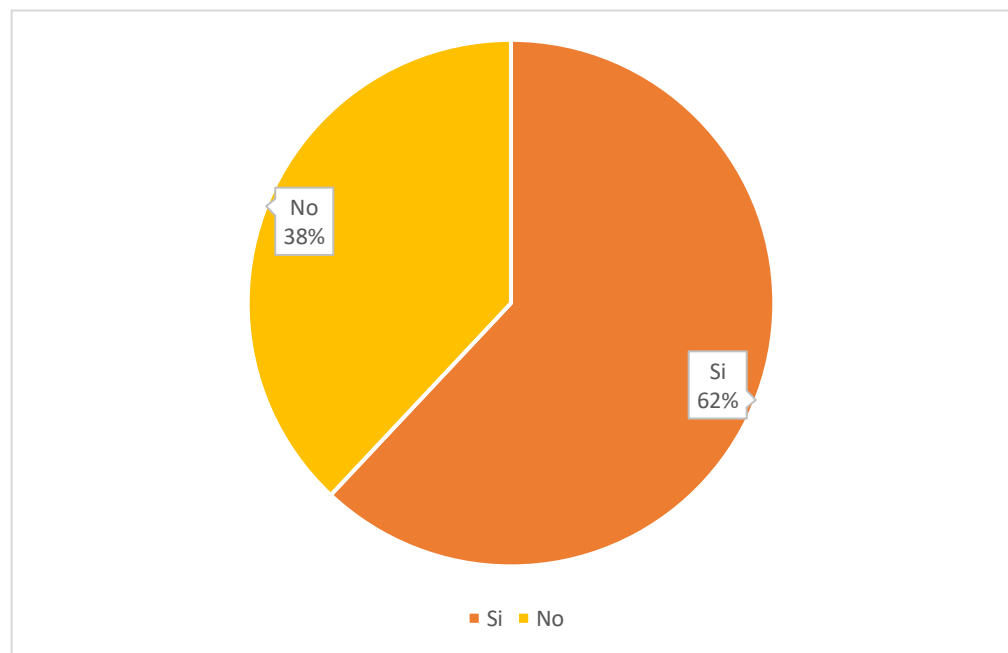
¿Se me es suficiente mi equipo que tengo en este momento?

Frecuencia	fx	%
Si	237	62%
No	144	38%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 14

¿Se me es suficiente mi equipo que tengo en este momento?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 14 se ha determinado que, el 62% si tienen suficientes miembros en su equipo de trabajo. Mientras que, para el 38% no tienen suficiente personal.

Tabla 17

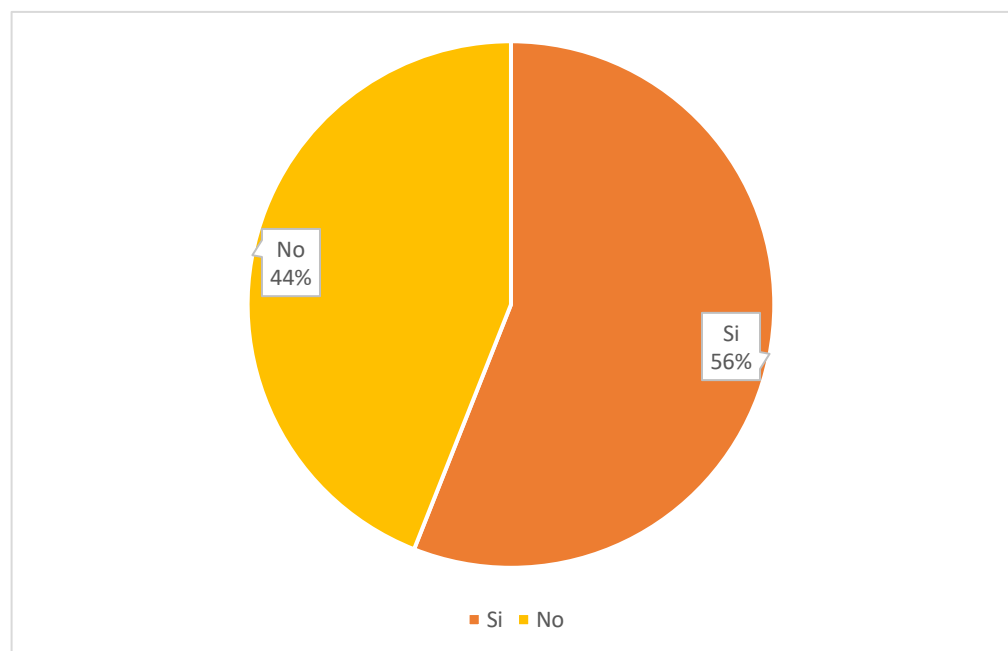
¿Aplico estrategias de promoción para captar clientes?

Frecuencia	fx	%
Si	213	56%
No	168	44%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 15

¿Aplico estrategias de promoción para captar clientes?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 15 se ha consolidado que, el 56% de los participantes si han aplicado estrategias de publicidad para captar clientes. Aunque, el 44% aún no han aplicado estrategias de promoción y de esa manera captar clientes.

Variable dependiente: Competitividad de las mujeres

Tabla 18

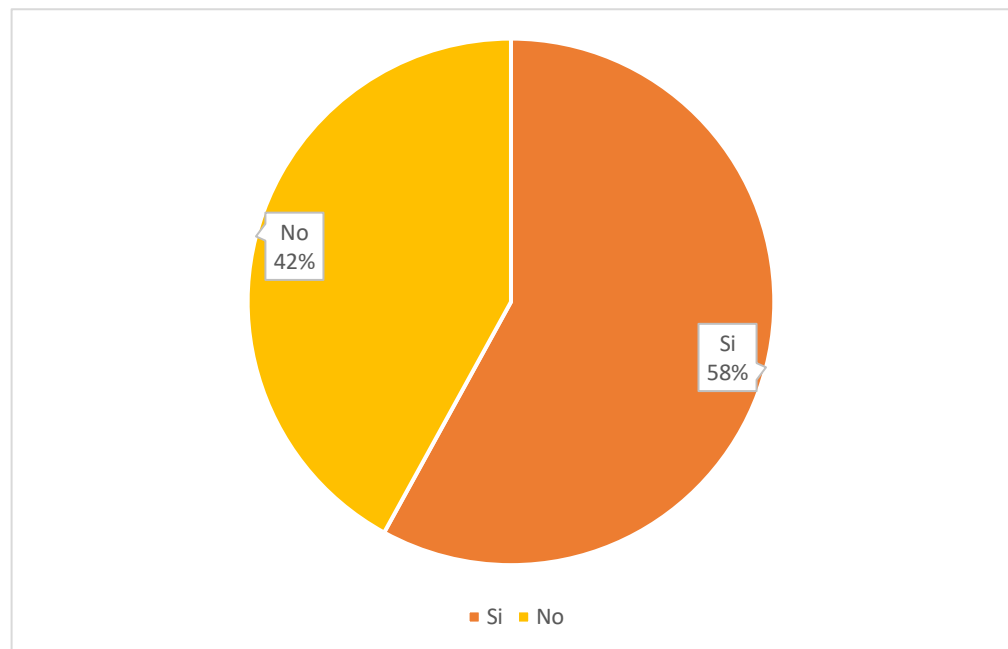
¿Los miembros del equipo tienen total claridad sobre sus roles en el equipo?

