

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y
FORESTALES**



TESIS

**Emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de
la provincia de Huanta.**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero de Negocios Agronómicos y Forestales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Negocios, Administración

PRESENTADO POR:

Jayo Yance, Esther Katherin

ASESOR:

Dr. Enderson Henry Cruz Mamani

HUANTA – PERÚ

2025

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

Emprendimiento y elementos de los agro negocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

AUTOR

Esther Katherin Jayo Yance

RECUENTO DE PALABRAS

29103 Words

RECUENTO DE CARACTERES

168112 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

155 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

16.3MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 31, 2025 1:41 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 31, 2025 1:48 PM GMT-5

● 16% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 7% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Firmado digitalmente por
 CRUZ MAMANI
 Enderson Henry FAU
 20574653798 soft
 Fecha: 2025.10.31
 14:22:05 -05'00'

**EMPRENDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS
MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA**

TESISTA

Bach. Esther Katherin Jayo Yance

ASESOR

Dr. Enderson Henry Cruz Mamani

CIP N° 285419



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Creada por Ley N° 29658

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE INGENIERO EN NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y FORESTALES**

En ciudad de Luricocha, en el auditorio de la Instalaciones del campus universitario de Intay de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, ubicado en la autopista Carlos Ch. Hiraoka, desvió a Ccollana, a los 11 días del mes de setiembre de 2025, siendo las 17:00 horas se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los miembros del jurado calificador:

Dr. Uriel Rigoberto Quispe Quezada
Dra. Adelfa Yzarra Aguilar
Mtro. Abraham David Cruz Capcha

Presidente
Miembro titular 2
Miembro titular 3

Acto seguido se procedió a dar lectura a la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 070-2025-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis de la **Bach. Esther Katherin Jayo Yance**, con la tesis titulada: **"EMPREDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA"**; asesorado por el Dr. Enderson Henry Cruz Mamani, para optar el Título profesional de: Ingeniero en Negocios Agronómicos y Forestales.

Observaciones:

..... *NINGUNA*

.....

.....

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluadores, los mismos que fueron defendidos y absueltos por la tesista. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:


Aprobado Regular	()
Aprobado Bueno	(4)
Aprobado Muy Buenos	()
Aprobado Excelente	()

Con la calificación de *QUINCE* *15,0*

Siendo las *6:30 pm* se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.


.....
Dr. Uriel Rigoberto Quispe Quezada
PRESIDENTE


.....
Dra. Adelfa Yzarra Aguilar
MIEMBRO TITULAR 2


.....
Mtro. Abraham David Cruz Capcha
MIEMBRO TITULAR 3

Dedicatoria

A DIOS

*Por ser mi guía y mi
fortaleza en cada proceso que se
llevó a cabo en esta investigación.*

A MIS PADRES

*Zulema Yance Amante y
Emiliano Rivera Peña cuyo apoyo
incondicional y sacrificios han
sido la base de mis logros.*

EN MEMORIA DE

*Alberta Peña y
Maximiliano Rivera quienes
influyeron de manera
significativa en mi vida.*

Agradecimiento

Expreso mi más profundo agradecimiento a Dios, por brindarme fortaleza y guía en cada etapa de mi formación. A mis padres, por su constante esfuerzo, dedicación y amor incondicional. También agradezco a mis amigos por su compañía y apoyo, y a la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, en especial a la Facultad de Ingeniería y Gestión, Escuela Profesional de Ingeniería de Negocios Agronómicos y Forestales, por ser parte esencial en mi desarrollo académico.

RESUMEN

La presente investigación explora la correlación entre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) de la provincia de Huanta. El objetivo principal fue determinar si existe una relación significativa entre el emprendimiento y los componentes de los agronegocios en estas MYPEs. Se trató de una investigación básica, con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional. Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de encuesta, administrando un cuestionario a 200 pequeñas empresas de la provincia. El cuestionario contenía 23 preguntas sobre la variable emprendimiento y 25 sobre los elementos de los agronegocios. Los cuestionarios fueron validados por juicio de expertos y su fiabilidad se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos muestran una fuerte relación positiva entre el emprendimiento en las MYPES y la adopción de los componentes de los agronegocios, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.868, lo que indica una correlación estadísticamente significativa ($p < 0.05$). En particular, las características personales y sociales del emprendimiento presentaron correlaciones más fuertes con los agronegocios: 0.900 para las características personales y 0.953 para las sociales, ambas con significancia estadística ($p < 0.05$). Asimismo, la dimensión de productividad mostró una correlación moderada a fuerte de 0.654 con los elementos de los agronegocios, también significativa ($p < 0.05$). Se concluye que el fortalecimiento de las dimensiones personal, social y productiva del emprendimiento contribuye significativamente a la adopción y efectividad de los elementos de los agronegocios, estos hallazgos sugieren que potenciar dichas dimensiones puede mejorar los resultados económicos y sociales de las MYPES en la provincia de Huanta.

Palabras clave: Emprendimiento, agronegocios, MYPES

ASBTRACT

This research explores the correlation between entrepreneurship and agribusiness elements in Micro and Small Enterprises (MSEs) in the province of Huanta. The main objective was to determine whether there is a significant relationship between entrepreneurship and the components of agribusiness within these MSEs. This was a basic research study, employing a quantitative approach, non-experimental design, and a descriptive-correlational level of analysis. Data collection was carried out using a survey technique, through a questionnaire administered to 200 small businesses in the province. The instrument included 23 questions related to the entrepreneurship variable and 25 questions addressing the elements of agribusiness. The questionnaires were validated through expert judgment, and their reliability was assessed using Cronbach's Alpha coefficient. The results revealed a strong positive correlation between entrepreneurship in MSEs and the adoption of agribusiness components, with a Spearman correlation coefficient of 0.868, indicating a statistically significant relationship ($p < 0.05$). Notably, the personal and social characteristics of entrepreneurship showed even stronger correlations with agribusiness: 0.900 for personal characteristics and 0.953 for social characteristics, both statistically significant ($p < 0.05$). Additionally, the productivity dimension demonstrated a moderate to strong correlation of 0.654 with agribusiness elements, also statistically significant ($p < 0.05$). In conclusion, strengthening the personal, social, and productive dimensions of entrepreneurship significantly contributes to the adoption and effectiveness of agribusiness elements. These findings suggest that enhancing these dimensions could improve the economic and social outcomes of MSEs in the province of Huanta.

Keywords: Entrepreneurship, agribusiness, MYPES

ÍNDICE

RESUMEN.....	VII
ASBTRACT	VIII
ÍNDICE	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XV
ÍNDICE DE ANEXOS	XVI
INTRODUCCIÓN	XVIII
CAPÍTULO I.....	21
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	21
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
1.2 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	22
1.2.1 Problema general.....	22
1.2.2 Problemas específicos	23
1.3 OBJETIVOS	23
1.3.1 Objetivo general	23
1.3.2 Objetivos específicos	23
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	24
1.4.1 Justificación.....	24
1.4.1.1 Teórica.....	24
1.4.1.2 Práctica	24
1.4.1.3 Metodológica.....	25
1.4.1.4 Económica.....	25
1.4.1.4 Científica	25
1.4.2. Importancia	26
1.5 HIPÓTESIS	27
1.5.1 Hipótesis general.....	27
1.5.2 Hipótesis específicas	27
1.6 VARIABLES	27
1.6.1 Variable 1: Emprendimiento	27

1.6.2	Variable 2: Elementos de los agronegocios	28
1.7	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
CAPÍTULO II		33
MARCO TEÓRICO		33
2.1	ANTECEDENTES	33
2.1.1	Internacionales	33
2.1.2	Nacionales	41
2.1.3	Locales	45
2.2	BASES TEÓRICAS	46
2.2.1	Teoría psicológica del emprendimiento	46
2.2.2	Teoría sociológica del emprendimiento	47
2.2.3	Emprendimiento	47
2.2.4	Tipos de emprendimiento.....	47
2.2.4.1	Emprendimiento por necesidad	47
2.2.4.2	Emprendimiento tradicional	48
2.2.4.3	Emprendimiento dinámico.....	48
2.2.5	Agronegocio	48
2.2.6	Importancia del agronegocio.....	48
2.2.7	Enfoques sobre el conocimiento	49
2.2.8	Conocimiento empírico-no científico.	50
2.2.9	MYPES	50
2.2.10	Características de las MYPES	51
2.2.11	Elementos de los agronegocios.....	51
2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	52
CAPÍTULO III.....		54
METODOLOGÍA		54
3.1	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	54
3.1.1	Tipo de investigación	54
3.1.2	Nivel de investigación.....	54
3.1.3	Método de investigación	55
3.1.4	Diseño de investigación	55

3.2	ÁMBITO TEMPORAL Y ESPACIAL.....	56
3.2.1	Ámbito temporal.....	56
3.2.2	Ámbito espacial.....	56
3.3	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO.....	58
3.3.1	Población.....	58
3.3.2	Muestra.....	58
3.3.3	Muestreo.....	59
3.3.4	Técnica.....	59
3.3.5	Instrumentos.....	59
3.3.6	Validez.....	60
3.3.7	Confiabilidad.....	61
3.3.7.1	Alfa de Cronbach.....	61
3.4	PROCEDIMIENTOS.....	62
3.5	MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS.....	63
3.5.1	Estadística descriptiva.....	63
3.5.2	Estadística inferencial.....	63
	CAPÍTULO IV.....	64
	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	64
4.1	RESULTADOS.....	64
4.1.1	Análisis e interpretación de resultados.....	64
4.1.1.1	Estadística descriptiva para la variable: emprendimiento.....	64
4.1.1.2	Estadística descriptiva para la variable: Elementos de los agronegocios.....	70
4.1.1.3	Estadística inferencial.....	76
4.1.2	Prueba de hipótesis.....	78
4.1.2.1	Prueba de hipótesis general.....	78
4.1.2.2	Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para el objetivo general.....	80
4.1.2.3	Prueba de hipótesis específica.....	82
4.1.2.4	Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	84

4.1.2.5 Prueba de hipótesis específica.....	86
4.1.2.6 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	88
4.1.2.7 Prueba de hipótesis específica.....	90
4.1.2.8 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	91
4.1 DISCUSIONES.....	94
CAPÍTULO V.....	107
CONCLUSIONES.....	107
CAPÍTULO VI.....	108
RECOMENDACIONES.....	108
CAPÍTULO VII.....	109
REFERENCIAS.....	109
CAPÍTULO VIII.....	120
ANEXOS.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables	30
Tabla 2 Número de agronegocios detectados en la provincia de Huanta.....	58
Tabla 3 Técnica e Instrumento	60
Tabla 4 Evaluación de expertos para la validación de los cuestionarios	60
Tabla 5 Análisis de confiabilidad de las variables de estudio.....	62
Tabla 6 Resultados descriptivos de la variable: Emprendimiento	64
Tabla 7 Resultados descriptivos de la dimensión: Personal.....	66
Tabla 8 Resultados descriptivos de la dimensión: Social	67
Tabla 9 Resultados descriptivos de la dimensión: Productiva	69
Tabla 10 Resultados descriptivos de la variable: Elementos de los agronegocios	70
Tabla 11 Resultados descriptivos de la dimensión: Tecnología	72
Tabla 12 Resultados descriptivos de la dimensión: Manejo de información	74
Tabla 13 Resultados descriptivos de la dimensión: Personal capacitado.....	75
Tabla 14 Cuadro de pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov	77
Tabla 15 Prueba de hipótesis General	78
Tabla 16 Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre emprendimiento y elementos de los agronegocios	79
Tabla 17 Prueba de hipótesis específica de la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.....	82

Tabla 18 Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	83
Tabla 19 Prueba de hipótesis específica de la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.....	86
Tabla 20 Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	87
Tabla 21 Prueba de hipótesis específica de la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.	90
Tabla 22 Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa espacial de la provincia de Huanta.	57
Figura 2 Distribución porcentual de la variable: Emprendimiento.....	64
Figura 3 Distribución porcentual de la dimensión personal del emprendimiento	66
Figura 4 Distribución porcentual de la dimensión social del emprendimiento....	68
Figura 5 Distribución porcentual de la dimensión productiva del emprendimiento	69
Figura 6 Distribución porcentual de la variable: Elementos de los agronegocios	71
Figura 7 Distribución porcentual de la dimensión tecnología	73
Figura 8 Distribución porcentual de la dimensión manejo de información	74
Figura 9 Distribución porcentual de la dimensión personal capacitado	75
Figura 10 Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis	81
Figura 11 Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis	85
Figura 12 Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis	89
Figura 13 Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis	92

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia.....	120
Anexo 2 Instrumento de recolección de información	122
Anexo 3 Cuestionario aplicado a las MYPEs de la provincia de Huanta.....	124
Anexo 4 Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable emprendimiento.	130
Anexo 5 Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable elementos de los agronegocios.	131
Anexo 6 Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.....	132
Anexo 7 Matriz general de datos de la variable: emprendimiento.	133
Anexo 8 Matriz general de datos de la variable: elementos de los agronegocios.	138
Anexo 9 Fiabilidad general.....	143
Anexo 10 Fiabilidad de la variable Emprendimiento	143
Anexo 11 Fiabilidad de la variable elementos de los agronegocios.....	143
Anexo 12 Prueba de normalidad.....	144
Anexo 13 Nivel de correlación del Rho de Spearman.....	144
Anexo 14 Nivel de correlación del Rho de Spearman entre la variable emprendimiento y la variable elementos de los agronegocios.	145
Anexo 15 Nivel de correlación del Rho de Spearman: Dimensión personal y la variable elementos de los agronegocios	145

Anexo 16 Nivel de correlación del Rho de Spearman: dimensión social y la variable elementos de los agronegocios.	146
Anexo 17 Nivel de correlación del Rho de Spearman: Dimensión productividad y la variable elementos de los agronegocios	146
Anexo 18 Ficha de validación de juicio de expertos	147
Anexo 19 Panel fotográfico de la aplicación de la encuesta en las MYPEs de la provincia de Huanta.....	150

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) es considerado un motor clave para el desarrollo económico, social y productivo de las regiones, especialmente en contextos rurales y de economías emergentes. En el caso de la provincia de Huanta, ubicada en la región de Ayacucho, el emprendimiento en el sector de los agronegocios juega un papel importante para la dinamización de la economía local y mejoramiento de la competitividad de las MYPEs del sector agrícola en la provincia de Huanta. Las MYPEs en este contexto no solo deben enfrentar desafíos relacionados con la gestión empresarial, sino también con la adopción de prácticas eficientes que favorezcan la sostenibilidad y el crecimiento de los agronegocios, como la productividad, la comercialización, la innovación tecnológica y la integración en cadenas de valor (Smallbone, 2020).

El sector agrícola y agroindustrial en Huanta tiene un potencial significativo para el desarrollo económico, debido a la biodiversidad y las ventajas geográficas de la región. Sin embargo, las empresas locales enfrentan obstáculos que van desde la falta de capacitación en gestión empresarial hasta la carencia de acceso a tecnologías adecuadas para la mejora de procesos productivos (Sánchez et al., 2023). En este sentido, el emprendimiento en agronegocios se presenta como una estrategia clave para superar estos desafíos y generar un impacto positivo en la comunidad. La relación entre emprendimiento y agronegocios ha sido estudiada por diversos autores. Por ejemplo, Ávila (2021) define el emprendimiento como al proceso mediante el cual se identifican oportunidades en diversos sectores, gestionando nuevas iniciativas con enfoque innovador y disposición al riesgo, con el fin de generar valor tanto económico como social, un enfoque que resulta particularmente relevante para las MYPEs de la provincia de Huanta, donde la innovación en la gestión agronegocios puede ser un diferenciador clave. Además, estudios como el de Mundaca (2021) señala que las características del emprendedor, tales como la proactividad, la capacidad de adaptación y el capital social, influyen directamente en el éxito de las MYPEs en el ámbito de los agronegocios.

La presente investigación tiene como objetivo: Determinar si existe relación entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta. El emprendimiento en este contexto se evalúa desde una perspectiva multidimensional, que incluye las dimensiones personal, social y productiva, las cuales se correlacionan con variables relacionadas con los agronegocios, como la adopción de tecnología, la gestión de la producción, la comercialización y la integración en redes de valor (Kuratko, 2017). Se busca, de esta manera, establecer si el fortalecimiento de estas dimensiones del emprendimiento puede mejorar la efectividad y adopción de prácticas agronegociadoras que impulsen el crecimiento económico y social de las MYPES en Huanta. La importancia de este estudio radica en que los resultados podrían proporcionar recomendaciones valiosas para los actores locales, incluyendo emprendedores, autoridades y organismos de apoyo, en cuanto a las estrategias y políticas que podrían fomentar un entorno más favorable para el desarrollo de los agronegocios y las MYPES en la región. Este enfoque de la investigación no solo contribuye a la teoría del emprendimiento y los agronegocios, sino que también tiene un impacto práctico en el desarrollo de políticas públicas que fomenten el crecimiento sostenido de las MYPES agroempresariales en la región de Huanta. La investigación se organiza en seis capítulos:

Capítulo I: El Problema. En este capítulo se aborda el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, así como su justificación e importancia. También se incluyen la formulación de las hipótesis, tanto generales como específicas, y la identificación de las variables involucradas.