Frecuencia	fx	%
Si	222	58%
No	159	42%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 16

¿Los miembros del equipo tienen total claridad sobre sus roles en el equipo?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 58% de las participantes han respondido que, los miembros de su equipo si tienen total claridad de sus roles. Aunque, el 42% no tienen total claridad sobre sus roles en su equipo.

Tabla 19

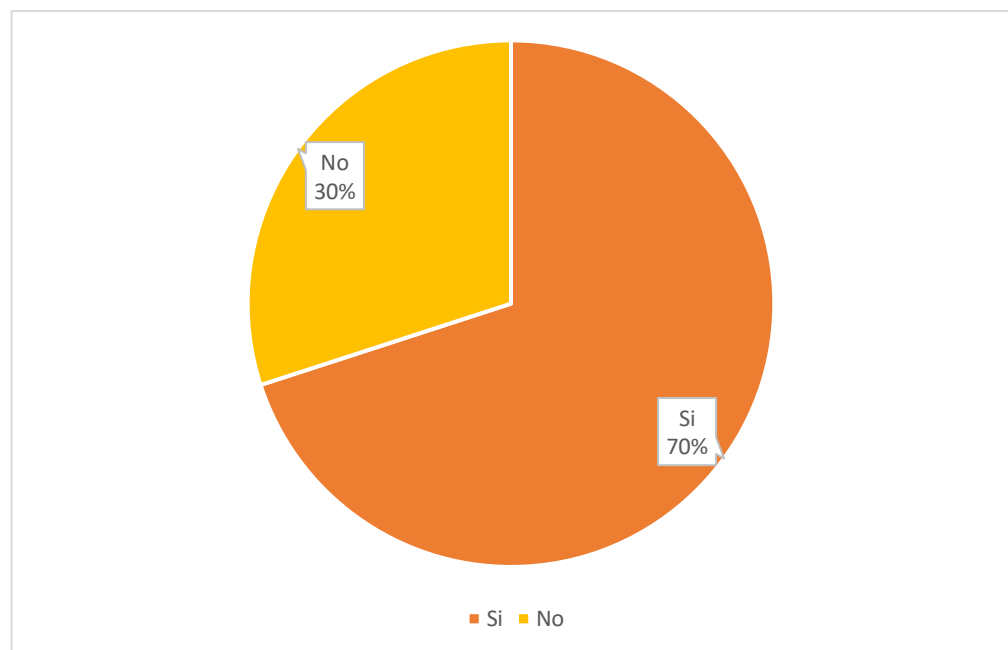
¿El equipo cuenta con un mecanismo efectivo para la resolución de conflictos?

Frecuencia	fx	%
Si	266	70%
No	115	30%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 17

¿El equipo cuenta con un mecanismo efectivo para la resolución de conflictos?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 17 se observa que, el 70% de los participantes si cuentan con mecanismo para solucionar conflictos y el 30% no cuentan con mecanismos de solución.

Tabla 20

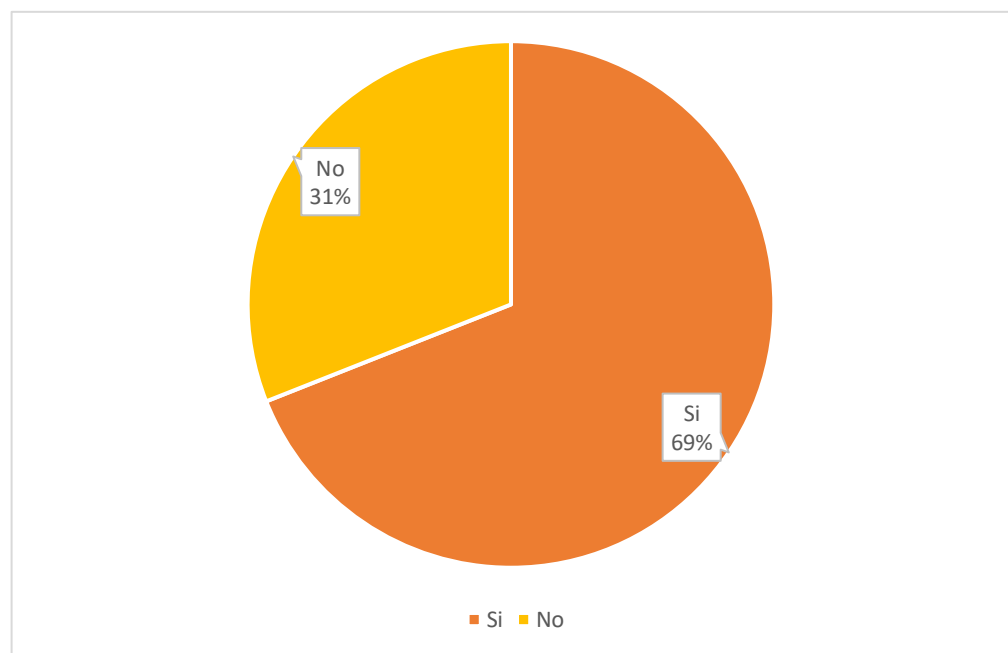
¿Mi departamento promueve el trabajo en equipo?

Frecuencia	fx	%
Si	261	69%
No	120	31%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 18

¿Mi departamento promueve el trabajo en equipo?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 69% de los participantes si creen que su área de trabajo promueve el trabajo en equipo. Mientras que, para el 31% de los participantes opinan que si departamento no promueven el trabajo en equipo.

Tabla 21

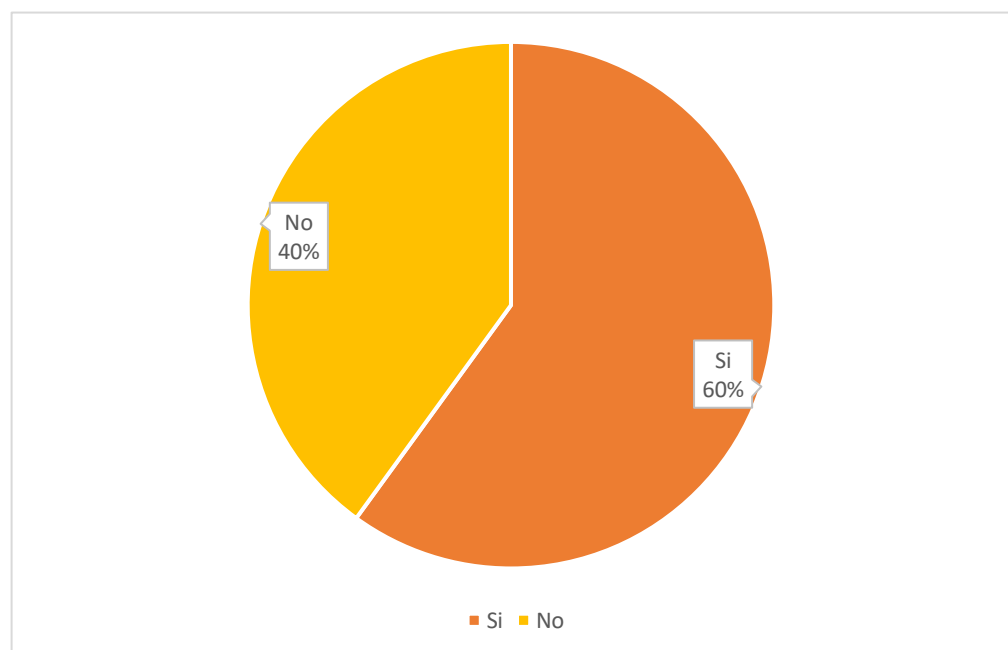
¿Los miembros del equipo son responsables de las decisiones tomadas?

Frecuencia	fx	%
Si	230	60%
No	151	40%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 19

¿Los miembros del equipo son responsables de las decisiones tomadas?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 60% de los participantes opinaron que, los miembros del equipo si son responsables de las decisiones tomadas. Mientras que, para el 40% de los participantes opinaron que los miembros del equipo no son responsables de las decisiones tomadas.

Tabla 22

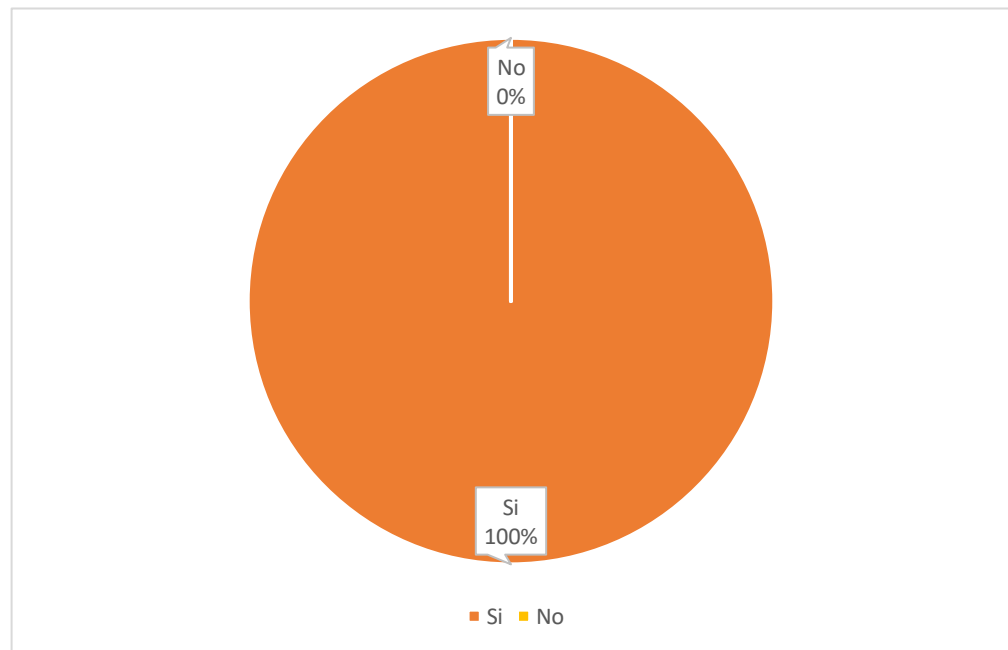
¿Trabajar en equipo me motiva a dar lo mejor de mí?

Frecuencia	fx	%
Si	381	100%
No	0	0%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 20

¿Trabajar en equipo me motiva a dar lo mejor de mí?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: En la figura 20 se observa que, el 100% de las participantes opinaron que trabajar en equipo si las motiva a dar lo mejor.

Tabla 23

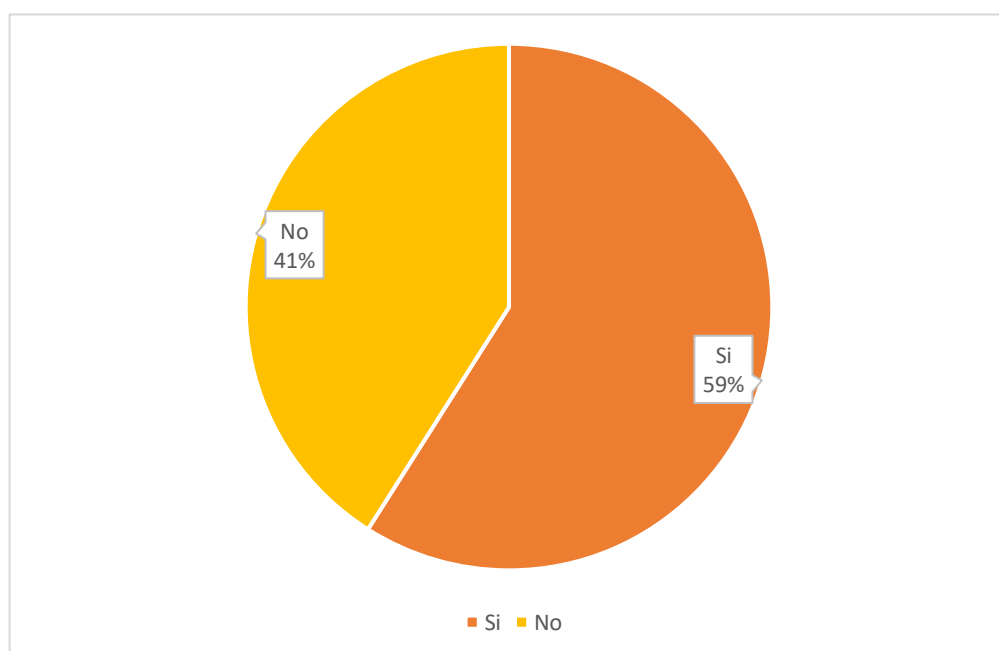
¿La innovación puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos?

Frecuencia	fx	%
Si	226	59%
No	155	41%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 21

¿La innovación puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 21 se puede apreciar que, el 59% de los participantes creen que la innovación si puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos. Para el 41% opinaron que la innovación no reduce los costos de producción.