Capítulo II: Marco Teórico. Este capítulo presenta el marco conceptual, que incluye los antecedentes de la investigación a nivel internacional, nacional y local, las bases teóricas relevantes, así como la definición de los términos clave utilizados en el estudio.

Capítulo III: Metodología. Aquí se describe el tipo, nivel, método y diseño de la investigación, el ámbito de intervención, la población y la muestra seleccionada, además de las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección

de datos. Se concluye con las técnicas empleadas para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos.

Capítulo IV: Resultados y Discusión. Este capítulo presenta los resultados obtenidos en la investigación y su posterior discusión, alineada con los objetivos establecidos al inicio del estudio.

Capítulo V: Conclusiones. En este capítulo se presentan las principales conclusiones alcanzadas a partir de los hallazgos de la investigación.

Capítulo VI: Recomendaciones. Finalmente, se exponen las recomendaciones derivadas del trabajo de investigación, orientadas a mejorar o aplicar los resultados encontrados en el contexto de estudio.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Los agronegocios en el Perú son una de las más grandes actividades económicas en el país, durante los últimos años en el sector agropecuario se generaron una gran cantidad de microempresas (Larrea et al., 2018), sin embargo, muchas de ellas cerraron al primer año de funcionamiento esto debido a la falta del entendimiento en los agronegocios (Mora et al., 2023).

Debido al contexto internacional las MYPEs desarrollan un papel importante en la economía de un país generando casi el 40 % de los empleos en el mundo representando un papel importante sin embargo las MYPEs se mantienen estancadas en los bajos niveles de desarrollo y desempeño puesto que muchas de ellas son informales lo que genera que sean vulnerables a los impactos económicos (Organización internacional del trabajo [OIT], (2021).

El principal desafío de las MYPEs en el Perú radica en que la gran parte de ellas son de poca competitividad y baja productividad ya que presentan falta y atraso tecnológico lo que limita el desarrollo de la empresa, la gran mayoría de las MYPEs son de tendencia tradicional puesto que optan por la creación de empresas nada innovadoras y poco tecnológicas (Carlin, 2013). Cada año se incorpora nuevos negocios al mercado siendo el sector agropecuario quien generará una gran cantidad de microempresas (Larrea et al., 2018), sin embargo, muchas de ellas cerraron al primer año de funcionamiento esto debido a la falta de conocimiento en los agronegocios (Mora et al., 2023). Los agronegocios en el Perú se volvieron uno los sectores que más empleos genera (Cabel y Velarde, 2020), en el 2022 las agroexportaciones crecieron un 16,6 % más que el año 2021 (Carbonell, 2023), a pesar de ello en el Perú existen muchos agronegocios con falta de información, tecnología y personal capacitado lo que limita el desarrollo y la formalización.

Los agronegocios en la región de Ayacucho poseen un crecimiento limitado puesto que las gestiones regionales solo promueven la exportación de

materia prima para lo cual se necesita que estas iniciativas adopten una perspectiva de agronegocios otorgándole un valor adicional a los productos y no comercializarlos únicamente como materias primas (Velarde, 2020). La provincia de Huanta cuenta con diversos pisos ecológicos que van desde ceja de selva hasta los nevados de Razhuillca haciendo que la provincia sea uno de los lugares donde se puede producir casi todo tipo de alimento, esto fue uno de los factores para que la población genere microempresas en el sector agropecuario sin embargo esta se vio afectada por falta de conocimiento sobre emprendimiento y los elementos del agronegocios para mantenerse en el mercado, una considerable cantidad de los tomadores de decisiones emplean su experiencia práctica.

La principal causa del problema es que muchos de los microempresarios no poseen el personal capacitado, tecnología y la información adecuada para poder mantenerse en el mercado, muchos de ellos se dejan llevar por la percepción haciendo que muchas MYPEs se liquiden.

La escasa implementación del conocimiento sobre el emprendimiento y los elementos del agronegocio viene ocasionando el cierre de las MYPEs y esto conlleva la pérdida económica de la inversión realizada.

Se hace necesario identificar los problemas principales para poder hacer frente a los problemas orientando a los microempresarios a tomar buenas decisiones en emprendimiento de agronegocios así mismo implementar el conocimiento de los elementos del agronegocio para mantener el negocio en el mercado y se desarrolle de manera progresiva.

1.2 Descripción y formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento, dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta?
- ¿Hay una relación relevante entre emprendimiento, dimensión social y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar si existe relación entre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.
- Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión social y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.
- Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

1.4 Justificación e importancia

1.4.1 Justificación

1.4.1.1 Teórica

La presente investigación tiene como finalidad fortalecer el conocimiento sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las microempresas del sector agropecuario de la provincia de Huanta. Esto responde a las múltiples dificultades que enfrentan los microempresarios para sostener sus negocios en un mercado cada vez más competitivo. Ante esta realidad, se vuelve fundamental la implementación de los elementos de los agronegocios, tales como la tecnología, información adecuada y personal capacitado. De este modo, se busca promover una visión integral del desarrollo agrario, reconociendo al pequeño productor como un agente clave en la transformación económica y social de su comunidad (Detsch, 2018).

1.4.1.2 Práctica

La presente investigación tendrá un aporte práctico al proporcionar información real y contextual sobre la situación de las microempresas agropecuarias en la provincia de Huanta. Dado que muchos microempresarios enfrentan dificultades para sostener el desarrollo de sus negocios, posicionarse en el mercado y fomentar el crecimiento de sus unidades productivas, se considera necesario generar conocimiento útil que pueda ser aplicado en su gestión. El estudio permitirá identificar las principales limitaciones vinculadas al desconocimiento de los elementos del emprendimiento y los agronegocios, y a partir de ello se formularán recomendaciones que contribuyan a mejorar sus actividades productivas y comerciales, fortaleciendo así su competitividad en el sector agropecuario local.

1.4.1.3 Metodológica

La presente investigación se justifica metodológicamente en el uso de un enfoque cuantitativo, respaldado por la aplicación de encuestas estructuradas con un cuestionario basado en la escala de Likert. Estos instrumentos fueron aplicados a microempresarios del sector agropecuario en la provincia de Huanta, considerando seis dimensiones clave asociadas a las dos variables de estudio. Los datos recogidos en campo serán sistematizados y procesados para permitir un análisis riguroso, generar discusiones relevantes y alcanzar conclusiones que respondan a los objetivos planteados en la investigación.

1.4.1.4 Económica

Desde una perspectiva económica, esta investigación permitirá evidenciar la importancia de fortalecer los conocimientos sobre emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs del sector agropecuario en la provincia de Huanta. A través de los resultados obtenidos, se busca fomentar una toma de decisiones más eficiente por parte de los microempresarios, promoviendo así la sostenibilidad de sus negocios en el mercado local. Esto contribuirá al desarrollo de microempresas más competitivas, capaces de generar empleo y dinamizar la economía local, impactando positivamente en el crecimiento económico de la provincia.

1.4.1.4 Científica

En el ámbito científico esta investigación aportará evidencias empíricas sobre las condiciones actuales del emprendimiento y los elementos de los agronegocios en el sector agropecuario de la provincia de Huanta y será accesible para todos los profesionales y técnicos del ámbito agrícola que requieran esta información, constituyendo una referencia valiosa para estudios futuros.

1.4.2. Importancia

El emprendimiento se ha convertido en una herramienta fundamental para promover el desarrollo económico, social y productivo en distintas regiones a pesar de sus beneficios, aún enfrenta retos importantes que limitan su sostenibilidad, especialmente en contextos rurales donde las oportunidades son más limitadas (Jurado, 2022). En este escenario, el estudio del emprendimiento y los elementos de los agronegocios cobra especial relevancia, ya que permite identificar estrategias que fortalezcan a las micro y pequeñas empresas del sector agropecuario.

De acuerdo con Jayo et al. (2025), los elementos de los agronegocios desempeñan un papel esencial en el crecimiento de las MYPEs, pero estas enfrentan problemas como la informalidad, la baja competitividad y el desconocimiento de conceptos clave del agronegocio. Estas limitaciones generan un alto porcentaje de cierre de negocios en sus primeros años de funcionamiento, afectando negativamente al desarrollo económico local. Por ello, la presente investigación busca generar conocimiento que permita a los microempresarios mejorar su gestión, mantenerse en el mercado y contribuir al desarrollo sostenible de su entorno.

Asimismo, Canepa (2022) destaca que las MYPEs son actores fundamentales en la economía peruana, al representar una parte importante del Producto Bruto Interno (PBI). Estas unidades económicas, conformadas por personas naturales o jurídicas, participan en actividades productivas, comerciales y de servicios, siendo clave para el dinamismo económico del país. Fortalecer sus capacidades en emprendimiento y agronegocios contribuirá a mejorar su competitividad y a consolidar su rol en el desarrollo regional.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

1.5.2 Hipótesis específicas

- Existe relación entre emprendimiento dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.
- Existe relación entre emprendimiento dimensión social y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.
- Existe relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

1.6 Variables

1.6.1 Variable 1: Emprendimiento

Dimensión: Personal

- Autoconocimiento
- Enfoque Empírico
- Enfoque Científico
- Enfoque Práctico
- Creatividad
- Creación
- Imaginación
- Capacidad económica

Dimensión: Social

- Grupo y Equipo
- Proactividad

- Responsabilidad
- Permisos
- Comunicación
- Toxicidad

Dimensión: Productiva

- Crecimiento
- Diversidad
- Innovación
- Mejora
- Planificación de actividades.
- Productividad
- Asunción de Riesgos
- Control
- Productividad

1.6.2 Variable 2: Elementos de los agronegocios

Dimensión: Tecnología

- Nivel tecnológico
- Infraestructura apropiada
- Equipos tecnológicos
- Adquisición de equipos tecnológicos
- Avances tecnológicos.
- Sistemas de telecomunicación
- Sistemas Informáticos

Dimensión: Manejo de Información

- Información sobre la capacidad productiva
- Información sobre procesos de fabricación
- Presupuesto del plan funcional de operaciones
- Información sobre segmentación de clientes
- Programa de Manejo de Datos
- Los canales de venta y comunicación

- Información sobre el comercio electrónico
- Información actualizada del mercado
- Información de la competencia

Dimensión: Personal capacitado

- Nivel de capacitación del personal
- Nivel de salarios
- Clima laboral
- Asistencia técnica
- Apoyo profesional
- Motivación de la fuerza laboral
- Indicadores de desempeño
- Beneficios
- Utilidades

1.7 Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Nº	Escala valorativa	Instrumento	Fuente
Variable 1: Emprendimiento	Un emprendimiento es el esfuerzo y la capacidad de la creación de una nueva empresa siendo muy relevante en la sociedad ya que ayuda a procesar problemas económicos de tal modo que genera nuevos empleos ocasionando oportunidad laboral así mismo permite la inserción de un bien o un servicio al mercado por lo que consecuentemente genera competencia (Carreras et al., 2021)	El emprendimiento de los microempresarios se medirá mediante encuestas considerando las dimensiones personal, social y productiva.	Personal	Autoconocimiento	¿Empleaste conocimientos previos para iniciar tu negocio?	8	Se recopilan cinco respuestas de las encuestas realizadas a las MYPEs de la provincia de Huanta por la escala de Rensis Likert	Se diseñó un cuestionario estructurado (de elaboración propia), en relación con V1 emprendimiento (23 preg.) y V2 elementos de los agronegocios (25 preg.).	Las MYPEs están ubicadas en la provincia de Huanta, con un total de 200 emprendedores para encuestar.
				Conocimiento Empírico	¿Aplica conocimientos tradicionales de sus antepasados a su negocio?				
				Conocimiento científico	¿Desarrolla su negocio en base a las necesidades del mercado?				
				Conocimiento práctico	¿Has tenido experiencia laboral en algún tipo de negocio?				
				Creatividad	¿Simplifica procesos para mejorar la calidad de los productos de su negocio?				
				Creación	¿Tiene algún producto nuevo que le diferencie de otros negocios?				
				Imaginación	¿Ha utilizado la imaginación para producir cambios en su negocio?				
			Capacidad Económica	¿Usted inició su emprendimiento con sus propios recursos económicos?	6				
			Grupo y equipo	¿Usted pertenece a alguna asociación que le ayude a mejorar su emprendimiento?					
			Proactividad	¿Usted tiene una actitud proactiva para trabajar en equipo en su emprendimiento?					
			Responsabilidad	¿Los productos que comercializa en su emprendimiento cumplen con los estándares de calidad?					
			Permisos	¿Su negocio cuenta con todos los permisos para funcionar?					
			Comunicación	¿Usted comunica las bondades de sus productos?					
			Productiva	Crecimiento	¿Usted cuenta con un plan de crecimiento para su negocio?	9			
				Diversidad	¿Diversificas tus productos para incrementar tu rentabilidad?				
				Innovación	¿Innova periódicamente los productos de su negocio?				
				Mejora	¿Implementa procesos de mejora continua en el desarrollo de su negocio?				
				Planificación de actividades	¿Usted planifica actividades que se desarrollan en su emprendimiento?				
Productividad	¿Tiene productos de alta rotación?								

				Asunción de riesgos	¿Tiene recursos financieros para tomar riesgos en su negocio?			
				Control	¿Realiza un control de los ingresos y egresos de su negocio?			
				Productividad	¿Tienes productividad en tu negocio?			
Variable 2: Elementos de los agronegocios	Los elementos de los agronegocios son uno de los factores más importantes para llegar al éxito los tres principales elementos son la tecnología, información y operario capacitado. La tecnología es un elemento primordial ya que esta dependerá la calidad y la cantidad de productos ofrecidos en el mercado. La información que se maneja en los agronegocios tiene que ser verídicas y actuales ya que ayudan a la buena toma de decisiones. El operario de los agronegocios tiene que estar capacitados para poder mejorar el rendimiento (Andonie, 2022).	Los elementos de los agronegocios se medirán mediante encuestas aplicadas a los microempresarios considerando las dimensiones Tecnología, información y Operario capacitado.	Tecnología	Nivel tecnológico	¿Considera que el nivel tecnológico de su negocio es adecuado?	7	Se recopilan cinco respuestas de las encuestas realizadas a las MYPEs de la provincia de Huanta por la escala de Rensis Likert	
				Infraestructura apropiada	¿Cuenta con infraestructura adecuada para desarrollar sus productos en su negocio?			
				Equipos tecnológicos	¿Cuenta con máquinas de última generación en su negocio?			
				Adquisición de equipos tecnológicos	¿Usted compraría equipos tecnológicos para reemplazar los que ya cuenta en su negocio?			
				Avances tecnológicos	¿Cuenta con algún sistema de telecomunicación en su negocio?			
				Sistema de telecomunicación	¿Cuenta con alguna plataforma digital para la comercialización de sus productos?			
				Sistemas informáticos	¿Su negocio ha implementado tecnologías de trazabilidad para el seguimiento de sus productos?			
			Manejo de información	Información sobre la capacidad productiva	¿Cuenta con información sobre la capacidad productiva de su negocio?	9		
				Información sobre procesos de fabricación	¿Cuenta con información sobre procesos de producción de sus productos en su negocio?			
				Presupuesto del plan funcional de operaciones	¿Cuenta con el plan funcional de operaciones de su negocio?			
				Información sobre segmentación de clientes	¿Conoce usted sobre el segmento de clientes que atiende su negocio?			
				Programa de manejo de datos	¿Cuenta con algún programa de manejo de datos para la toma de decisiones en su negocio?			
				Los canales de venta y comunicación	¿Conoce bien los canales de venta y distribución de sus productos?			
				Información sobre el comercio electrónico	¿Tiene información sobre el comercio electrónico?			
			Personal capacitado	Información actualizada del mercado	¿Cuenta con información actualizada del mercado?	9		
Información de la competencia	¿Tiene información de la competencia en el mercado?							
Nivel de capacitación del personal	¿Tiene personal capacitado en su negocio?							
Nivel de salarios	¿Los salarios que paga a sus trabajadores están de acuerdo a las normas estatales en su negocio?							
				Clima laboral	¿Hay un adecuado clima laboral en su negocio?			

				Asistencia técnica	¿Recibe asistencia técnica de instituciones del estado?			
				Apoyo profesional	¿Cuenta con algún asesor o profesional para el crecimiento de su empresa?			
				Motivación de la fuerza laboral	¿Usted emplea estrategias de motivación para incentivar la fuerza laboral de su negocio?			
				Indicadores de desempeño	¿Cuenta con indicadores de desempeño laboral en su negocio?			
				Beneficios	¿Sus trabajadores cuentan con seguro de salud y demás beneficios en su negocio?			
				Utilidades	¿Sus empleados tienen acceso al reparto de utilidades en su empresa?			