Tabla 24

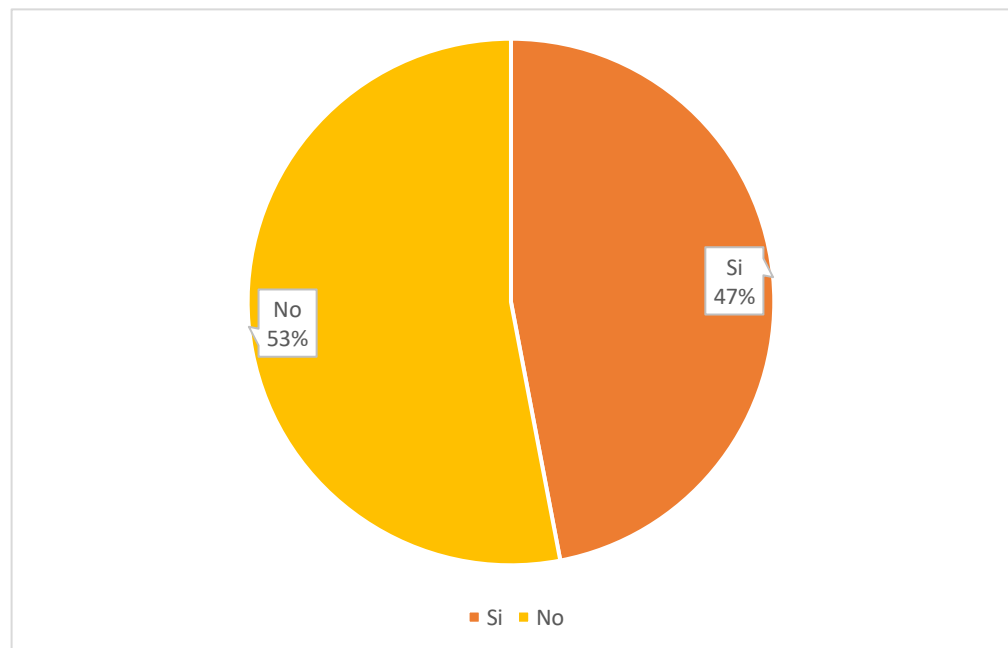
¿Cree usted que la inversión en investigación y desarrollo de un nuevo diseño de producto (ID) permite conseguir menores costes de producción para lograr ventaja de costos competitivos?

Frecuencia	fx	%
Si	178	47%
No	203	53%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 22

¿Cree usted que la inversión en investigación y desarrollo de un nuevo diseño de producto (ID) permite conseguir menores costes de producción para lograr ventaja de costos competitivos?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 53% cree que la inversión en nuevos productos no consigue menos costes de producción. Por el contrario, el 47% opinaron que si se observaría una baja en los costos de producción.

Tabla 25

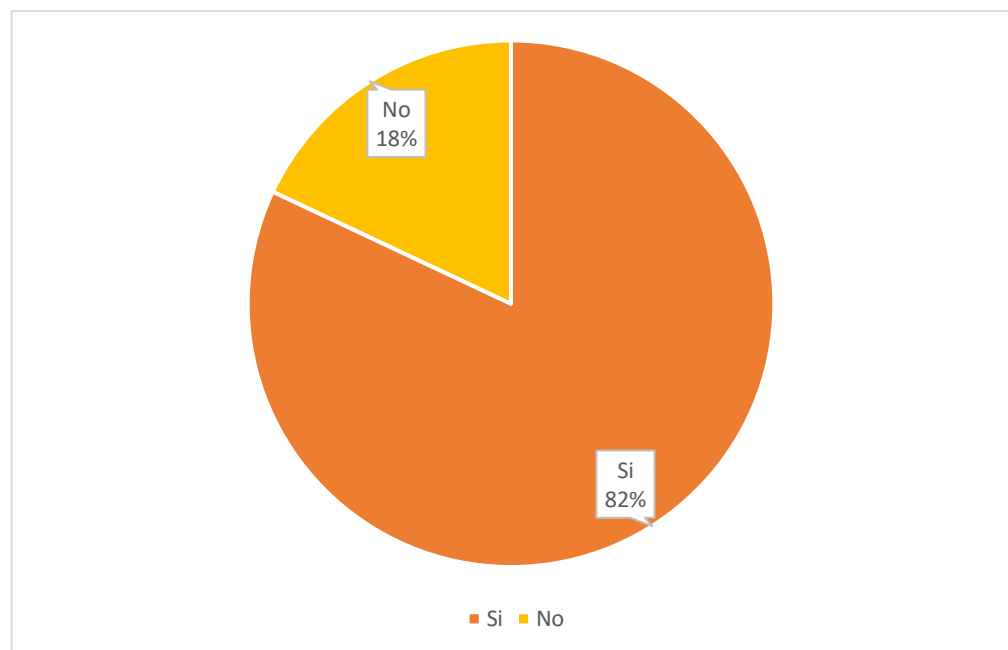
¿Cree usted que su negocio necesita mayor implementación de innovación?

Frecuencia	fx	%
Si	311	82%
No	70	18%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 23

¿Cree usted que su negocio necesita mayor implementación de innovación?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: El 82% de los participantes opinaron que, el negocio si necesita mas implementación e innovación. El 18% de los encuestados creen que todavía el negocio no necesita de implementación e innovación.

Tabla 26

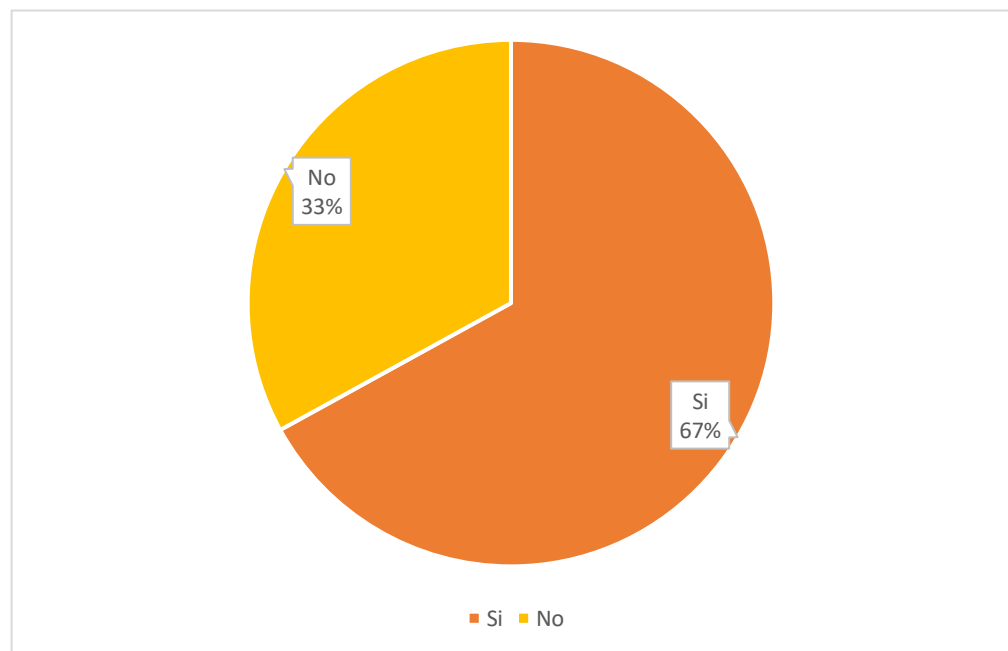
¿La organización está dispuesta a invertir en innovación?

Frecuencia	fx	%
Si	255	67%
No	126	33%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 24

¿La organización está dispuesta a invertir en innovación?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 24 se ha determinado que, el 67% de las participantes opinan que la empresa si está dispuesta a invertir en innovación. Por el contrario, el 33% no está dispuesto a invertir.

Tabla 27

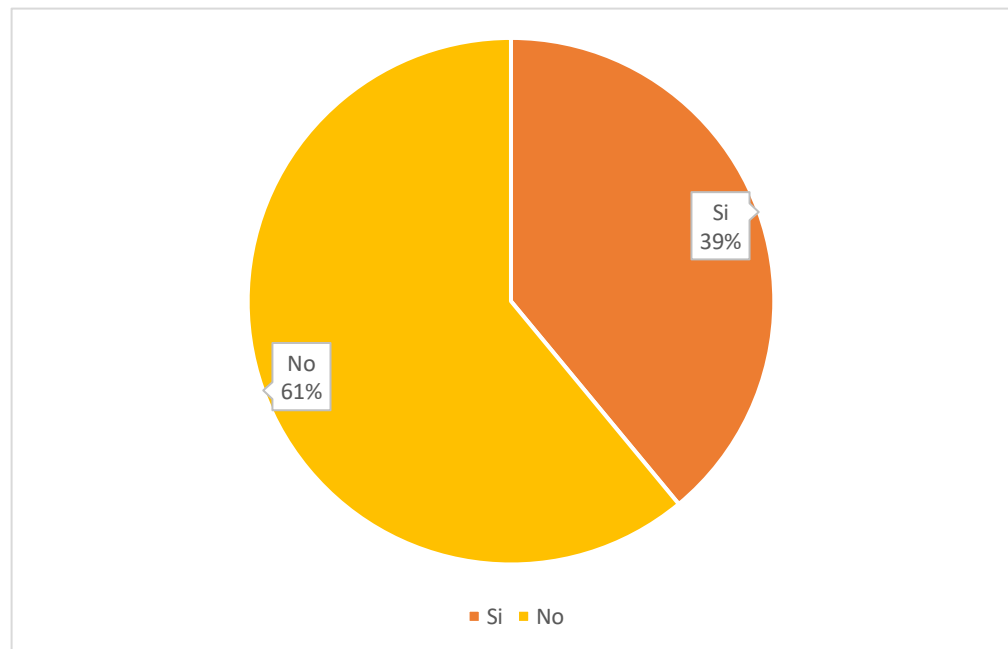
¿Las tendencias de innovación que usamos impactan en mayor grado a nuestro modelo de negocio?

Frecuencia	fx	%
Si	150	39%
No	231	61%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 25

¿Las tendencias de innovación que usamos impactan en mayor grado a nuestro modelo de negocio?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 25 se ha determinado que, el 61% de los participantes opinaron que las tendencias de innovación que usan no están teniendo un gran impacto. Aunque, para el 39% estas nuevas tendencias si impactan en el negocio.

Tabla 28

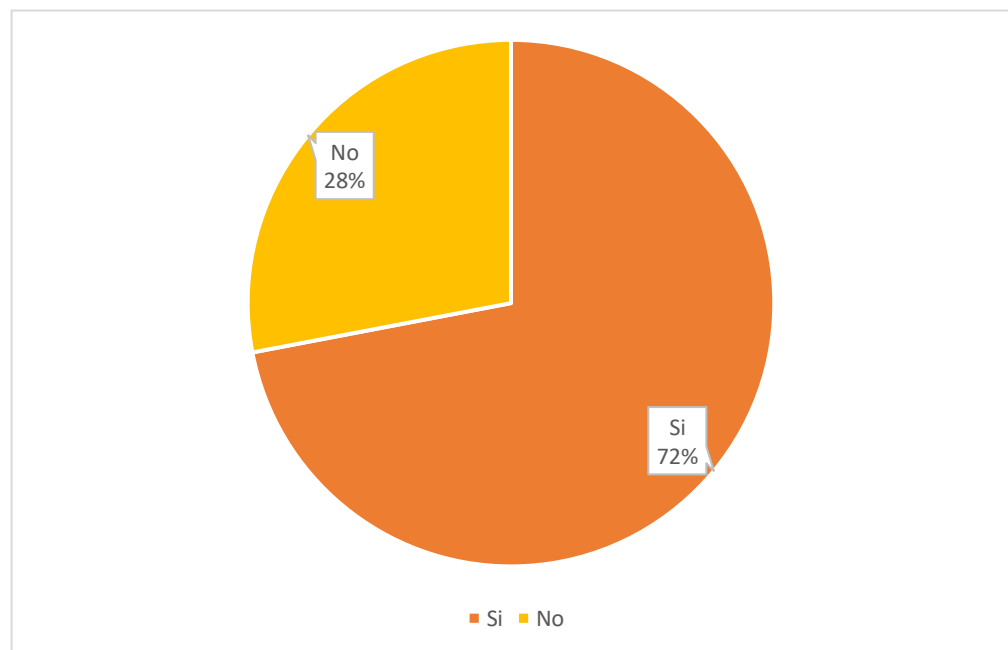
¿Hacer todo lo posible para obtener las opiniones e ideas de los empleados?

Frecuencia	fx	%
Si	274	72%
No	107	28%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 26

¿Hacer todo lo posible para obtener las opiniones e ideas de los empleados?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 26 se entiende que, 72% de los participantes si hacen todo lo posible para recibir opiniones de los demás empleados. Y el 28% cree que no se logra obtener la opinión de los demás integrantes de la empresa.

Tabla 29

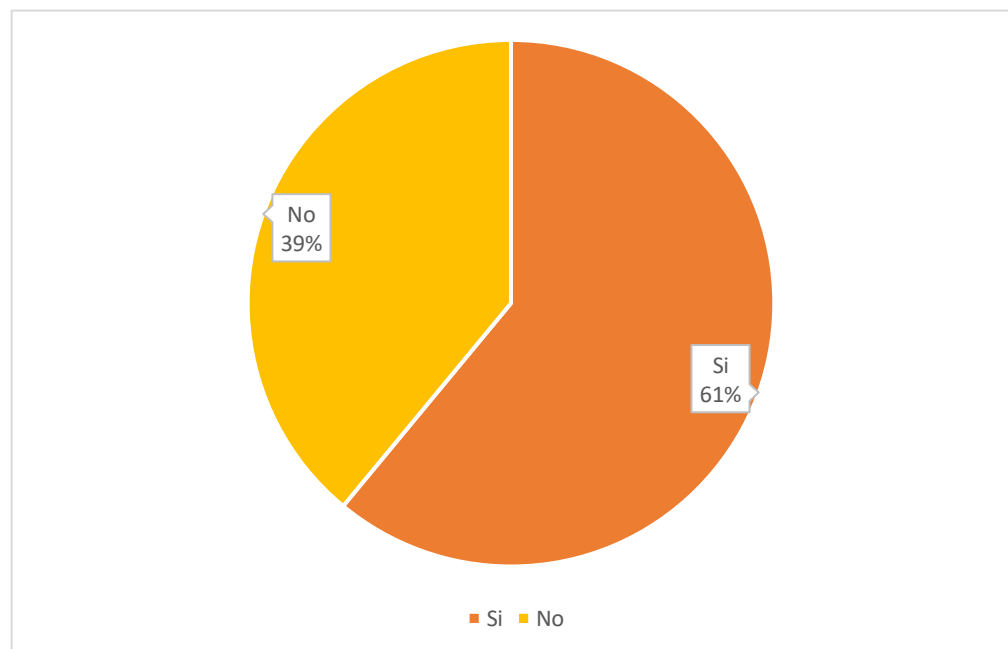
¿Hay una alineación muy buena entre mi departamento y otros departamentos que tengo que coordinar?