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Chirinos et al. (2018) realizaron en Maracaibo, Venezuela, la investigación titulada “Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES”. El objetivo del estudio fue describir las características del entorno que favorecen el emprendimiento sostenible y su relación con el desarrollo económico de las pequeñas y medianas empresas. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, transeccional y de campo. La población estuvo constituida por 95 PYMES registradas en el Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, de las cuales se seleccionó como muestra a 57 gerentes. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario autoadministrado de 30 ítems con escala Likert, aplicado durante cuatro meses del año 2017. El análisis estadístico se centró en variables relacionadas con la capacidad de transformación constante, así como con las condiciones tecnológicas, político-legales, económicas y sociales del entorno empresarial. Este antecedente tiene especial pertinencia para la presente investigación, ya que evidencia cómo las características del entorno influyen directamente en el desarrollo sostenible de las PYMES, aspecto que coincide con la temática central del estudio actual. Asimismo, emplea un enfoque metodológico cuantitativo similar. Los resultados mostraron que los gerentes asignan una importancia solo “mediana” a factores como la transformación constante (1.77), las condiciones tecnológicas (1.81) y sociales (1.79). Las condiciones político-legales (1.60) y económicas (1.67) obtuvieron valoraciones incluso menores. En conjunto, estos hallazgos revelan que los emprendedores reconocen de manera limitada las cualidades del entorno necesarias para impulsar un emprendimiento sostenible, lo cual afecta el crecimiento y éxito de las PYMES analizadas. Se concluye que el escaso reconocimiento y gestión de las cualidades del ambiente tales como transformación

constante, tecnología, condiciones político-legales, económicas y sociales limita el impacto positivo del emprendimiento sostenible en el entorno municipal. Los emprendimientos surgen principalmente como respuesta a las necesidades básicas de los emprendedores, sin contribuir significativamente al desarrollo económico local o al crecimiento del PIB, lo que evidencia la necesidad de fortalecer el contexto y la capacitación empresarial en procesos sostenibles.

Padilla et al. (2018) desarrollaron en Ecuador la investigación titulada “La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES”. El estudio tuvo como objetivo analizar la dinámica empresarial y el emprendimiento como factores determinantes en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES en la zona III de Ecuador, identificando los desafíos que enfrentan y proponiendo estrategias de gestión para su crecimiento y sostenibilidad. Se empleó un enfoque de investigación de campo con un diseño cuantitativo y descriptivo. Se aplicaron encuestas a 384 emprendedores para conocer la situación actual del emprendimiento en la zona III. A partir de los resultados obtenidos, se propuso una guía de gestión basada en estrategias de marketing digital y fidelización de clientes, con el fin de mejorar la productividad y la competitividad de las PYMES. Este estudio es relevante para la presente investigación porque aborda la importancia del emprendimiento y la gestión empresarial en el crecimiento y consolidación de las PYMES. Los hallazgos indican que las PYMES de la zona III enfrentan dificultades en financiamiento, digitalización y acceso a nuevos mercados. Se evidenció que la mayoría de los emprendedores iniciaron sus negocios por necesidad, con escaso conocimiento previo en gestión empresarial. Además, la competencia desleal y la falta de estrategias operativas innovadoras fueron identificadas como principales barreras para su crecimiento. Se concluyó que la dinámica empresarial y el emprendimiento influyen significativamente en el desarrollo del ciclo de vida de las PYMES.

Mera et al. (2022) realizaron en Ecuador la investigación titulada “El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el

emprendimiento empresarial” . Tuvo como objetivo analizar la importancia del uso del marketing digital y las redes sociales como estrategias clave para el posicionamiento de las PYMES y el éxito en el emprendimiento empresarial. Se empleó una metodología documental de tipo descriptiva con diseño no experimental y método inductivo. La investigación se basó en la revisión y análisis de fuentes secundarias, incluyendo artículos científicos, libros y documentos web, para evaluar el impacto del marketing digital en el crecimiento y posicionamiento de las PYMES. Este estudio es relevante para la presente investigación porque resalta el papel fundamental del marketing digital y las redes sociales en la competitividad y sostenibilidad de las PYMES. Además, proporciona una visión actualizada sobre cómo las empresas pueden adaptarse a los cambios tecnológicos y aprovechar las herramientas digitales para fortalecer su presencia en el mercado. Los resultados evidenciaron que el marketing digital y las redes sociales son herramientas esenciales para el posicionamiento de las PYMES y el impulso del emprendimiento empresarial. Se identificó que estas herramientas permiten una comunicación directa con los clientes, facilitan la promoción de productos y servicios, y ayudan a entender mejor sus necesidades. Además, se destacó el impacto positivo de la digitalización en tiempos de crisis, como durante la pandemia por COVID-19. Se concluye que el marketing digital ha adquirido un rol fundamental en la adaptación de las PYMES a las nuevas dinámicas del mercado. Las redes sociales, en particular, se consolidan como el canal más influyente para interactuar con los consumidores, mejorar el posicionamiento de marca y fomentar el crecimiento económico. Promover su uso estratégico resulta clave para fortalecer el emprendimiento y la reactivación empresarial en contextos adversos.

Gavilánez et al. (2018) realizaron en Ecuador la investigación titulada “Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador”, con el objetivo analizar y describir cómo una gestión administrativa eficiente permite a las PYMES identificar las necesidades de los clientes y mejorar su desempeño mediante estrategias de organización y desarrollo. Se empleó una metodología con enfoque analítico basado en la evaluación integral de las áreas de las PYMES, considerando

la importancia del conocimiento administrativo para el desarrollo profesional de los gestores empresariales. Se analizaron factores clave que influyen en la administración, clasificándolos en limitaciones de carácter público y privado, con el fin de evaluar su impacto en el crecimiento empresarial. De esta manera, el estudio guarda relación con la presente investigación al resaltar la importancia de la gestión administrativa en el desarrollo y sostenibilidad de las MYPEs. Además, propone un enfoque estratégico orientado a mejorar la eficiencia empresarial y optimizar la planificación dentro de las organizaciones, favoreciendo así una toma de decisiones más acertada. Como resultado se obtuvo que la gestión administrativa efectiva influye positivamente en el desarrollo de las PYMES. En Ecuador, estas empresas enfrentan retos como baja capacitación, escasa tecnología y limitado acceso al financiamiento. A pesar de ello, son actores clave en la economía nacional por su generación de empleo. La gestión permite organizar y optimizar recursos, logrando mayor eficiencia. También se evidenció la necesidad de fomentar la innovación para impulsar su crecimiento. El análisis permitió comprender las condiciones reales y los factores que inciden en su desempeño. Se concluyó que la buena gestión es esencial para que las PYMES alcancen sus metas y ofrezcan productos o servicios de calidad. Se requiere fortalecer sus capacidades mediante capacitación, tecnología y financiamiento. Su rol económico, aunque con baja participación en el PIB, es vital por su impacto laboral. Es importante que existan políticas de apoyo a su desarrollo. Además, registrar y analizar sus procesos administrativos permitirá futuras mejoras. La gestión adecuada contribuye al éxito empresarial y a la sostenibilidad del sector.

Muñoz et al. (2021) realizaron en Chile la investigación titulada “Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño”, tuvo como objetivo identificar los factores sociales que afectan el avance económico de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Chile y analizar cómo el diseño puede ser una herramienta estratégica para fortalecer el ecosistema emprendedor. La metodología empleada en el estudio fue de tipo multimodal, con un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo. Se realizó un análisis comparativo de tres comunas de la Región Metropolitana de Chile, seleccionadas según su posición en el Índice de

Prioridad Social (IPS), lo que permitió clasificar los contextos socioeconómicos en bajo, medio y alto. En el aspecto cuantitativo, se utilizó el IPS para establecer la clasificación socioeconómica de las comunas. En el enfoque cualitativo, se aplicaron entrevistas a expertos de los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN) con el fin de caracterizar los emprendimientos en cada territorio. Esta combinación metodológica permitió identificar la relación entre el nivel socioeconómico y el uso estratégico del diseño en las PYMEs, este estudio es relevante para la presente investigación porque evidencia la relación entre el nivel socioeconómico y el grado de sofisticación en la gestión estratégica de las PYMEs. Los resultados del estudio evidenciaron que existe una correlación positiva entre el nivel socioeconómico de las comunas y el grado de sofisticación en la propuesta de los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN), así como en su planteamiento estratégico y en la incorporación del diseño en los procesos de negocio de las PYMEs. En comunas con mayor nivel socioeconómico, se observó un mayor uso estratégico del diseño, lo cual fortalece el emprendimiento. En contraste, en comunas de menor nivel socioeconómico, el uso del diseño fue limitado, lo que afecta negativamente la competitividad y sofisticación de las PYMEs. Estos hallazgos muestran una oportunidad para introducir el diseño como herramienta estratégica que fortalezca el ecosistema emprendedor en contextos menos favorecidos. La conclusión del estudio señala que el nivel socioeconómico influye directamente en el grado de desarrollo estratégico de las PYMEs y en la incorporación del diseño como herramienta clave para su crecimiento. Se destaca que, en comunas con mayores recursos, los emprendimientos tienden a ser más sofisticados y estratégicos, mientras que, en comunas con menor índice de prioridad social, hay una menor incorporación del diseño en los negocios.

Gómez et al. (2020) realizaron en Barranquilla, Colombia, la investigación titulada “Identificación de habilidades blandas en directivos PYMES de Barranquilla”, el objetivo del estudio fue identificar y categorizar las habilidades blandas más relevantes para los directivos de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla, La metodología empleada en esta investigación fue de enfoque cualitativo, con un estudio descriptivo y un método analítico-inductivo. Se

basó en una revisión bibliográfica y documental, utilizando fuentes de información secundaria como artículos científicos y textos académicos. El objetivo fue identificar y categorizar las habilidades blandas más relevantes para la gestión gerencial en las PYMEs de Barranquilla, mediante el análisis y comparación de teorías e investigaciones previas, Este estudio apoya la presente investigación, dado que proporciona una base teórica sólida sobre el desarrollo de habilidades socioemocionales en el liderazgo y gestión de las PYMES. Como resultado se obtuvo que las habilidades blandas o socioemocionales son claves en la gestión gerencial, ya que están directamente relacionadas con el desempeño organizacional. Se identificaron tres categorías principales de habilidades: técnicas, conceptuales y personales/interpersonales. Además, se clasificaron según las dimensiones del ser, hacer y convivir, destacando competencias como el pensamiento crítico. Para los jóvenes, se enfatiza el desarrollo de habilidades de adaptación, creatividad y emprendimiento. Las conclusiones de esta investigación señalan que las habilidades blandas tienen una relación directa con la gestión gerencial y el desempeño organizacional. El liderazgo destaca como una habilidad blanda clave, transversal y aprensible, que integra otras competencias. En la región Caribe colombiana predomina un modelo de liderazgo relacional, lo cual resalta la importancia de una visión global y humana en la gestión.

Aréchiga et al. (2018) realizaron en Navojoa, México la investigación titulada “Elementos que promueven competitividad en las PyMES, un estudio regional”, el estudio tuvo como objetivo identificar los principales factores que determinan el éxito de las PYMES, estableciendo el impacto de dichos factores como medida para evaluar y detectar oportunidades de emprendimiento. La metodología empleada fue de tipo exploratoria y descriptiva. En una primera etapa se realizó una investigación exploratoria basada en fuentes secundarias, con el fin de precisar el problema de investigación, formular las preguntas y clasificar las variables clave. Luego, se aplicó un diseño descriptivo orientado a identificar y analizar situaciones específicas del mercado, enfocándose en el qué y el cómo de la población objetivo. Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurado de 16 ítems con preguntas

cerradas, dirigido a propietarios o encargados de PYMES en Navojoa, Sonora. Los resultados mostraron que los factores más influyentes para el éxito empresarial en las PYMES de Navojoa fueron las ventas (40.6%), la calidad del producto o servicio (26%) y los recursos humanos (10%). Asimismo, se evidenció una percepción positiva respecto a la satisfacción del cliente (54.6%) y una posición financiera favorable en la mayoría de las empresas. Las conclusiones del estudio indican que los principales factores de éxito en las PYMES de Navojoa, Sonora, son las ventas, la calidad del producto o servicio, y los recursos humanos. Además, se destaca la importancia de la innovación y los recursos financieros como elementos clave para el crecimiento empresarial. La mayoría de estas empresas se dedican al comercio y la prestación de servicios, lo que resalta la necesidad de adoptar un enfoque integral centrado en el cliente

Chaves et al. (2016) realizaron en Yorkín, Talamanca, Costa Rica la investigación titulada “Industrialización y comercialización de cacao orgánico en Talamanca: un enfoque de agronegocios”. El objetivo del proyecto fue generar capacidades agroempresariales en productores indígenas de Yorkín, mediante la estandarización del proceso de industrialización del cacao orgánico y el desarrollo de una estrategia de mercado para mejorar sus condiciones socioeconómicas, La metodología aplicada fue de tipo participativa y aplicada, con un enfoque en el desarrollo comunitario. Se partió del diagnóstico de las limitaciones en infraestructura y procesos artesanales en la transformación del cacao orgánico, para luego intervenir mediante la construcción de instalaciones y provisión de equipamiento, gracias al apoyo de la FAO y el Programa Nacional de Cacao. Además, se incorporaron acciones de capacitación, asesoría técnica y acompañamiento profesional orientadas a estandarizar procesos de industrialización, desarrollar capacidades agroempresariales y diseñar estrategias de comercialización, este estudio guarda relación con la presente investigación, ya que expone una experiencia concreta de desarrollo agroempresarial en comunidades rurales, destacando los retos y oportunidades en la cadena de valor del cacao orgánico. Los resultados de la investigación evidenciaron que la intervención permitió mejorar la infraestructura

productiva mediante la construcción de una pequeña agroindustria de cacao orgánico en Yorkín. Asimismo, se logró dotar a los productores de equipamiento adecuado y brindar asesoría técnica, lo que fortaleció sus capacidades en transformación y comercialización. Esto facilitó la estandarización de procesos y el desarrollo de productos derivados del cacao, contribuyendo a mejorar las condiciones socioeconómicas de las comunidades indígenas beneficiadas. Se concluyó que el éxito del proceso de industrialización y comercialización del cacao orgánico depende no solo de la infraestructura física, sino también del desarrollo de capacidades técnicas y empresariales de los productores.

Albores et al. (2023) realizaron en Teapa, Tabasco, México, la investigación titulada “Los productores agrícolas y la capacidad productiva, Teapa, Tabasco”. El estudio tuvo como objetivo conocer la capacidad productiva agrícola de pequeños y medianos productores locales de cuatro comunidades rurales del municipio de Teapa, se empleó una metodología de enfoque mixto, de tipo exploratorio-descriptivo y corte transversal. La población piloto estuvo compuesta por 155 productores agrícolas, a quienes se les aplicó un cuestionario con 65 ítems. Además, se realizaron entrevistas estructuradas y observación sistematizada. Los resultados muestran que el 92.9% de los productores cultiva en terrenos de 1 a 5 hectáreas, el 55% reportó suelos no fértiles, el 80% carece de capacitación en buenas prácticas agrícolas, y el 82.6% enfrenta plagas y enfermedades. Además, las principales problemáticas son el cambio climático (30.7%), las plagas (27.8%) y la falta de apoyos económicos (11.7%). También se evidenció la falta de relevo generacional en la actividad agrícola y una alta participación de la familia como fuerza laboral. Las conclusiones del estudio indican que los agricultores de Arcadio Zentella, Nicolás Bravo, Villa Juan Aldama y Colorado necesitan mayor apoyo para fortalecer su capacidad productiva. Se identificó la necesidad de acceso a préstamos, capacitación en buenas prácticas agrícolas y postcosecha, y productos inocuos y de calidad. Además, se resalta la importancia de incorporar a los jóvenes al sector agrícola para asegurar su sostenibilidad.

López et al. (2023) realizaron en Guanajuato, México, la investigación titulada “Análisis del networking en el sector agroalimentario”, el objetivo de la investigación fue analizar el networking como herramienta estratégica dentro del sector agroalimentario, con el fin de comprender su dinámica actual y proponer estrategias para fortalecer la creación, permanencia y consolidación de los agronegocios. La investigación fue de tipo documental, con enfoque cualitativo, se realizó una revisión y análisis de literatura especializada sobre el origen, evolución y aplicación del networking en los agronegocios, este estudio adquiere importancia para investigaciones vinculadas a los agronegocios, dado que analiza una herramienta poco explorada como el networking, resaltando su capacidad para mejorar la articulación empresarial, promover la innovación y ampliar el acceso a nuevos mercados, factores clave para la sostenibilidad del sector. Los resultados evidenciaron que el *networking* es una herramienta clave para el crecimiento y sostenibilidad de los agronegocios dentro del sector agroalimentario. Se identificó que su uso permite analizar e identificar cualidades internas de los agronegocios, adaptarse a las demandas del mercado, generar valor agregado para los clientes y aprovechar oportunidades mediante la colaboración activa entre actores económicos. Se concluye que el *networking* ha evolucionado hasta convertirse en una práctica común y estratégica tanto en instituciones públicas como privadas. Su aplicación efectiva en los agronegocios facilita la creación, consolidación y permanencia dentro de la cadena de valor, permitiendo enfrentar las dinámicas económicas actuales. Además, una buena red de contactos y la disposición para colaborar con otras empresas son factores determinantes para el desarrollo sostenible del sector agroalimentario.