Frecuencia	fx	%
Si	234	61%
No	147	39%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 27

¿Hay una alineación muy buena entre mi departamento y otros departamentos que tengo que coordinar?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 27 se entiende que, 61% si hay una buena alineación entre los demás departamentos de la empresa. Y el 39% opina que no se da una buena coordinación entre los demás departamentos.

Tabla 30

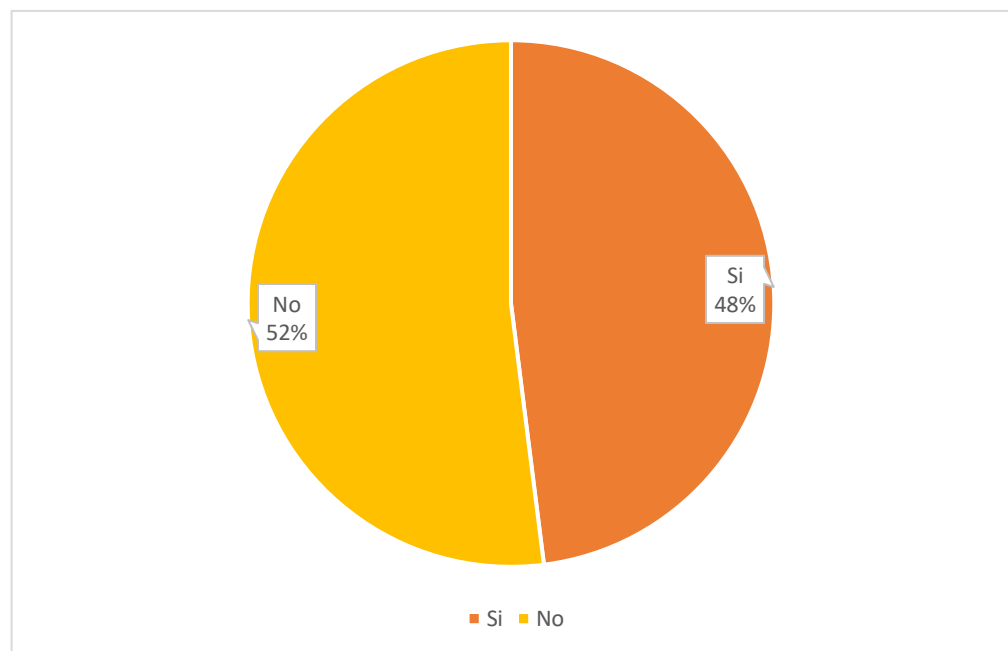
¿Mi departamento sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización?

Frecuencia	fx	%
Si	184	48%
No	197	52%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 28

¿Mi departamento sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 28 se entiende que, el 52% de los participantes opinaron que el departamento no sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización. Y para el 48% los departamentos si tienen conocimiento de las labores de los demás.

Tabla 31

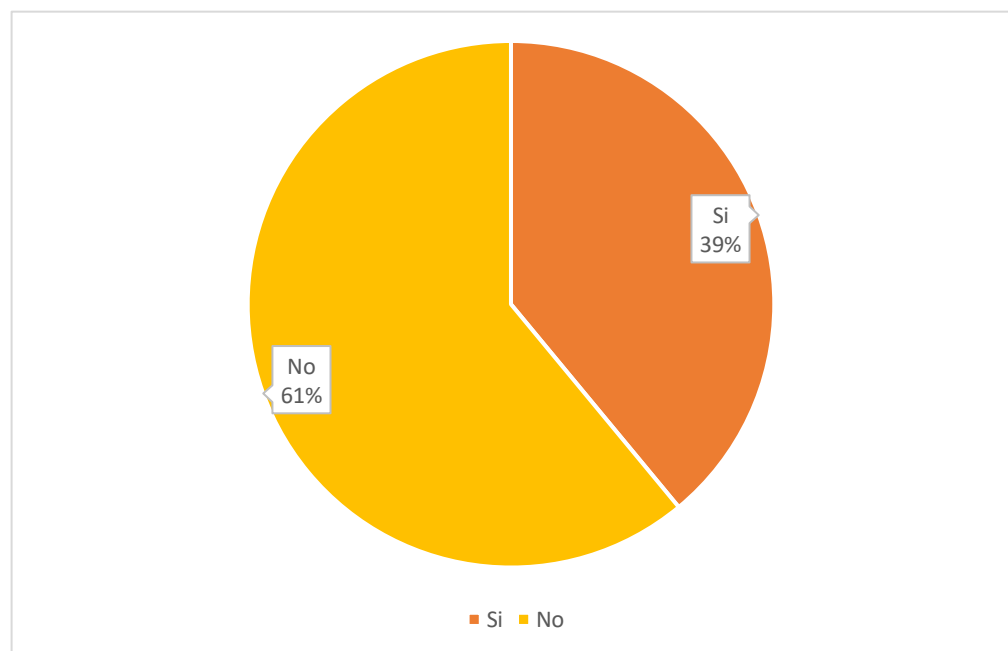
¿Las tareas asignadas están equitativamente distribuidas?

Frecuencia	fx	%
Si	150	39%
No	231	61%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 29

¿Las tareas asignadas están equitativamente distribuidas?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 29 se entiende que, el 61% las tareas asignadas no están equitativamente distribuidas. Mientras que, para el 39% las tareas si on asignadas de igual manera.

Tabla 32

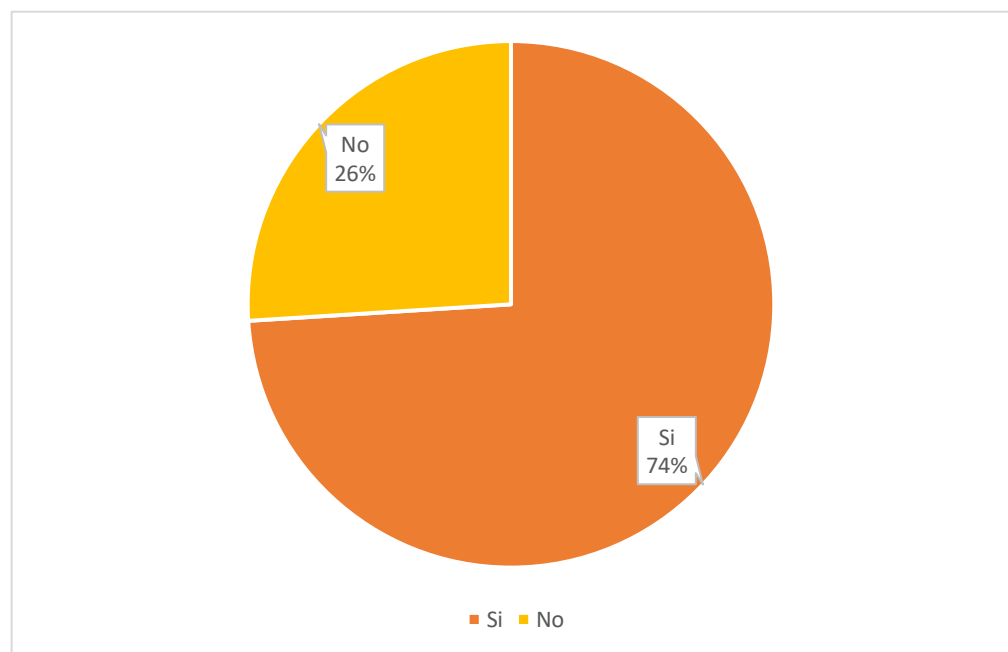
¿Los miembros del equipo brindan retroalimentación oportuna?

Frecuencia	fx	%
Si	281	74%
No	100	26%
Total	381	100%

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Figura 30

¿Los miembros del equipo brindan retroalimentación oportuna?



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Interpretación: De acuerdo a la figura 30 se entiende que, el 74% de los miembros del equipo si brindan retroalimentación oportuna. Mientras que el 26% opinan que los miembros del equipo no brindan retroalimentación oportuna.

B. Comprobación de hipótesis

Hipótesis general

H0: El emprendimiento no se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

H1: El emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

Tabla 33

Comprobación de hipótesis general

Correlaciones			
		Emprendimiento	Competitividad de las mujeres
Emprendimiento	Correlación de Pearson	1	,733**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	381	381
Competitividad de las mujeres	Correlación de Pearson	,733**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	381	381

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 33 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.733 indicando una correlación buena dado a que se encuentra dentro del rango (0.6 – 0.8). De este resultado se aprecia que la variable emprendimiento tiene una relación significativa con la variable competitividad de las mujeres debido a que, se obtuvo un $p=0.00$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 1

H0: El emprendimiento por necesidad no se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

H1: El emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

Tabla 34*Comprobación de hipótesis específica 1*

		Emprendimiento por necesidad	Competitividad de las mujeres
Emprendimiento por necesidad	Correlación de Pearson	1	,769**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	381	381
Competitividad de las mujeres	Correlación de Pearson	,769**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	381	381

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 34 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.769 indicando una correlación alta dado a que se encuentra dentro del rango (0.6 – 0.8). Además, se ha obtenido un p valor = 0.00 indicando una correlación significativa. Se da por aceptada la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 2

H0: El emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

H1: El emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

Tabla 35*Comprobación de hipótesis específica 2*

		Emprendimiento por oportunidad	Competitividad de las mujeres
Emprendimiento por oportunidad	Correlación de Pearson	1	,768**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	381	381
Competitividad de las mujeres	Correlación de Pearson	,768**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	381	381

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 35 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.768 indicando una correlación buena dado a que se encuentra dentro del rango (0.6 – 0.8). De este resultado se aprecia que la dimensión emprendimiento por oportunidad tiene una relación significativa con la variable competitividad de las mujeres debido a que, se obtuvo un $p=0.00$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 3

H0: El emprendimiento por azar no se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

H1: El emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.

Tabla 36*Comprobación de hipótesis específica 3*

		Emprendimiento por azar	Competitividad de las mujeres
Emprendimiento por azar	Correlación de Pearson	1	,665**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	381	381
Competitividad de las mujeres	Correlación de Pearson	,665**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	381	381

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia (2023)

Interpretación: Del análisis registrado en la tabla 36 se ha determinado que, el valor de Pearson es de 0.665 indicando una correlación buena dado a que se encuentra dentro del rango (0.6 – 0.8). De este resultado se aprecia que la dimensión emprendimiento por azar tiene una relación significativa con la variable competitividad de las mujeres debido a que, se obtuvo un $p=0.00$. Por lo tanto, se da por aceptado la hipótesis alterna.

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a Gonzáles (2020), su estudio demostró que las mujeres rurales del estado de López en Ecuador, se involucran menos en el emprendimiento debido a la falta de programas de emprendimiento en las organizaciones públicas, lo que tiene consecuencias sociales, psicológicas y económicas y está muy relacionado con el desempleo. Haciendo un análisis con el presente trabajo de investigación se observa diferencia en los resultados. Debido a que no se logró encontrar una relación de estudio con las variables y las dimensiones. Así también, tenemos el trabajo de Guana. (2019), en la cual su investigación incide en la competitividad de las mujeres, dado a su búsqueda de oportunidades de mejora utilizando la matriz MAP, el método de medición de impacto, innovaciones a aplicar en metodologías de unidades productivas similares como Lean Startup y métodos relacionados con el capital social como MERCS realizado en Bogotá-Colombia. Los resultados encontrados son similares al estudio que realizamos, aunque, se han empleado diferentes dimensiones.

Por otro lado, tenemos investigaciones a nivel nacional como el de Cerdán. Sarmiento. (2020), en su investigación habla el liderazgo femenino que ha demostrado ser altamente competitivo en la fuerza laboral y cada vez más influye en la comunidad de Lambayeque. Además, concluyó que las mujeres emprendedoras contribuyen a la competitividad de sus empresas porque cuentan con una amplia gama de habilidades y destrezas que son capaces de establecer y sostener en el tiempo las empresas que dirigen en la industria de exportación. Este estudio tiene igual resultado con nuestro trabajo de investigación.

En el caso de Sánchez. (2020). su estudio concluyó que el desarrollo de los conocimientos y habilidades de las mujeres emprendedoras han sido de gran utilidad para iniciar y desarrollar áreas de negocio derivadas de la recolección de hongos andinos, generando así ingresos económicos para la familia.

V. CONCLUSIONES

1. Del objetivo principal del trabajo de investigación se determinó que, el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021. Donde se obtuvo un valor de Pearson de 0.7333 lo cual indica una correlación buena.
2. Según el primer objetivo específico de la investigación se determinó que, el emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica. En donde se obtuvo un valor de Pearson de 0.769.
3. Según el segundo objetivo específico del estudio se determinó que, el emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica. Habiéndose obtenido un valor de Pearson de 0.768, lo que indica una correlación buena.
4. Del tercer objetivo específico del trabajo de estudio se determinó que, el emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica. Donde se obtuvo un valor de Pearson de 0.665, indicando una correlación buena.