2.1.2 Nacionales

Carhuas (2021), realizó en Tingo María, Perú la tesis sobre el “Emprendimiento y conocimiento del agronegocio en el distrito de Villa Rica, Pasco”, el objetivo de la investigación fue identificar si existe una relación significativa entre el emprendimiento y el conocimiento en los agronegocios en el distrito de Villa Rica, se empleó una investigación de tipo básica no experimental de tipo transversal el

instrumento que se manejó fue el cuestionario con 18 preguntas a escala ordinal que se empleó a 39 agronegocios del distrito de Villa Rica empleando la coeficiente de correlación Spearman, este trabajo resulta afín a la investigación aquí planteada, dado que plantea una correlación entre el emprendimiento y el conocimiento de los agronegocios con el objetivo de examinar el grado de correlación. Los resultados encontrados respecto a la investigación demostraron que si existe una relación significativa entre el conocimiento y el emprendimiento en los agronegocios ya que presenta una calificación de correlación moderada ($\rho = 0.694$) y un (P. Valor $0.00 < 0.05$). Se concluye que existe una relación significativa entre el emprendimiento y el conocimiento del agronegocio en Villa Rica, Pasco. Los tomadores de decisiones destacan la iniciativa y creatividad como factores clave para identificar oportunidades. Además, se valora más el conocimiento empírico, adquirido por experiencia y tradición. La innovación también es reconocida como fundamental. La dimensión más destacada del emprendimiento fue la iniciativa. Esto evidencia la importancia del conocimiento práctico en el desarrollo de agronegocios.

Cueva (2023) realizó en Perú la tesis titulada “Emprendimiento social como herramienta para el desarrollo sostenible de la Macro Región Norte del Perú” en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Con el objetivo de analizar el impacto de los emprendimientos sociales en el desarrollo sostenible de la Macro Región Norte, particularmente en las regiones de Lambayeque, Piura y La Libertad. El estudio fue de enfoque cualitativo y de tipo estudio de caso. Se realizaron entrevistas a emprendedores sociales, recopilando información sobre los desafíos, impactos y metas en relación con el desarrollo sostenible. También se analizaron los vínculos entre los emprendimientos sociales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los resultados obtenidos pueden servir como base para políticas de fomento del emprendimiento social en otras regiones del país. Los resultados indicaron que los emprendimientos sociales están directamente ligados a la solución de problemas locales y cumplen una función crucial en la integración de los ODS. Sin embargo, se identificó una necesidad de mayor apoyo por parte de las autoridades y un entorno más robusto para que estas iniciativas prosperen. La

investigación concluyó que los emprendimientos sociales son una herramienta efectiva para promover el desarrollo sostenible en la región, pero requieren un ecosistema de apoyo más consolidado que incluya la colaboración de incubadoras, redes de soporte y actores locales para maximizar su impacto.

Melgarejo (2023) llevó a cabo un estudio en la ciudad de Huánuco, Perú, titulado “Las habilidades emprendedoras y su impacto en el desarrollo comercial de las MYPES del rubro de comercialización de prendas de vestir durante el año 2022”. El objetivo de esta investigación fue examinar cómo las capacidades emprendedoras influyen en el crecimiento comercial de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de ropa. El estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo, con una orientación aplicada, desarrollándose bajo un nivel descriptivo-correlacional y con un diseño no experimental. La investigación resulta de gran relevancia para la temática actual, ya que permite comprender cómo las habilidades vinculadas al emprendimiento pueden incidir directamente en el desempeño comercial de las MYPES en dicho sector. Entre los hallazgos más relevantes, se identificó la existencia de una correlación positiva de carácter moderado entre las habilidades emprendedoras y el desarrollo comercial, evidenciada mediante un coeficiente Rho de Spearman de 0.507. Este resultado permitió concluir que las capacidades emprendedoras representan un factor de influencia significativa en la mejora del rendimiento comercial de las MYPES dedicadas a la venta de ropa en la región de Huánuco.

Castro et al. (2018) realizaron en Perú la investigación titulada “El sistema de agronegocios en el Perú: de la agricultura familiar al negocio agroalimentario”, publicada en la Revista Mexicana de Agronegocios. El objetivo de la investigación fue analizar el sistema de agronegocios en el Perú, identificando los factores, herramientas, procesos y estrategias que han permitido la transición de la agricultura familiar a los negocios agroalimentarios, la investigación fue de tipo descriptiva, con un diseño no experimental y enfoque documental, se realizó un estudio longitudinal basado en fuentes primarias y secundarias que abarcan el periodo 2000–2015 así mismo se revisaron estadísticas oficiales, antecedentes históricos y económicos, así

como elementos estratégicos y comerciales del sistema agroalimentario peruano, incluyendo los sectores agro productivo, agroindustrial, agroexportador y agro comercial. Los resultados evidencian que el Perú se ha consolidado como potencia agroalimentaria, con tasas de crecimiento agroexportador de 15% anual, las exportaciones agroindustriales no tradicionales alcanzaron más de 5 mil millones de dólares en 2015, con productos estrella como uvas, arándanos, paltas y espárragos. Se concluyó que el sistema de agronegocios en el Perú articula diversos sectores productivos y comerciales, y ha logrado un crecimiento sostenido gracias a estrategias públicas y privadas.

Huaicha y Senesi (2023) realizaron en Perú la investigación titulada “El sistema de agronegocios avícola de Perú: situación actual y perspectivas”. El objetivo del estudio fue analizar el sistema de agronegocios (SAG) avícola de Perú para diagnosticar su situación actual y comprender los factores institucionales, organizacionales, tecnológicos y comerciales que inciden en su desarrollo o limitaciones. La investigación fue de tipo cualitativa y cuantitativa, de carácter descriptivo. Se aplicó el método EPESA (Estudio y Planificación Estratégica de Sistemas de Agronegocios), el cual contempla el mapeo de actores, análisis de demanda y evaluación de los ambientes institucional, organizacional y tecnológico, se complementó con entrevistas semiestructuradas a expertos del sector avícola y revisión bibliográfica especializada, este estudio guarda relación con la presente investigación porque aborda los agronegocios, al proporcionar un análisis integral del sector avícola peruano desde una perspectiva sistémica. Asimismo, identifica limitaciones estructurales y plantea estrategias diferenciadas según el nivel de formalidad de los actores, lo cual resulta valioso para el diseño de políticas públicas o iniciativas privadas orientadas al fortalecimiento del sector. En los resultados se identificaron dos subsistemas dentro del SAG avícola: el industrial y el no industrial, el primero se caracteriza por mayor cumplimiento de normas sanitarias, tecnificación, contratos formales y orientación a mercados exigentes. El segundo muestra altos niveles de informalidad, bajos estándares de calidad, escasa tecnificación y ventas en mercados de abasto. Se concluyó que el SAG avícola peruano presenta una dualidad

estructural entre un subsistema industrial formal y uno no industrial informal. Esta segmentación responde a niveles distintos de cumplimiento normativo, tecnología, gobernanza y orientación de mercado.

2.1.3 Locales

Rodríguez (2016) desarrolló una tesis en la ciudad de Huamanga, Perú la tesis sobre “Estrategias para la competitividad de las MyPE agroindustriales en Huamanga, Ayacucho” El objetivo del estudio fue proponer alternativas de desarrollo sostenible que contribuyan a incrementar la producción de alimentos y asegurar la seguridad alimentaria en la zona. La investigación se enmarcó en un enfoque mixto, con métodos inductivo y deductivo, incorporando además un análisis de tipo analítico. A través de esta metodología, se buscó interpretar los resultados obtenidos directamente del trabajo de campo. Para la recolección de información se aplicaron encuestas y entrevistas, además de implementar la técnica de observación directa, aplicada a un total de 15 empresas agroindustriales en la región de Ayacucho. Este estudio es considerado relevante y complementario al presente trabajo, ya que ambos abordan la problemática de los agronegocios con un enfoque industrial, específicamente en el contexto de la provincia de Huamanga, y utilizando herramientas similares para la recopilación de datos. Como resultado, se identificó que las principales limitaciones que enfrentan estas empresas agroindustriales para lograr un desarrollo óptimo están relacionadas con factores como la informalidad, escasa capacitación del personal, problemas financieros, infraestructura deficiente, ausencia de tecnología adecuada y falta de planificación estratégica. Las conclusiones indican que Huamanga no aprovecha su potencial agrícola y agroindustrial por falta de inversión y apoyo al campo. Es necesario integrar a los pequeños agricultores con empresas agroindustriales para mejorar su acceso a crédito, tecnología y mercados. Esto permitirá aumentar la productividad, garantizar la seguridad alimentaria y reducir la pobreza en la región.

Gamboa (2016) desarrolló en Huamanga, Perú, la tesis titulada “Habilidades gerenciales y estrategias de competitividad de las MYPE agroindustriales en la

provincia de Huamanga, Ayacucho, 2014-2015". Tuvo como propósito principal analizar la relación entre las habilidades gerenciales y las estrategias de competitividad en las micro y pequeñas empresas agroindustriales de dicha provincia durante el periodo 2014-2015. La investigación empleó un enfoque cuantitativo y un diseño de tipo correlacional. Se trabajó con una muestra de 78 unidades de análisis, a quienes se les aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Para el análisis estadístico se utilizó la prueba Rho de Spearman, con el fin de determinar el nivel de asociación entre las variables consideradas. Este estudio es relevante ya que aborda la importancia de las habilidades gerenciales como factor clave en la implementación de estrategias competitivas en las MYPE agroindustriales. Permite comprender cómo el desarrollo de capacidades de liderazgo, planificación y gestión impacta directamente en la mejora del desempeño empresarial. Se evidenció una correlación positiva y fuerte entre las habilidades gerenciales y las estrategias de competitividad, respaldada por un valor de $\rho = 0.875$ y una significancia estadística de $\alpha = 0.000$. Estos resultados validan la hipótesis alternativa y confirman la relación estrecha entre ambas variables. Se concluye que la gestión efectiva basada en habilidades gerenciales sólidas favorece la aplicación de estrategias que potencian la competitividad de las MYPE agroindustriales en contextos como el de Huamanga. La investigación resalta la necesidad de fortalecer la formación gerencial como vía para impulsar el desarrollo empresarial local.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teoría psicológica del emprendimiento

Estudia al emprendedor como individuo analizando los rasgos y los comportamientos que tiene el emprendedor buscando características propias como las habilidades y cualidades que lo ayudan a resolver problemas y lo destacan de las demás personas no emprendedoras (Gómez, 2019).

2.2.2 Teoría sociológica del emprendimiento

El emprendimiento desde el punto sociológico consiste en analizar el entorno social y cultural donde se desenvuelve el emprendedor así mismo estudia como el entorno sociocultural influye de manera efectiva o desfavorable al espíritu emprendedor (Ferreto et al., 2018).

2.2.3 Emprendimiento

Según el autor Guerra y Restrepo (2013) el emprendimiento son esfuerzos exitosos realizados por un grupo o una persona con un propósito único de incitar un designio, buscando atender necesidades generadas en la población generando una solución de manera innovadora, por otra parte el autor Gómez (2019) menciona que el emprendedor tiene la capacidad de generar y transformar la oportunidad de negocio que se brinda en el entorno así mismo menina que el emprendedor maneja de manera adecuada los diversos recursos que tiene para formar un nuevo negocio, pero Burin (2017), define al emprendimiento como una enfoque en responder la siguiente cuestión ¿cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean más operacionales?, para poder contestar esta cuestión se tiene que analizar a profundidad el comportamiento del emprendedor.

2.2.4 Tipos de emprendimiento

2.2.4.1 Emprendimiento por necesidad

Se genera gracias a la identificación de oportunidad por necesidad surge con el motivo de superar situaciones negativas lo que conlleva la creación de un negocio, se caracteriza por generar ingresos económicos que son utilizados día a día generalmente este tipo de emprendimiento no cuenta con plan para el crecimiento del negocio (Terán y Guerrero, 2019).

2.2.4.2 Emprendimiento tradicional

Son un conjunto de acciones que son utilizadas de manera innovadora para la creación de un nuevo ambiente económico se genera gracias a un proceso social, económico y las circunstancias del medio (Calderón y Flores, 2021).

2.2.4.3 Emprendimiento dinámico

Son todos aquellos emprendimientos que tienen un alto crecimiento obteniendo altas ventas tiene grandes potenciales de crecimiento se diferencia de los demás por tener un plan de negocio ofrecen un producto innovador y se aplica un diseño nuevo en temas del uso de la tecnología para su desarrollo (Morales y Argote, 2019).

2.2.5 Agronegocio

Los agronegocios son actividades económicas vinculadas a los productos derivados del campo y toda la cadena productiva que conlleva, el agronegocio es la producción agrícola a gran escala esta situación ha venido criticado y cuestionado ya que tiene impacto negativo en el medio ambiente (Olarte, 2012). Por otra parte, el autor Casadiego (2021) menciona que los agronegocios es un sistema integrado de negocios relacionados a los productos agrícolas haciendo el uso de la innovación y la tecnología con el fin de equilibrar la demanda del mercado.

2.2.6 Importancia del agronegocio

Si bien es cierto, la agricultura viene a ser un sector económico donde se dedica la mayor parte de la población mundial (Cejudo y Navarro, 2019), cabe resaltar que también, se trata de la primera fuente alimentos e ingresos económicos para personas que se dediquen a ese rubro teniendo un papel importante en la economía de un país (Bula, 2020). Es importante y necesario buscar invertir en la agricultura ya que resulta mejorar la seguridad alimentaria y fomentar la sostenibilidad (Martínez y Martínez, 2021). Por otro lado, los agronegocios vienen a ser importante dentro de un margen en forma ampliada y se convierte en un reto prioritario dentro de la actualidad,

esto con respecto a los desafíos de la globalización y las oportunidades que estas presentan como la aceptación del comercio, así como también la reducción de la pobreza (Ramírez, 2021). El desarrollo como tal de los agronegocios implica tener que brindar la ayuda en la búsqueda de los desafíos y problemas sociales que están presentes dentro de una población ya que así puedan mejorar la balanza comercial mediante la producción de alimentos que por consiguiente genera empleo con el fin de reducir la pobreza (Guillén et al., 2018).

2.2.7 Enfoques sobre el conocimiento

El conocimiento hace que las personas puedan comprender de manera directa a la naturaleza con respecto a su entorno, las relaciones que permiten vincularse con las cualidades a través del razonamiento tomando en cuenta esta perspectiva se entiende por conocimiento al proceso de informaciones representadas de forma abstracta donde se interrelacionan según las observaciones y experiencias que uno va acumulando (Alan y Cortez, 2017). Britto (2013) señala que los conocimientos vienen a ser caracterizadas de manera general o de manera conceptual se aplican a un proceso de casos donde se dividen los rasgos comunes, así como también las cualidades vinculadas no solo a sucesos individuales o únicos estos conocimientos son adquiridos a través de metodologías aceptadas y vinculadas a la repetición y verificación por los investigadores. Por otro lado, Arias (2012) señala que existen dos direcciones por donde el conocimiento puede ser entendido: “El conocimiento es el proceso de conocer, es decir, se representa de manera en cómo se da la percepción de una realidad adjunta.” De tal manera se entiende, “como el resultado del proceso manifestados en conceptos e imágenes de acuerdo a una realidad.” Por lo tanto, se entiende por conocimiento al proceso por el cual la realidad vendría a ser reflejada dentro de la mente de las personas, donde dicho proceso está vinculado a las distintas leyes naturales y sociales de acuerdo a las actividades prácticas.

2.2.8 Conocimiento empírico-no científico.

También es llamado como un conocimiento “tradicional o vulgar” esto de manera que es caracterizado como tal, debido a que dichos conocimientos son adquiridos dentro del sentido común de los seres humanos, es por ello que son considerados como poco precisos, es decir, que estos no cuentan con una fundamentación adecuada, se manifiestan con un lenguaje ambiguo y que carece de métodos para obtener dichos conocimientos (Barbeito y Chambilla, 2021). Valmaseda (2019) señala que el conocimiento empírico es un análisis a profundidad verificando varios ángulos del problema así mismo cumple un papel importante o enfoque que acostumbra denominarse por niveles.

2.2.9 MYPEs

La Micro y Pequeña Empresa se refiere según a su definición, a tratarse de una organización de carácter empresarial a través de una persona natural o jurídica, organización cuyo objetivo tiene el de impulsar las actividades ya sean de extracción, producción, y comercialización de distintos bienes o servicios (Mares, 2013). Las MYPEs según su conjunto y de manera organizada realizan la práctica ya sea de conocimientos y recursos con el fin de elaborar producto y servicios distribuyendo a terceros para la obtención de beneficios económicos, entre otros (Rodríguez, 2017).

Cabe señalar que las MYPEs pueden operar de manera formal o informal Las MYPEs formales son aquellas que han sido debidamente registradas en el Registro Único de Contribuyentes y administrado por la SUNAT, y que se encuentran adscritas a alguno de los regímenes tributarios establecidos para las empresas en el Perú, este grupo empresarial representa un grupo que ha cumplido con los requisitos legales para operar formalmente dentro del sistema económico (Bardalez y Poves, 2029). Por otro lado, las MYPEs informales operan al margen de los marcos legales y normativos que regulan la actividad económica, esta condición implica la evasión de las obligaciones tributarias y del cumplimiento de las disposiciones legales vigentes. Además, estas unidades económicas no acceden a la protección legal ni a los

beneficios y servicios que el estado ofrece a las empresas formalmente constituidas, lo que limita su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo (Gonzales, 2020)

2.2.10 Características de las MYPES

Las características de las MYPES están ligadas directamente con la capacidad de la producción, según la encuesta nacional de hogares (ENAH0, 2021) el 76,1% de las MYPES no tienen registro de cuentas, 20.6% tiene un apunte de ingresos y egresos y solo el 3.3% tiene un sistema contable. Así mismo se establecen según las ventas realizadas en un año, existen las microempresas que tienen una venta anual de 150 UIT y las pequeñas empresas que presentan ventas anuales más de 150 UIT hasta 1700 UIT (Briceño, 2021). Por otro lado, un 50.9% de las MYPES tienen un local donde realizar sus actividades y el 49.1% no cuentan con un local (ENAH0, 2021). Por otra parte, las características para ser catalogadas como MYPES, se basan en el número de trabajadores: que de tratarse de una microempresa abarca de una (1) a diez (10) trabajadores; por consiguiente, al tratarse de una pequeña empresa esta abarca de una (1) hasta cincuenta (50) trabajadores (Rodríguez, 2017).

2.2.11 Elementos de los agronegocios

El agronegocio ha crecido mucho en los últimos años, por eso es importante que quienes trabajan en este sector conozcan bien sus elementos, como el uso de tecnología, la información adecuada y contar con operarios capacitados, para poder tomar mejores decisiones (Martínez, 2021).

➤ Tecnología

En los últimos años la tendencia de los productos inocuos tomó una gran relevancia lo que ha convertido al sector agronegocio a tomar un gran reto de producir productos más saludables, para lograrlo es necesario la implementación de la tecnología dado que estas ayudan a perfeccionar los procesos de producción y la eficiencia agrícolas así mismo ayuda resolver algunas deficiencias que el agronegocio tiene tales como: controles

fitosanitarias, control de calidad, organización, seguimiento, observación, control de riego entre otros.(Trujillo et al., 2021).

➤ **Información**

La información es uno de los elementos primordiales del agronegocio puesto que ayuda a la toma de decisiones transformando a las organizaciones que lo implementan mejorando la competitividad y productividad de los agronegocios (Rojas et al., 2021). En la actualidad muchas empresas optan por incorporar la información adecuada a sus empresas con el fin de generar una mejor productividad, la tecnología ha hecho que la información este a disposición del público, pero se tiene que saber utilizar bien la información de lo contrario estamos expuestos a tomar decisiones erróneas.

➤ **Operario capacitado**

El autor Silva (2020) menciona que es muy importante realizar una inversión en la capacitación del personal que la labora en la empresa puesto que es una inversión que a largo plazo va generar rentabilidad ya que un personal capacitado tiene nuevos conocimientos, mejora el trabajo, obtiene nuevas habilidades y presenta una mejor actitud con la finalidad de obtener mejores rendimientos y que la empresa tenga un desarrollo favorable. La selección del personal de trabajo es muy importante dado que se tiene que contar con las características que el puesto de empleo lo condicione.

2.3 Definición de términos

➤ **Emprendimiento**

Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos, impulsando el cambio mediante la innovación, la creatividad y el uso estratégico de recursos, especialmente en contextos productivos como los agronegocios (Azqueta, 2017).

➤ **Actitud emprendedora**

Es la disposición mental y emocional que impulsa al individuo a tomar riesgos, innovar y persistir ante los desafíos del entorno empresarial (Trujillo, 2022).

➤ **Innovación**

Es la aplicación de ideas creativas para generar productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, que aportan valor al emprendimiento y a la competitividad (Camacho et al., 2020).

➤ **Producción**

Es el proceso mediante el cual se transforman insumos en bienes o servicios con valor agregado, mediante el trabajo humano y/o tecnológico (Vilcarromero, 2017).

➤ **Comercio informal**

Conjunto de actividades económicas que operan al margen del marco legal y tributario, generalmente sin RUC y con menos de 10 trabajadores, representando una fuente importante de empleo informal (Freire, 2017).

➤ **Bienes y servicios**

Los bienes son productos tangibles, y los servicios son intangibles; ambos se ofrecen en el mercado para satisfacer necesidades humanas. En el agronegocio, incluyen desde productos agrícolas hasta servicios de transformación y distribución (Quiroa, 2020).

➤ **Economía**

Ciencia que estudia cómo se organizan y utilizan los recursos para producir, distribuir y consumir bienes y servicios. En el contexto de las MYPES agropecuarias, orienta la toma de decisiones económicas (Pérez, 2016; González, 2020).

➤ **Agroindustria**

Sector que transforma materias primas de origen agrícola, forestal o pesquero en productos con valor agregado para su comercialización. Es un componente clave de los agronegocios (Ríos, 2020).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

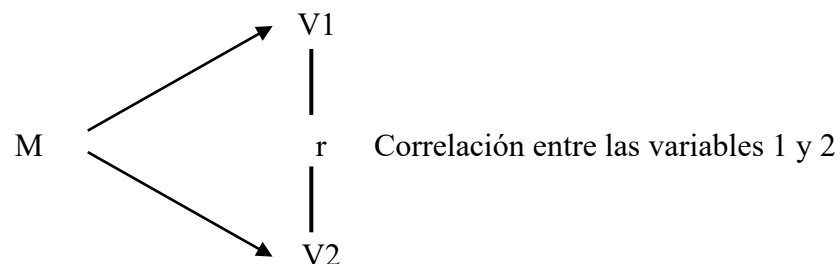
3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básica, ya que su objetivo es generar nuevos conocimientos sin buscar una aplicación inmediata en la práctica, su motivación surge del interés por comprender con mayor profundidad la relación entre el emprendimiento y los elementos del agronegocio, lo cual permitirá establecer fundamentos teóricos para futuras investigaciones. Es considerada básica porque constituye un pilar esencial para el desarrollo científico y puede servir de base para estudios aplicados o tecnológicos (Esteban, 2018).

3.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación de este estudio es correlacional, ya que tiene como propósito determinar el grado de relación que existe entre las variables emprendimiento y elementos del agronegocio. Según Salazar (2021) menciona que la investigación correlacional es el intercambio de teorías y metodologías que están relacionadas. Así mismo es de nivel descriptivo correlacional, ya que midió el grado de relación que existe entre dos o más variables mediante técnicas estadísticas. Según Hernández et al (2014), el esquema del diseño de la investigación por ser transversal descriptivo simple es la siguiente:



Donde:

M: Representa la muestra del estudio

O1: Observación de la variable 1

O2: Observación de la variable 2

r: Correlación entre las variables

3.1.3 Método de investigación

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que se centra en la recolección y análisis de datos numéricos para describir y analizar la evolución del emprendimiento y los elementos de los agronegocios. Este enfoque permite trabajar con datos objetivos y facilita el análisis sistemático de las variables en estudio. Además, es adecuado cuando se busca medir fenómenos de manera precisa y obtener resultados sustentados en procedimientos estadísticos. Según Kumar (2011), el método cuantitativo es especialmente útil para examinar relaciones entre variables, ya que brinda información confiable, replicable y generalizable. Asimismo, permite extraer conclusiones sobre una población a partir del análisis de una muestra representativa, lo que incrementa la validez externa del estudio y su aplicabilidad a contextos similares. La objetividad y sistematicidad que caracterizan al enfoque cuantitativo fortalecen la rigurosidad del proceso investigativo.

3.1.4 Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental y transversal, ya que no se realizó manipulación deliberada de las variables: emprendimiento y elementos de los agronegocios. En este tipo de diseño, las variables se observan tal como ocurren en su contexto natural, sin intervenir sobre ellas. De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), en los estudios no experimentales “no se manipulan deliberadamente variables, es decir, no se hace variar en forma intencional las variables independientes para analizar sus efectos”. Asimismo, se empleó un diseño transversal, dado que la recolección de datos se realizó en un solo momento, en un tiempo único, con el

objetivo de analizar la relación existente entre las variables en un punto específico del tiempo. Este tipo de diseño es adecuado cuando se pretende obtener una visión diagnóstica o de correlación sin necesidad de seguimiento longitudinal.

3.2 Ámbito temporal y espacial

3.2.1 Ámbito temporal

La presente investigación se desarrolló a lo largo de seis meses, comprendidos entre setiembre de 2023 y enero de 2024. Este periodo fue suficiente para realizar las etapas de diseño del instrumento, recolección, procesamiento y análisis de datos. Asimismo, permitió captar información actual y relevante sobre las MYPEs de la provincia de Huanta, específicamente en lo relacionado con el emprendimiento y los elementos de los agronegocios, reflejando la dinámica económica y productiva del momento.

3.2.2 Ámbito espacial

El estudio se llevó a cabo en la provincia de Huanta, ubicada en el departamento de Ayacucho, Perú, la cual está conformada por trece distritos: Huanta, Ayahuanco, Huamanguilla, Iguaín, Llochegua, Luricocha, Santillana, Sivia, Canayre, Uchuraccay, Pucacolpa, Chaca y Putis. Territorialmente, la provincia se ubica principalmente en la zona de sierra, comprendiendo los distritos de Huanta, Luricocha, Huamanguilla, Iguaín, Ayahuanco, Santillana, Uchuraccay, Putis, Pucacolpa y Chaca, caracterizados por su altitud, clima templado-frío y condiciones geográficas que favorecen actividades agropecuarias, así como emprendimientos rurales de carácter tradicional y emergente. Asimismo, Huanta incluye áreas correspondientes a la ceja de selva, integradas por los distritos de Sivia, Llochegua y Canayre, regiones que presentan un clima más cálido, mayor biodiversidad y dinámicas productivas propias de zonas de transición amazónica, lo cual genera oportunidades y desafíos específicos en materia económica y social.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

En la investigación, la población guarda relación con los objetivos, ya que debe presentar características comunes que permitan identificarlas y analizarlas en función de casos similares (Babativa, 2017). Dado que no se cuenta con un registro exacto de las microempresas del sector agronegocios en la provincia de Huanta, se optó por aplicar un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a 200 microempresarios accesibles y disponibles para la recolección de datos.

Tabla 2

Número de agronegocios detectados en la provincia de Huanta

Nº	Distrito	Cantidad de agronegocios
1	Huanta	38
2	Luricocha	15
3	Iguain	13
4	Huamanguilla	10
5	Santillana	16
6	Putis	9
7	Ayahuanco	13
8	Pucacolpa	15
9	Sivia	18
10	Llochegua	20
11	Canayre	15
12	Chaca	10
13	Uchuraccay	8
TOTAL		200

Nota. Distribución de agronegocios en la provincia de Huanta. Fuente: Elaboración propia (2024).

3.3.2 Muestra

El autor Ventura (2017) afirma que la muestra es el subgrupo de la población, siendo esta la parte observada y analizada en un estudio. Asimismo, es un grupo representativo de la realidad problemática de una población. Por ello, en la muestra seleccionada para esta investigación se incluyó a 200 microempresarios del sector

agronegocios de la provincia de Huanta, seleccionados bajo criterios de accesibilidad y disponibilidad, conforme al muestreo no probabilístico por conveniencia. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

3.3.3 Muestreo

Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a la inexistencia de un registro oficial actualizado de las microempresas del sector agronegocios en la provincia de Huanta. Por ello, se seleccionaron 200 microempresarios que estuvieron disponibles y accesibles para participar en la investigación, permitiendo recolectar información representativa sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia.

3.3.4 Técnica

Una técnica de investigación se define como un método estructurado que se aplica para recopilar y examinar datos, con el objetivo de resolver un problema específico o responder a una pregunta de investigación (Pandey y Pandey, 2015).

Se utilizó la técnica de la encuesta, aplicada a las MYPEs del sector agronegocios en la provincia de Huanta. Esta técnica permitió recolectar datos específicos y relevantes, como el comportamiento emprendedor y los elementos del agronegocio presentes en dichas empresas. La encuesta fue diseñada para captar información precisa y facilitar un análisis detallado de la problemática estudiada.

3.3.5 Instrumentos

Un instrumento de investigación es una herramienta específica diseñada para recolectar y analizar datos en el contexto de un estudio. Estos instrumentos incluyen diversas opciones como cuestionarios, escalas de medición, fichas de cotejo, entrevistas estructuradas, y pruebas estandarizadas, entre otros (Medina et.al., 2023)

Para esta investigación, se empleó un cuestionario estructurado con una escala de Likert de cinco niveles, diseñado para captar con precisión las percepciones de los

participantes. La escala incluía las siguientes opciones de respuesta: 1 = "Definitivamente no", 2 = "Probablemente no", 3 = "Indeciso", 4 = "Probablemente sí" y 5 = "Definitivamente sí". En el caso de la variable de emprendimiento, se plantearon 23 preguntas que exploran distintos aspectos de la iniciativa empresarial y las motivaciones de los microempresarios en Huanta, para la segunda variable, relacionada con los elementos del agronegocio, se formularon 25 preguntas enfocadas en entender los factores específicos y las prácticas de este sector. El instrumento de investigación se presenta en el anexo 2.

Tabla 3

Técnica e Instrumento

Nº	Variables	Técnica	Instrumento
1	Emprendimiento	Encuesta	Cuestionario estructurado
2	Elementos del Agronegocio	Encuesta	Cuestionario estructurado

Nota. Se presenta la técnica e instrumento utilizados para la recolección de datos en cada una de las variables de estudio Fuente: Elaboración propia (2024).

3.3.6 Validez

La validación de los instrumentos asegura la confiabilidad de un hecho empírico, garantizando que el instrumento sea adecuado y válido para su correcta aplicación (Soriano, 2015).

Tabla 4

Evaluación de expertos para la validación de los cuestionarios

Expertos	Puntaje
William Blas Torres Gutiérrez	110
Amit Roy Flores Rivera	110
Marilú Marcela Quispe Villanueva	107

Nota. Elaborado conforme a la matriz de valoración de cuestionarios del método Abregú.

El instrumento fue revisado y validado por académicos quienes cuentan con la experiencia y conocimientos necesarios para asegurar la validez del cuestionario, la validación de los cuestionarios empleados en este estudio se realizó mediante el juicio de expertos utilizando el método de Abregú. Para ello, tres especialistas evaluaron el instrumento en función de los criterios de congruencia, claridad y tendenciosidad, A partir de esta evaluación, se concluyó que el cuestionario es pertinente y adecuado para su aplicación en la investigación.

3.3.7 Confiabilidad

En este estudio, se llevó a cabo una prueba piloto de los cuestionarios en una muestra de 20 MYPEs del sector agronegocios para evaluar su confiabilidad. Se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach mediante el software SPSS, lo que permitió medir el grado de consistencia de las dimensiones analizadas.

3.3.7.1 Alfa de Cronbach

Es uno de los coeficientes más empleados para evaluar la fiabilidad mediante consistencia interna, y puede aplicarse en variables de escala. Es una herramienta gratuita, abierta y flexible, que forma parte de un sistema estadístico más amplio, lo cual facilita su uso en diversos programas de análisis (Rodríguez y Reguant, 2020).

Según George y Mallery (2003) el coeficiente Alfa de Cronbach, interpretado de acuerdo con los siguientes rangos: valores superiores a 0.9 indican una confiabilidad excelente, valores entre 0.8 y 0.9 indican buena confiabilidad, valores entre 0.7 y 0.8 son aceptables, valores entre 0.6 y 0.7 son cuestionables, valores entre 0.5 y 0.6 son pobres, y valores menores a 0.5 son inaceptables.

Tabla 5

Análisis de confiabilidad de las variables de estudio.