VI. RECOMENDACIONES

1. Para las compañías dedicadas a la exportación, se recomienda respaldar a mujeres y agricultoras que gestionan sus propias parcelas, brindándoles formación y organizando talleres para que comprendan plenamente el valor real de sus tierras, así como el uso adecuado de herramientas y equipos para su explotación, asegurando que se les proporcione información precisa y conforme a la ley.
2. Se recomienda que las organizaciones del sector privado se comprometan a promover el empoderamiento de las mujeres a través de actividades como capacitaciones, reconocimientos, competencias, conferencias y asesorías especializadas. Esto es especialmente importante dado que, en el Perú, solamente el 14% de las microempresas lideradas por mujeres han tenido acceso a algún tipo de formación.
3. Se recomienda al gobierno la creación de programas novedosos, tanto presenciales como en línea, liderados por empresarias acreditadas o emprendedores con experiencia comprobada y tangible. Asimismo, se sugiere ofrecer cursos básicos sobre emprendimiento y capacitaciones motivacionales que puedan inspirar a las mujeres que aún no han encontrado la forma de iniciar sus proyectos comerciales.
4. Se recomienda a las mujeres empresarias crear contenido en línea que resalte los logros de las emprendedoras del país, incluyendo casos de éxito y narraciones personales que muestren a mujeres involucradas en diversos emprendimientos, ya sean de escala reducida o amplia. Además, es beneficioso compartir consejos, inspiradoras anécdotas y conceptos fundamentales para fomentar su desarrollo y empoderamiento.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Carrera (2020). Perfil emprendedor y empoderamiento femenino. Casos de estudio: Asociación Grano de Oro y Unión y Progreso, cantón Latacunga. Universidad Técnica de Cotopaxi. Latacunga - Ecuador.
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7337/1/MUTC-000793.pdf>
- Cajavilca (2018). Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017. Universidad Nacional Federico Villareal. Lima - Perú.
<http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/2781/CAJAVILCA%20LAGOS%20%20WILDER%20%20OSWALDO-DOCTORADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cerdán & Sarmiento (2020). Emprendimiento femenino y la competitividad de las empresas agroexportadoras de Lambayeque en el periodo 2018 – 2019. Universidad San Martín de Porres. Pimentel - Perú.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8726/cerd%c3%a1n_mra-sarmiento_chsd.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzáles (2020). Inspección de la mujer rural del cantón puerto López en el emprendimiento y su participación socioeconómico sostenible. Universidad Estatal del Sur de Manabí. Manabí - Ecuador.
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2377/1/TESIS-YANIRY%20final.pdf>
- Guana (2019). Determinantes de la competitividad y el empoderamiento económico de las asociaciones de mujeres rurales en Cundinamarca: estudio de caso Asociación de Mujeres Emprendedoras de Guatavita (AMEG). Universidad de la Salle. Bogotá - Colombia.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=maest_a_gronegocios
- Guzmán (2020). Estilos de aprendizaje en el desarrollo de capacidades de emprendimiento en alumnas de educación secundaria. Piura.
- Pardo & Parrado (2019). Emprendimiento femenino con alto impacto social ante el estado fallido. Estudio de casos de mujeres profesionales entre las edades de 18 a 45 años. Universidad de La Salle. Bogotá - Colombia.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1672&context=trabajo_social
- Sánchez (2020). Análisis del emprendimiento y empoderamiento de la mujer: Caso San Pablo, Kutiqiru. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo - Perú.

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3106/1/TL_SanchezBustamante
Maria.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3106/1/TL_SanchezBustamanteMaria.pdf)

Shocosh (2020). Clasificación de los factores del emprendimiento femenino exportador en Iberoamérica. Universidad César Vallejo. Lima - Perú.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64142/Shocosh_RK
N-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64142/Shocosh_RK N-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

VIII. ANEXOS

Anexo N°1. Instrumento de recolección de información



Universidad Nacional San Luis Gonzaga
Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales
Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales

FICHA ACERCA DEL EMPRENDIMIENTO

Datos: _____

Cargo que ocupa:

Marque con una (X) según corresponda, considerando las siguientes opciones:

N°	Preguntas	SI	NO
Dimensión: Emprendimiento por necesidad.			
1	Mi emprendimiento resuelve un problema o necesidad.		
2	Es viable mi idea de negocio.		
3	Sé reconocer mi público objetivo.		
4	Realizaste un estudio de mercado antes de realizar el emprendimiento.		
5	Realizaste una lista con los recursos que necesitas.		
Dimensión: Emprendimiento por oportunidad.			
6	Esquematice las actividades mediante un plan de trabajo.		
7	Estoy dispuesto(a) a tomar este arduo camino del emprendimiento.		
8	Estoy listo(a) para dirigir mi emprendimiento.		
9	Reconozco la misión de mi negocio.		
10	Identifico la propuesta de valor de mi emprendimiento.		
Dimensión: Emprendimiento por azar			
11	Reconozco la visión de mi negocio.		
12	Sé identificar qué tipo de emprendedor soy.		
13	Conozco al mercado en la actualidad.		
14	Se me es suficiente mi equipo que tengo en este momento.		
15	Aplico estrategias de promoción para captar clientes.		

Elaboración Propia (2023)

FICHA SOBRE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MUJERES

Datos: _____

Cargo que ocupa: _____

Marque con una (X) según corresponda, considerando las siguientes opciones:

N°	Preguntas	SI	NO
Dimensión: Coordinación de equipos.			
1	Los miembros del equipo tienen total claridad sobre sus roles en el equipo.		
2	El equipo cuenta con un mecanismo efectivo para la resolución de conflictos.		
3	Mi departamento promueve el trabajo en equipo.		
4	Los miembros del equipo son responsables de las decisiones tomadas.		
5	Trabajar en equipo me motiva a dar lo mejor de mí.		
Dimensión: Innovación.			
6	La innovación puede reducir los costos producción que permite obtener ganancias competitividad en costos.		
7	Cree usted que la inversión en investigación y desarrollo de un nuevo diseño de producto (ID) permite conseguir menores costes de producción para lograr ventaja de costos competitivos.		
8	Cree usted que su negocio necesita mayor implementación de innovación.		
9	La organización está dispuesta a invertir en innovación.		
10	Las tendencias de innovación que usamos impactan en mayor grado a nuestro modelo de negocio.		
Dimensión: Colaboración.			
11	Hacer todo lo posible para obtener las opiniones e ideas de los empleados.		
12	Hay una alineación muy buena entre mi departamento y otros departamentos que tengo que coordinar.		
13	Mi departamento sabe lo suficiente sobre otros departamentos de la organización.		
14	Las tareas asignadas están equitativamente distribuidas.		
15	Los miembros del equipo brindan retroalimentación oportuna.		

Elaboración Propia (2023)

Anexo N°2. Matriz de consistencia

Título: “Emprendimiento y competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021”				
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
PG: ¿De qué manera el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?	OG: Determinar cómo el emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.	HG: El emprendimiento se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.	Variable Independiente: Emprendimiento. Dimensiones: Emprendimiento por necesidad. Emprendimiento por oportunidad. Emprendimiento por azar.	Tipo: Descriptivo, prospectivo y de corte transversal. Diseño: No experimental. Población: 44369 mujeres que trabajan en empresas exportadores de productos agrícolas en la ciudad de Ica. Muestra: 381 mujeres que trabajan en empresas exportadores de productos agrícolas en la
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable dependiente: Competitividad de las mujeres. Dimensiones: Coordinación de equipos.	
PE1: ¿De qué manera el emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos	OE1: Analizar cómo el emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos	HE1: El emprendimiento por necesidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.		

<p>agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?</p> <p>PE2: ¿De qué manera el emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?</p> <p>PE3: ¿De qué manera el emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021?</p>	<p>agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.</p> <p>OE2: Identificar cómo el emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.</p> <p>OE3: Determinar cómo el emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.</p>	<p>HE2: El emprendimiento por oportunidad se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.</p> <p>HE3: El emprendimiento por azar se relaciona con la competitividad de las mujeres entre las empresas exportadoras de productos agrícolas en la ciudad de Ica, periodo 2018-2021.</p>	<p>Innovación. Colaboración.</p>	<p>ciudad de Ica, sorteados al azar.</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>
---	--	--	--------------------------------------	--

Elaboración Propia (2023)