Variable	Alfa de Cronbach	N° de elemento	Casos
Emprendimiento	0,808	23	20
Elementos de los agronegocios	0,907	25	20
Estadística de Fiabilidad general			
General	0,927	48	20

El análisis de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach indica que la variable emprendimiento tiene un valor de 0,808, lo cual representa una confiabilidad buena, mientras que la variable elementos de los agronegocios obtuvo un coeficiente de 0,907, indicando una confiabilidad excelente. En conjunto, el instrumento total alcanzó un coeficiente de 0,927, lo que sugiere una confiabilidad excelente en general. Estos resultados reflejan que el cuestionario utilizado en la investigación es altamente consistente y adecuado para medir las variables planteadas en el estudio.

3.4 Procedimientos

Esta investigación es de enfoque cuantitativo y diseño correlacional, sin intervención experimental. Se definieron la población y la muestra considerando la disponibilidad y accesibilidad de las MYPEs en los agronegocios de la provincia de Huanta. La recolección de datos se realizó mediante cuestionarios estructurados, orientados a obtener información sobre las variables “emprendimiento” y “elementos de los agronegocios”. Los datos obtenidos fueron organizados y preprocesados en Excel, lo que facilitó su análisis posterior en el software SPSS v.25, permitiendo generar gráficos, tablas y aplicar pruebas estadísticas como la de normalidad y correlaciones.

3.5 Método de análisis de datos

3.5.1 Estadística descriptiva

se empleó la estadística descriptiva para organizar y analizar los datos recolectados de la muestra, este procedimiento tuvo como objetivo principal identificar y resumir las características esenciales de los datos obtenidos, facilitando así su interpretación en función de las variables de estudio. Para ello, se utilizaron gráficos, como histogramas, y tablas de frecuencias, que permitieron representar visualmente la información, haciendo posible un análisis más detallado y comprensible de los aspectos clave del emprendimiento y elementos de los agronegocios.

3.5.2 Estadística inferencial

Para esta investigación, se utilizó la estadística inferencial con el propósito de analizar la relación entre las variables "emprendimiento" y "elementos de los agronegocios" en las MYPES de la provincia de Huanta. Este enfoque permitió evaluar cómo se vinculan estas variables, proporcionando una base para realizar inferencias sobre el comportamiento del emprendimiento en el contexto de los agronegocios. Los datos fueron recolectados mediante encuestas que reflejaban las percepciones y valoraciones de los participantes, lo que motivó el uso de métodos de estadística inferencial no paramétrica. Se llevó a cabo un análisis de correlación usando el coeficiente de correlación Rho de Spearman para medir la relación entre ambas variables. El procesamiento de datos se realizó mediante los programas SPSS v.25 y Excel, permitiendo obtener resultados precisos y apoyar la interpretación de las relaciones estudiadas en el contexto local de las MYPES en Huanta.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

4.1.1 Análisis e interpretación de resultados

4.1.1.1 Estadística descriptiva para la variable: emprendimiento

Tabla 6

Resultados descriptivos de la variable: Emprendimiento

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	139.00	69.50	69.50	69.50
Medio	49.00	24.50	24.50	94.00
Alto	12.00	6.00	6.00	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

En la tabla 6 y figura 2 se observa muestra la distribución de la variable emprendimiento en las MYPES de la provincia de Huanta. Una mayoría significativa de 69.50%, de los emprendedores se encuentra en la categoría de bajo nivel de emprendimiento. Este dato indica que la mayoría de los emprendedores presentan limitaciones en características o comportamientos típicos del emprendimiento, como la iniciativa, la toma de riesgos y la innovación. Esto puede ser un signo de que muchos emprendedores están en las primeras etapas de desarrollo o carecen de recursos y capacitación adecuados. El 24.50% de los emprendedores tiene un nivel medio de emprendimiento. Esto sugiere que una proporción considerable posee ciertas características emprendedoras, pero que todavía hay áreas que necesitan fortalecerse. Estos emprendedores pueden estar comenzando a desarrollar sus habilidades y buscar oportunidades, pero no están completamente desarrollados en términos de la mentalidad emprendedora. Solo 6.00% de los emprendedores se clasifica en la

categoría de alto nivel de emprendimiento. Esta cifra baja indica que hay pocos emprendedores en la región que exhiben un fuerte potencial emprendedor y que están preparados para asumir riesgos significativos, innovar y expandir sus negocios de manera proactiva. La alta proporción de emprendedores en la categoría baja sugiere que hay desafíos significativos en el ecosistema emprendedor de Huanta. Es posible que existan barreras como la falta de formación, acceso limitado a financiamiento, o un entorno que no favorezca la innovación y el riesgo. La situación resalta la importancia de implementar programas de apoyo, capacitación y recursos para ayudar a los emprendedores a elevar sus niveles de emprendimiento. Se debe poner un enfoque especial en el desarrollo de habilidades emprendedoras en aquellos que se encuentran en la categoría baja. Se podrían diseñar e implementar programas específicos de formación y mentoría para emprendedores en la categoría baja, ayudándoles a adquirir habilidades esenciales y fomentar una mentalidad emprendedora.

Figura 2

Distribución porcentual de la variable: Emprendimiento

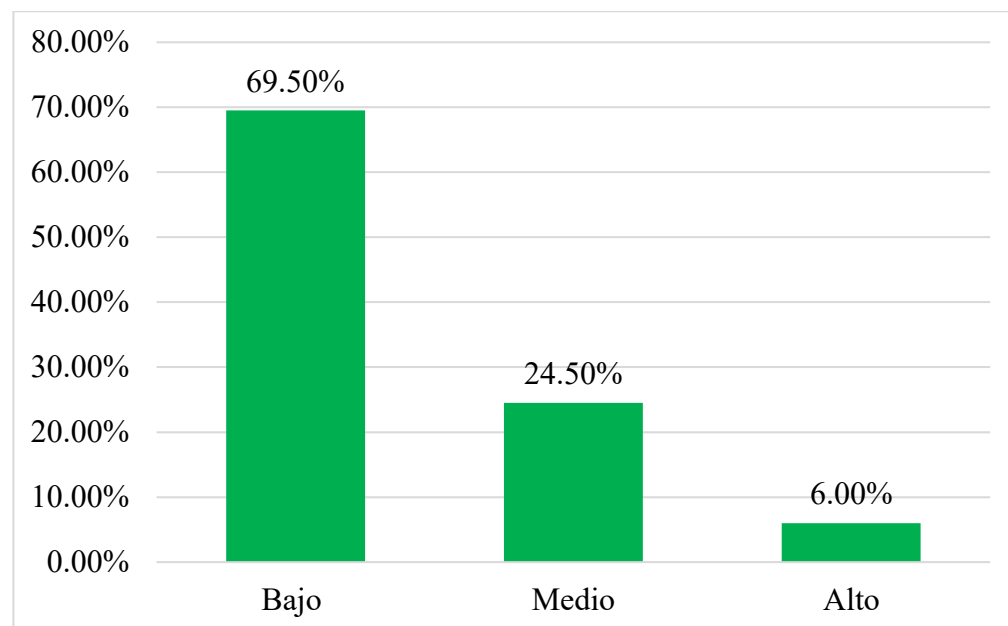
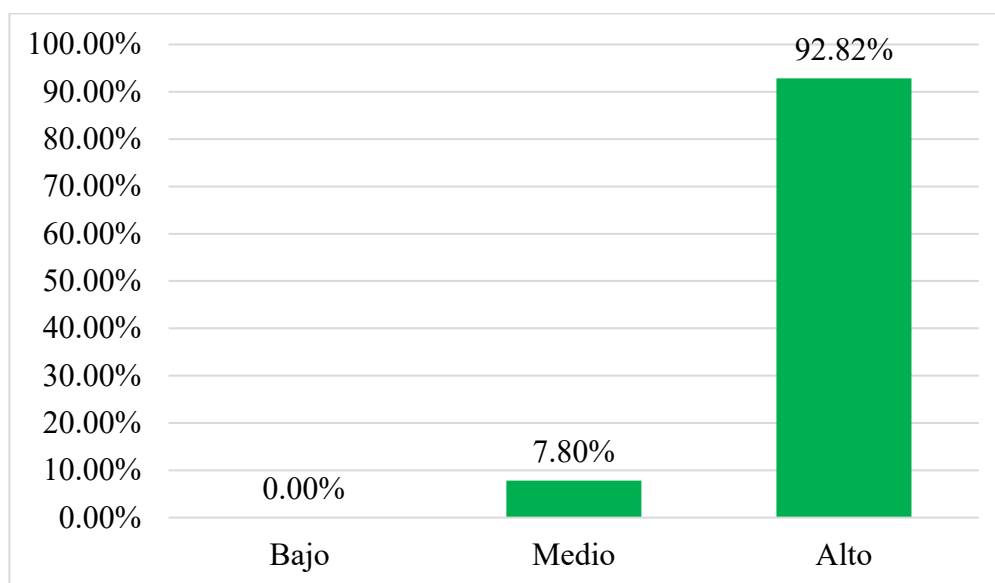


Tabla 7*Resultados descriptivos de la dimensión: Personal*

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	0.00	0.00	0.00	0.00
Medio	13.00	7.18	7.18	7.18
Alto	168.00	92.82	92.82	100.00
Total	181.00	100.00	100.00	

Figura 3*Distribución porcentual de la dimensión personal del emprendimiento*

La tabla 7 y figura 3, muestra la distribución de la dimensión personal de la variable emprendimiento en las MYPES de la provincia de Huanta. No se observó ningún (0.00%) emprendedor en la muestra que presente una dimensión personal considerada como baja. Esto sugiere que todos los emprendedores evaluados poseen al menos un nivel básico de las características personales relacionadas con el emprendimiento. Solo el 7.80% de los emprendedores se encuentra en la categoría media. Esto indica que una pequeña proporción de la muestra tiene características personales adecuadas, pero no

excepcionales, en relación con el emprendimiento. Este grupo puede beneficiarse de más apoyo y capacitación para desarrollar habilidades y actitudes que potencien su rendimiento. Una abrumadora mayoría, el 92.82%, tiene una dimensión personal alta en el emprendimiento. Esto sugiere que la gran mayoría de los emprendedores en Huanta poseen cualidades personales significativas, como motivación, autoconfianza, resiliencia y capacidad para asumir riesgos, que son cruciales para el éxito en los agronegocios. La alta proporción de emprendedores con una dimensión personal alta es un indicativo positivo sobre el entorno emprendedor en Huanta. Esto podría estar relacionado con factores culturales, educativos o de apoyo institucional que fomentan una mentalidad emprendedora. Aunque el 92.82% tiene una dimensión alta, el 7.80% que está en la categoría media puede ser un foco importante para programas de desarrollo. Identificar y capacitar a este grupo podría contribuir a elevar aún más el potencial emprendedor en la región.

Tabla 8

Resultados descriptivos de la dimensión: Social

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	2.00	1.00	1.00	1.00
Medio	55.00	27.50	27.50	28.50
Alto	143.00	71.50	71.50	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

La tabla 8 y figura 4, se observa que solo el 1.00% de los emprendedores presenta una dimensión social baja. Este resultado sugiere que la mayoría de los emprendedores no carecen de conexiones sociales o redes de apoyo, lo cual es positivo, ya que indica que hay una base social mínima necesaria para el emprendimiento. El 27.50% de los emprendedores se encuentra en la categoría media. Esto sugiere que una proporción significativa tiene alguna capacidad para establecer redes sociales y relaciones, pero aún tiene espacio para mejorar. Este grupo podría beneficiarse de formación en habilidades interpersonales y en

la creación de redes, que son fundamentales para el desarrollo empresarial. La mayor parte de los emprendedores, 71.50%, presenta una dimensión social alta. Esto indica que la mayoría tiene buenas redes de contactos y relaciones interpersonales, lo cual es fundamental para el éxito en el emprendimiento, ya que estas conexiones pueden facilitar el acceso a recursos, información y oportunidades de negocio. La alta proporción de emprendedores con una dimensión social alta sugiere un entorno favorable para el emprendimiento en Huanta. Las conexiones sociales son clave para compartir experiencias, conocimientos y recursos, lo cual puede impulsar el crecimiento de las MYPEs. Aunque la mayoría tiene una dimensión social alta, el 27.50% en la categoría media representa una oportunidad para fortalecer aún más el capital social en la región. Iniciativas que fomenten el networking y la colaboración entre emprendedores podrían ser beneficiosas. Se podrían desarrollar programas que ayuden a los emprendedores a construir y fortalecer sus redes sociales, abordando específicamente al 27.50% en la categoría media.

Figura 4

Distribución porcentual de la dimensión social del emprendimiento

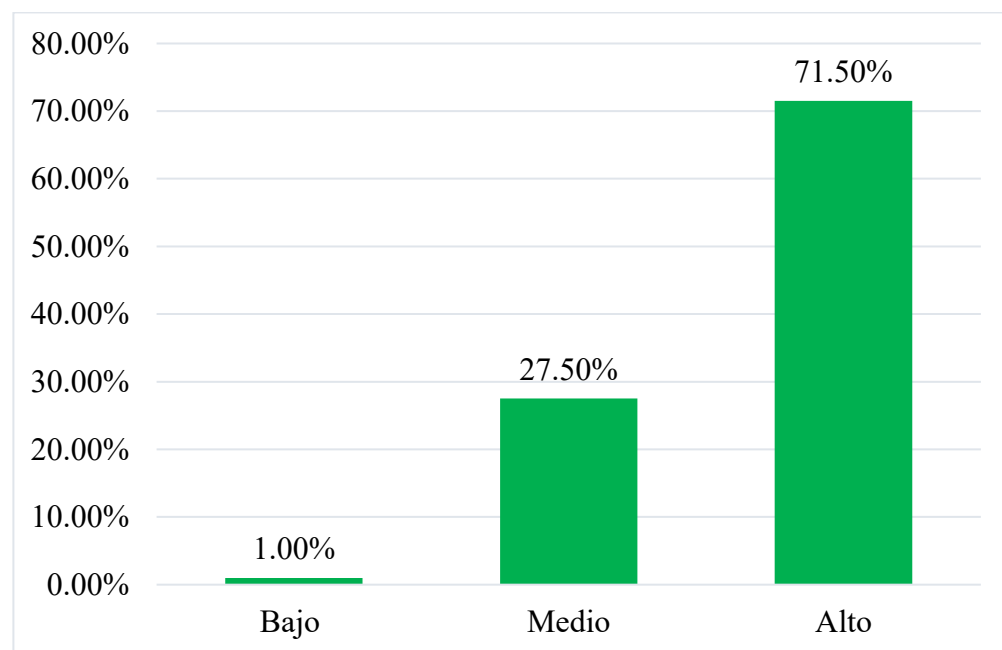
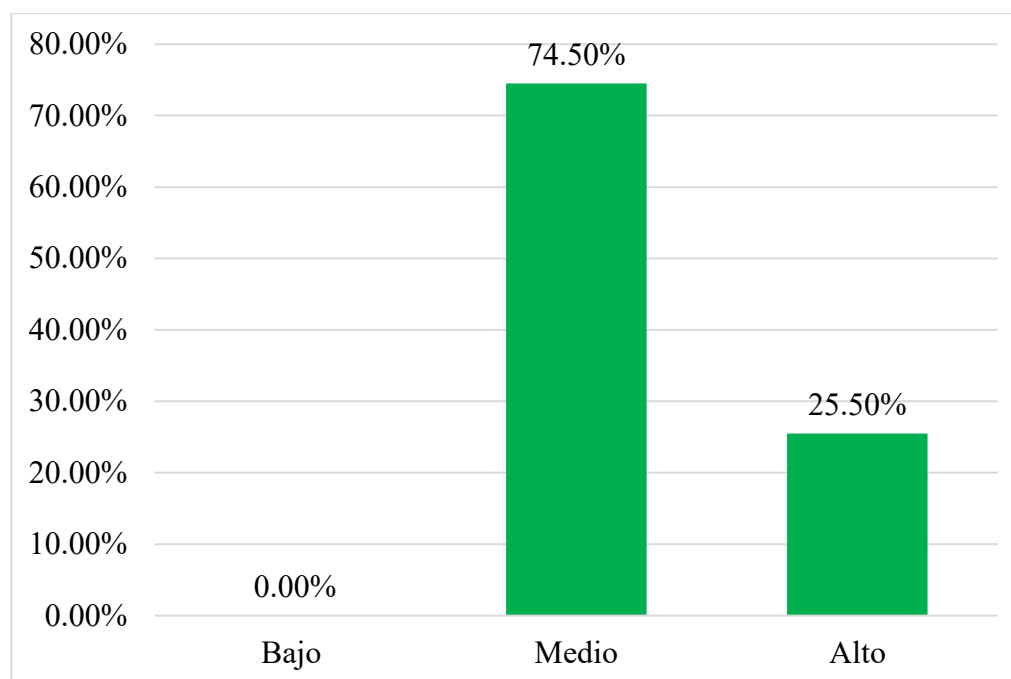


Tabla 9*Resultados descriptivos de la dimensión: Productiva*

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	0.00	0.00	0.00	0.00
Medio	149.00	74.50	74.50	74.50
Alto	51.00	25.50	25.50	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

Figura 5*Distribución porcentual de la dimensión productiva del emprendimiento*

En la tabla 9 y figura 5, muestra la distribución de la dimensión de productividad de la variable emprendimiento en las MYPES de la provincia de Huanta. No se registró ningún (0.00%) emprendedor en la categoría de baja productividad. Esto es un hallazgo notable, ya que sugiere que todos los emprendedores evaluados cuentan con al menos un nivel básico de productividad en sus operaciones, lo cual es positivo para el ecosistema emprendedor. Una gran mayoría, 74.50%, se encuentra en la categoría de

productividad media. Esto indica que la mayoría de los emprendedores tienen un nivel aceptable de productividad, pero hay un considerable margen para mejorar. Este grupo podría beneficiarse de estrategias que optimicen procesos, gestión de recursos y adopción de mejores prácticas. Solo 25.50% de los emprendedores tiene un nivel alto de productividad. Aunque esta proporción es menor en comparación con la categoría media, sugiere que existe un grupo significativo de emprendedores que están realizando sus actividades de manera eficiente y efectiva, lo que puede ser un modelo a seguir para aquellos en la categoría media. La ausencia de emprendedores con baja productividad es alentadora, pero la gran proporción en la categoría media indica que hay un importante potencial de mejora. Las MYPES podrían beneficiarse de programas de capacitación y asesoramiento enfocados en la optimización de procesos y la innovación. El 25.50% de emprendedores con alta productividad puede actuar como un referente y mentor para aquellos en la categoría media. Se pueden fomentar intercambios de experiencias y mejores prácticas para elevar la productividad en general. Programas de Capacitación: Desarrollar e implementar programas que se enfoquen en la mejora de la productividad, abordando específicamente las necesidades de aquellos que se encuentran en la categoría media.

4.1.1.2 Estadística descriptiva para la variable: Elementos de los agronegocios

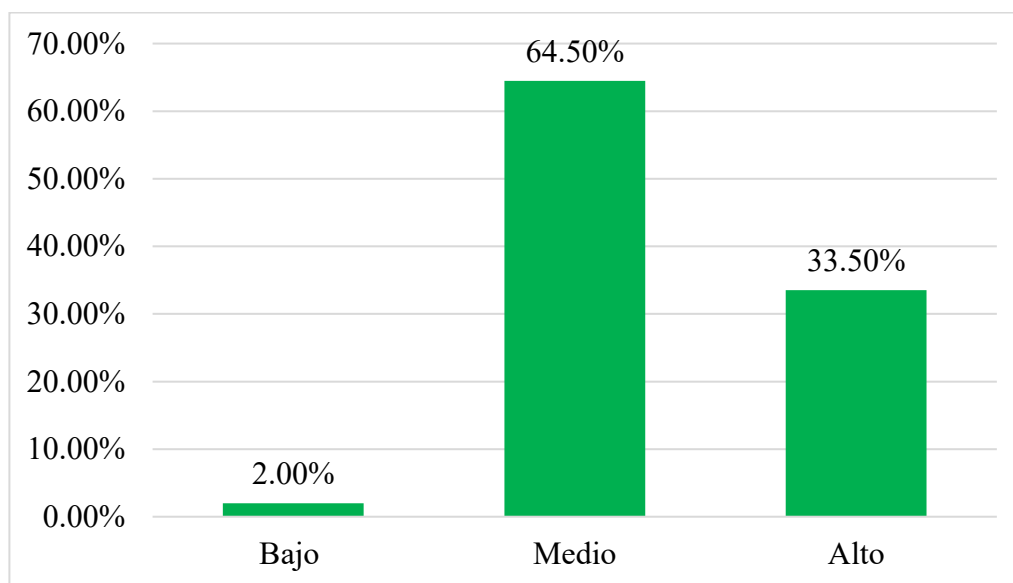
Tabla 10

Resultados descriptivos de la variable: Elementos de los agronegocios

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	4.00	2.00	2.00	2.00
Medio	129.00	64.50	64.50	66.50
Alto	67.00	33.50	33.50	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

Figura 6

Distribución porcentual de la variable: Elementos de los agronegocios



En la tabla 10 y figura 6, indica que solo el 2% de las MYPES se encuentran en un nivel bajo en cuanto a la implementación de los elementos de los agronegocios. Este porcentaje muy bajo sugiere que casi todas las empresas han alcanzado un mínimo aceptable en la adopción de estos elementos, lo que es un indicador positivo sobre el nivel de desarrollo del sector. Un 64.5% de las MYPES se sitúa en un nivel medio. Esto indica que la mayoría de las empresas han comenzado a implementar elementos clave de los agronegocios, pero aún no han alcanzado niveles óptimos. Este nivel medio puede reflejar un interés y esfuerzo hacia la mejora, pero también revela que existe un considerable espacio para el desarrollo y la optimización. Un 33.5% de las MYPES operan en un nivel alto de adopción de elementos de los agronegocios. Este porcentaje significativo indica que un número considerable de empresas ha logrado integrar de manera efectiva estos elementos en su operación, lo que les permite ser más competitivas y responder mejor a las demandas del mercado. La combinación de un bajo porcentaje de empresas en el nivel bajo y un predominante nivel medio sugiere un entorno empresarial en Huanta que está en un proceso de evolución. Muchas MYPES están reconociendo la importancia

de implementar elementos de agronegocios, aunque aún hay margen para mejorar. El nivel alto, aunque significativo, también señala que no todas las empresas han logrado integrar completamente estos elementos, lo que podría limitar su competitividad en un entorno que demanda innovación y adaptabilidad. Las políticas y programas de apoyo deberían centrarse en incentivar a las MYPES en el nivel medio para que puedan avanzar hacia un nivel alto. Esto podría incluir capacitaciones, asesoramiento técnico y facilidades de financiamiento para inversiones en tecnologías y procesos. Además, sería beneficioso identificar las mejores prácticas de las empresas en el nivel alto y promover su difusión entre aquellas en niveles medios, creando redes de colaboración que fomenten el aprendizaje y la mejora continua.

Tabla 11

Resultados descriptivos de la dimensión: Tecnología

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	40.00	20.00	20.00	20.00
Medio	149.00	74.50	74.50	94.50
Alto	11.00	5.50	5.50	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

La tabla 11 y figura 7, indica que el 20% de las MYPES se encuentra en un nivel bajo de utilización de tecnología. Esto indica que una parte considerable de las empresas aún no ha adoptado prácticas tecnológicas adecuadas, lo que podría limitarlas en términos de competitividad y eficiencia. La gran mayoría de las MYPES (más del 74%) opera en un nivel medio de adopción tecnológica. Este dato es alentador, ya que sugiere que muchas empresas están implementando alguna forma de tecnología en sus procesos, lo que puede facilitar su desarrollo y mejora continua. Sin embargo, el alto porcentaje también indica que existe un margen significativo para mejorar y avanzar hacia niveles más altos de tecnología. Solo un 5.5% de las MYPES se ubica en un nivel alto de uso tecnológico. Este bajo porcentaje puede ser una

señal de que muy pocas empresas han logrado incorporar tecnologías avanzadas que podrían ofrecer ventajas competitivas significativas en el sector. La predominancia del nivel medio en la adopción tecnológica es positiva, pero también indica que hay un importante porcentaje de empresas que no están aprovechando al máximo las oportunidades que brinda la tecnología. Esto puede ser un obstáculo para su crecimiento y capacidad de competir en el mercado. La baja proporción de empresas en el nivel alto resalta la necesidad de esfuerzos adicionales para promover la inversión en tecnología y la capacitación adecuada. Es posible que haya barreras económicas, de conocimiento o de acceso a recursos que impidan que más MYPES transiten hacia un uso más avanzado de tecnología. Es fundamental que las políticas de apoyo y programas de desarrollo empresarial se enfoquen en mejorar la infraestructura tecnológica y la capacitación para aquellas MYPES que están en el nivel medio. Esto podría ayudar a elevar su desempeño y, a largo plazo, incrementar el número de empresas en el nivel alto.

Figura 7

Distribución porcentual de la dimensión tecnología

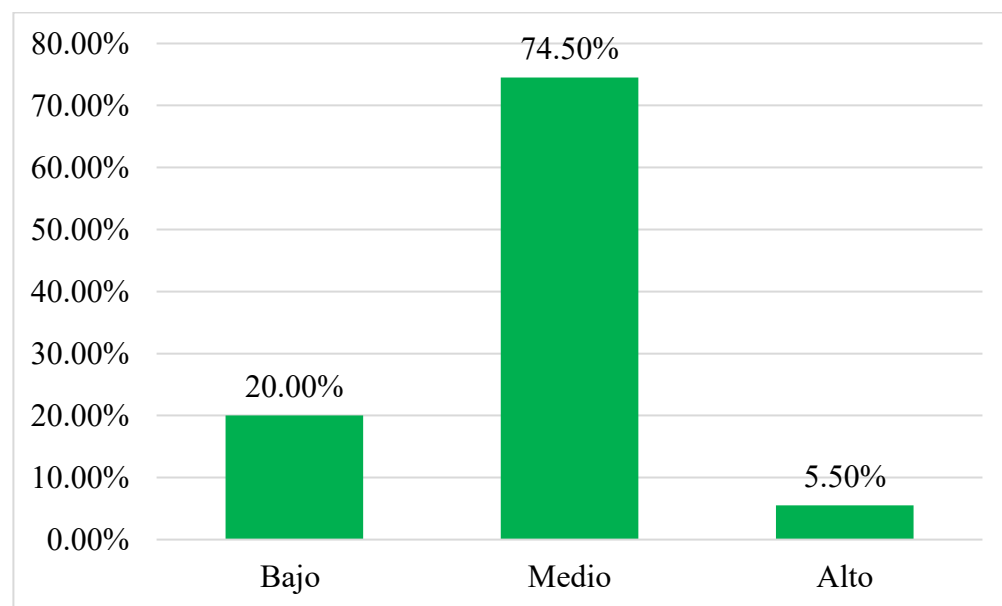
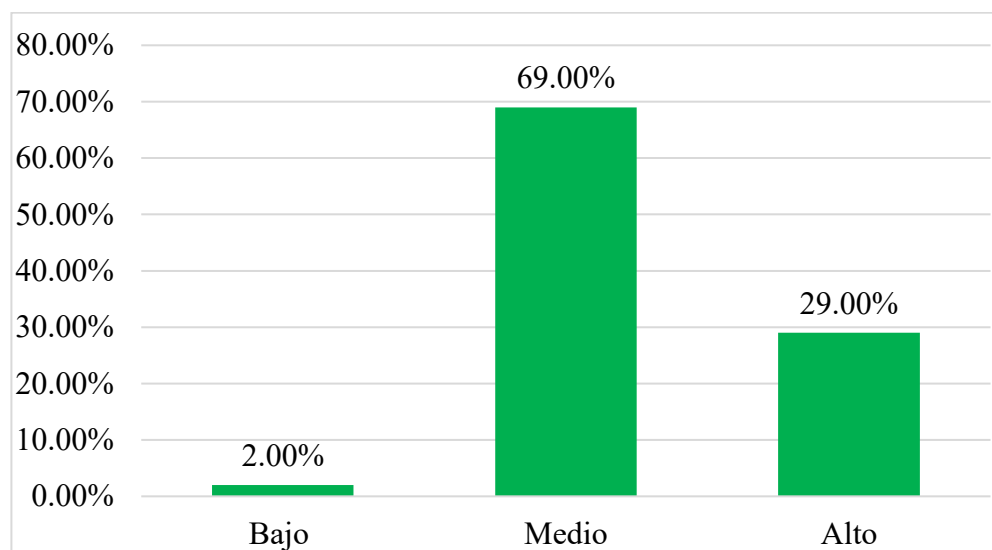


Tabla 12*Resultados descriptivos de la dimensión: Manejo de información*

Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	4.00	2.00	2.00	2.00
Medio	138.00	69.00	69.00	71.00
Alto	58.00	29.00	29.00	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

Figura 8*Distribución porcentual de la dimensión manejo de información*

La tabla 12 y figura 8, indica que solo el 2% de las MYPES se encuentra en un nivel bajo de manejo de información. Este porcentaje muy reducido sugiere que casi todas las empresas han alcanzado un mínimo de capacidades para gestionar la información, lo que es alentador en términos de desarrollo empresarial. La mayoría de las MYPES (69%) se sitúa en un nivel medio de manejo de información. Esto indica que estas empresas tienen prácticas aceptables en la gestión de datos e información, aunque hay margen para mejorar. Un manejo medio puede implicar que, si bien están utilizando alguna información para la toma de decisiones, no están maximizando su potencial. Un

29% de las MYPES opera en un nivel alto de manejo de información. Este porcentaje significativo indica que un número considerable de empresas ha desarrollado capacidades robustas para la gestión de información, lo que les permite tomar decisiones más informadas y estratégicas. La presencia casi nula de empresas en el nivel bajo es un indicador positivo, sugiriendo que las MYPES de Huanta están avanzando en su capacidad para gestionar información, lo cual es esencial para el crecimiento y la sostenibilidad de los agronegocios. Sin embargo, el hecho de que el nivel medio sea el más predominante sugiere que muchas empresas podrían beneficiarse de mejoras en sus prácticas de manejo de información, lo que podría incluir la implementación de tecnologías de información más avanzadas, así como la capacitación del personal. Las políticas de apoyo deberían centrarse en fortalecer las capacidades de manejo de información en las MYPES que se encuentran en el nivel medio.

Tabla 13

Resultados descriptivos de la dimensión: Personal capacitado

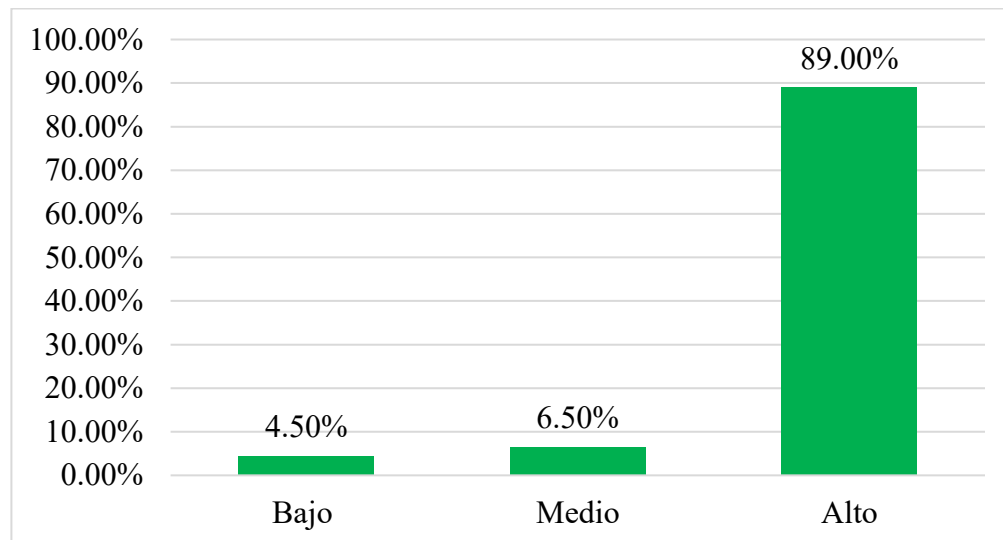
Escala valorativa	F.	%	% Aceptado	% Acumulado
Bajo	9.00	4.50	4.50	4.50
Medio	13.00	6.50	6.50	11.00
Alto	178.00	89.00	89.00	100.00
Total	200.00	100.00	100.00	

En la tabla 13 y figura 9, se observa que solo un 4.5% de las MYPES se encuentra en un nivel bajo en cuanto a personal capacitado. Este porcentaje muy reducido sugiere que la mayoría de las empresas han alcanzado un mínimo en la capacitación de su personal, lo cual es positivo para el sector, ya que implica que pocas empresas carecen de habilidades básicas. Un 6.5% de las MYPES se ubica en un nivel medio de capacitación. Aunque este porcentaje es también bajo, indica que hay algunas empresas que han comenzado a invertir en la formación de su personal, pero que aún no han alcanzado un nivel óptimo en términos de capacitación. Un abrumador 89% de las MYPES se sitúa en un

nivel alto de capacitación del personal. Esto es altamente positivo, ya que indica que la gran mayoría de las empresas cuentan con personal bien capacitado, lo que puede traducirse en una mayor eficiencia, innovación y competitividad en el sector de los agronegocios. La predominancia del nivel alto en la capacitación del personal es un indicativo claro de que las MYPES de Huanta están comprometidas con el desarrollo de su capital humano. Esto es crucial para el éxito en un sector tan dinámico y competitivo como el de los agronegocios. La baja representación de niveles bajo y medio sugiere que las empresas están realizando esfuerzos significativos para garantizar que su personal tenga las habilidades necesarias para afrontar los desafíos del mercado.

Figura 9

Distribución porcentual de la dimensión personal capacitado



4.1.1.3 Estadística inferencial

- *Prueba de normalidad*

La prueba de normalidad permite establecer si la población de la cual se ha extraído la muestra presenta una distribución normal. Esta verificación resulta fundamental para seleccionar el procedimiento estadístico más

apropiado en el análisis de datos dentro de un estudio específico, así como para la correcta comprobación de hipótesis cuando sea necesario. Para ello, es imprescindible confirmar previamente que los datos cumplen con el supuesto de normalidad (Tapia y Cevallos, 2021).

H0: Los datos siguen una distribución normal

H1: Los datos no siguen una distribución normal

Decisión:

- Si $p \geq \alpha = 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna
- Si $p < \alpha = 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 14

Cuadro de pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

	<i>Estadístico</i>	<i>Gl</i>	<i>P</i>
Emprendimiento	,065	200	,039
Elementos de los agronegocios	,101	200	,000

En la tabla 14, se observa que la variable "Emprendimiento", la significatividad es 0.039, lo cual es menor que el nivel de significación de 0.05. Esto indica que la distribución de los datos para "Emprendimiento" no sigue una distribución normal. Por otro lado, la variable de elementos de los agronegocios, la significatividad es 0.000, lo que indica una desviación más marcada de la normalidad. Ambas variables presentan evidencias claras de que no siguen una distribución normal. Dado que ambas variables no son normales, es recomendable utilizar métodos estadísticos no paramétricos, como la correlación de Spearman.

4.1.2 Prueba de hipótesis

4.1.2.1 Prueba de hipótesis general.

Correlación entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

- Ho: No hay correlación entre emprendimiento y elementos de los agronegocios
- Ha: Sí hay correlación entre emprendimiento y elementos de los agronegocios.

Decisión:

- Si $p \geq \alpha = 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna
- Si $p < \alpha = 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 15

Prueba de hipótesis General

			Emprendimiento	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,868**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elemento de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,868**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

** . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Según la tabla 15, se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es de 0.868. Este valor indica una correlación positiva alta entre las dos variables. Esto significa que a medida que aumenta el nivel de emprendimiento en las MYPES, también tienden a aumentar los elementos asociados a los agronegocios. La significación bilateral es 0.000, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0.05. Esto

refuerza la idea de que la relación observada no es debida al azar, y que hay una conexión real entre las variables. La fuerte correlación positiva sugiere que el emprendimiento en las MYPES de Huanta está relacionado de manera significativa con la adopción y la efectividad de los elementos de los agronegocios. Esto podría indicar que los emprendedores que implementan estrategias y elementos adecuados de agronegocios tienen más probabilidades de tener éxito, lo que a su vez puede influir en la dinámica económica de la región. Es crucial que los emprendedores y las instituciones de apoyo se enfoquen en la formación y el desarrollo de habilidades en agronegocios para mejorar el emprendimiento en la región.

Tabla 16

Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre emprendimiento y elementos de los agronegocios

Valor de rho	significado
-1	Corrección 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
0.0 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

Nota. Niveles de correlación del Rho de Spearman para la relación. Fuente: Barrera (2014).

4.1.2.2 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para el objetivo general

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

H0: ($\rho = 0$) No existe correlación significativa entre emprendimiento y elementos de los agronegocios

H1: ($\rho \neq 0$) Si existe correlación significativa entre emprendimiento y elementos de los agronegocios

b) Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$, indicando un nivel de significancia del 5% y 95% de confianza

c) Prueba estadística

Para ello se empleó el test t-Student para la significancia del coeficiente de correlación, representado por:

$$t_{\text{cal}} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

En ello “r” es el coeficiente de correlación de Spearman y “n” es el tamaño de la muestra.

d) Criterio de decisión

Conforme a la hipótesis alterna se trata de una prueba bilateral para ello se establece el siguiente criterio:

$$\text{Si } |t_{\text{cal}}| > |t_{\text{tab}}| \Rightarrow \text{rechazar } H_0$$

Para el cual:

- Se empleará $\alpha/2$ por ser prueba bilateral

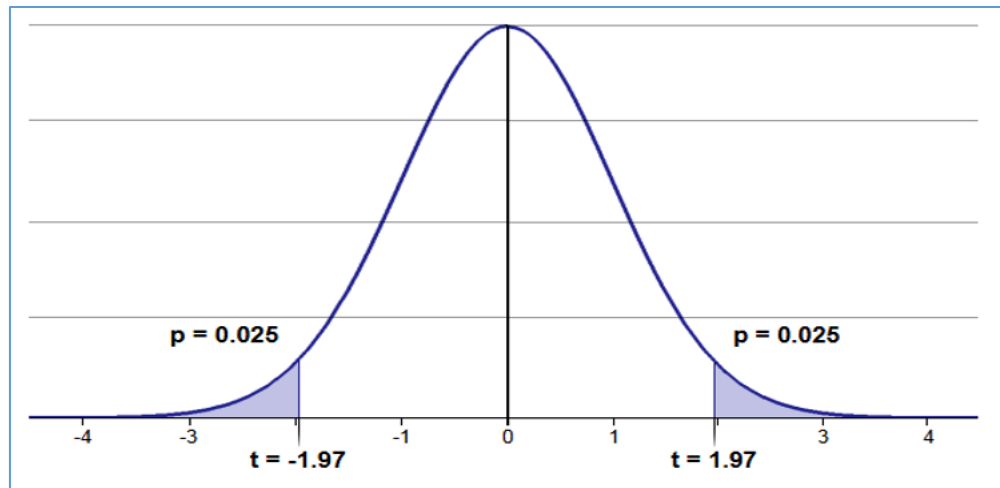
– $n - 2$ grados de libertad, donde n es el tamaño muestral

$$t_{\text{tab}} = t_{(\alpha/2; n-2)} = t_{(0.05/2; 198)} = \pm 1.972$$

La función de densidad para las regiones de rechazo y aceptación está dada por la siguiente figura:

Figura 10

Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis



e) Cálculo del estadístico

Luego el valor del estadístico t_{cal} (t calculado) se obtiene reemplazando los datos identificados, así se tiene:

$$t_{\text{cal}} = (0.868) \frac{\sqrt{200-2}}{\sqrt{1-0.868^2}}$$

$$t_{\text{cal}} = 24.59$$

f) Conclusión estadística

Dado que $|t_{\text{cal}}|$ (24,59) si es mayor a $|t_{\text{tab}}|$ (1,97) entonces se rechaza la hipótesis nula, ello indica que con un nivel de 95% de confianza se puede afirmar que si

existe correlación significativa ($r = 0,868$) entre el emprendimiento y elementos de los agronegocios en la provincia de Huanta, quedando así demostrada la hipótesis general del estudio.

4.1.2.3 Prueba de hipótesis específica

Correlación de la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

- Ho: No hay correlación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y la variable de elementos de los agronegocios.
- H₁: Sí hay correlación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y la variable de elementos de los agronegocios.

Decisión:

- Si $p \geq \alpha = 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna
- Si $p < \alpha = 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 17

Prueba de hipótesis específica de la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

			Dimensión: Personal	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión: Personal	Coefficiente de correlación	1,000	,900**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,900**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		200	200	

***. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).*

Tabla 18

Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.

Valor de rho	significado
-1	Corrección 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
0.0 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

Nota. Niveles de correlación del Rho de Spearman para la relación. Fuente: Barrera (2014).

La tabla 17, indica que el coeficiente de correlación de Spearman es de 0.900. Este valor indica una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión personal del emprendimiento y los elementos de los agronegocios. Esto sugiere que un mayor desarrollo de las características personales asociadas al emprendimiento (como la motivación, la resiliencia y la iniciativa) está relacionado con una mayor adopción y efectividad de los elementos de los agronegocios. La significación bilateral es 0.000, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0.01. Esto refuerza la conclusión de que la relación observada no es aleatoria y que hay una conexión robusta entre estas variables. La correlación muy fuerte y positiva entre la dimensión personal del emprendimiento y los elementos de los agronegocios indica que las cualidades personales de los emprendedores son un factor crítico en la implementación exitosa de estrategias agronegocios. Los emprendedores que poseen una sólida dimensión personal están mejor equipados para adoptar y utilizar efectivamente estos elementos. Es esencial que los programas de capacitación y apoyo para emprendedores incluyan un enfoque en el desarrollo

personal, además de habilidades técnicas en agronegocios. Esto podría mejorar la eficacia y el éxito de las MYPES.

4.1.2.4 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: ($\rho = 0$) No existe correlación significativa entre dimensión personal y elementos de los agronegocios

H₁: ($\rho \neq 0$) Si existe correlación significativa entre dimensión personal y elementos de los agronegocios

b) Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$, indicando un nivel de significancia del 5% y 95% de confianza

c) Prueba estadística

Para ello se empleó el test t-Student para la significancia del coeficiente de correlación, representado por:

$$t_{\text{cal}} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

En ello “r” es el coeficiente de correlación de Spearman y “n” es el tamaño de la muestra.

d) Criterio de decisión

Conforme a la hipótesis alterna se trata de una prueba bilateral para ello se establece el siguiente criterio:

$$\text{Si } |t_{\text{cal}}| > |t_{\text{tab}}| \Rightarrow \text{rechazar } H_0$$

Para el cual:

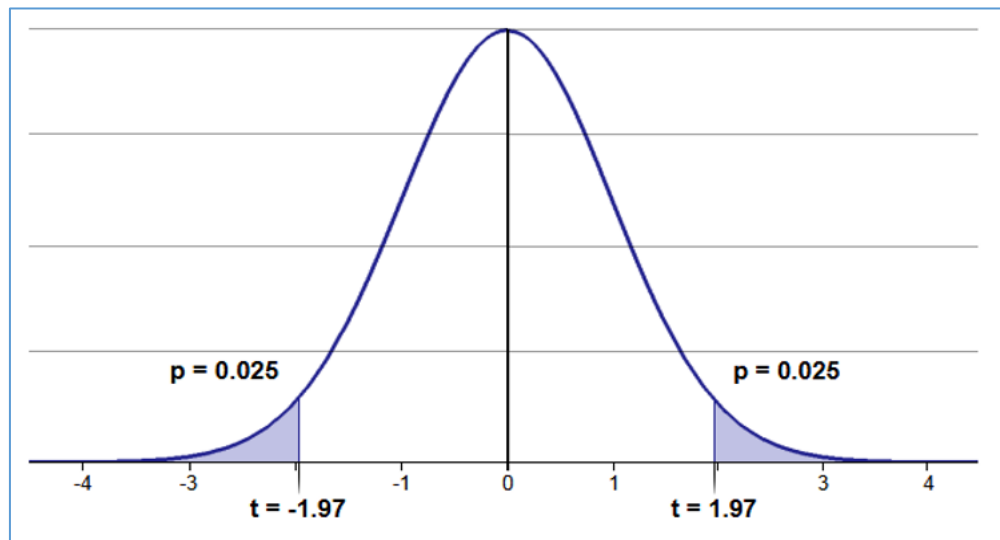
- Se empleará $\alpha/2$ por ser prueba bilateral
- $n - 2$ grados de libertad, donde n es el tamaño muestral

$$t_{\text{tab}} = t_{(\alpha/2; n-2)} = t_{(0.05/2; 198)} = \pm 1.972$$

La función de densidad para las regiones de rechazo y aceptación está dada por la siguiente figura:

Figura 11

Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis



e) Cálculo del estadístico

Luego el valor del estadístico t_{cal} (t calculado) se obtiene reemplazando los datos identificados, así se tiene:

$$t_{\text{cal}} = (0.900) \frac{\sqrt{200-2}}{\sqrt{1-0.900^2}}$$

$$t_{\text{cal}} = 29.05$$

f) Conclusión estadística

Dado que $|t_{cal}|$ (29,05) si es mayor a $|t_{tab}|$ (1,97) entonces se rechaza la hipótesis nula, ello indica que con un nivel de 95% de confianza se puede afirmar que si existe correlación significativa ($r = 0,900$) entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en la provincia de Huanta, quedando así demostrada la hipótesis general del estudio.

4.1.2.5 Prueba de hipótesis específica

Correlación de la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

- H_0 : No hay correlación entre la dimensión social de la variable emprendimiento y los elementos de los agronegocios
- H_1 : Sí hay correlación entre la dimensión social de la variable emprendimiento y los elementos de los agronegocios

Decisión:

- Si $p \geq \alpha = 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna
- Si $p < \alpha = 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 19

Prueba de hipótesis específica de la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

			Dimensión: Social	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión: Social	Coeficiente de correlación	1,000	,953**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elementos de los agronegocios	Coeficiente de correlación	,953**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		200	200	

***. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).*

Tabla 20

Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.

Valor de rho	significado
-1	Corrección 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
0.0 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

Nota. Niveles de correlación del Rho de Spearman para la relación. Fuente: Barrera (2014).

La tabla 19, muestra el coeficiente de correlación de Spearman es de 0.953. Este valor indica una correlación positiva extremadamente fuerte entre la dimensión social del emprendimiento y los elementos de los agronegocios. Esto sugiere que a medida que mejora la dimensión social (por ejemplo, redes de apoyo, relaciones interpersonales y capital social), también aumenta la efectividad y adopción de los elementos relacionados con los agronegocios. La significación bilateral es 0.000, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0.01. Esto significa que es altamente probable que la relación observada no sea producto del azar, lo que refuerza la conexión entre estas variables. La correlación muy alta entre la dimensión social y los elementos de los agronegocios sugiere que las interacciones sociales y el capital social son fundamentales para el éxito en el emprendimiento agrario. Emprendedores que cultivan buenas relaciones sociales y redes de apoyo tienden a implementar de manera más efectiva las estrategias y prácticas

necesarias en el ámbito de los agronegocios. Es crucial fomentar el desarrollo de redes sociales y conexiones entre emprendedores, ya que estas relaciones pueden ser un recurso valioso para compartir conocimientos, recursos y oportunidades en el sector agrario.

4.1.2.6 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

H0: ($\rho = 0$) No existe correlación significativa entre la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

H1: ($\rho \neq 0$) Si existe correlación significativa entre la dimensión social de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

b) Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$, indicando un nivel de significancia del 5% y 95% de confianza

c) Prueba estadística

Para ello se empleó el test t-Student para la significancia del coeficiente de correlación, representado por:

$$t_{\text{cal}} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

En ello “r” es el coeficiente de correlación de Spearman y “n” es el tamaño de la muestra.

d) Criterio de decisión

Conforme a la hipótesis alterna se trata de una prueba bilateral para ello se establece el siguiente criterio:

$$\text{Si } |t_{\text{cal}}| > |t_{\text{tab}}| \Rightarrow \text{rechazar } H_0$$

Para el cual:

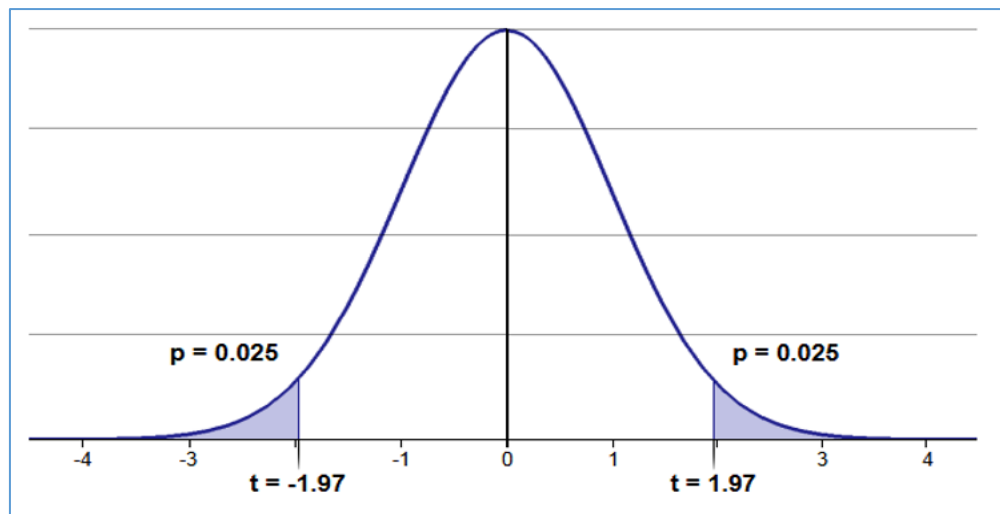
- Se empleará $\alpha/2$ por ser prueba bilateral
- $n - 2$ grados de libertad, donde n es el tamaño muestral

$$t_{\text{tab}} = t_{(\alpha/2; n-2)} = t_{(0.05/2; 198)} = \pm 1.972$$

La función de densidad para las regiones de rechazo y aceptación está dada por la siguiente figura:

Figura 12

Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis



e) Cálculo del estadístico

Luego el valor del estadístico t_{cal} (t calculado) se obtiene reemplazando los datos identificados, así se tiene:

$$t_{\text{cal}} = (0.953) \frac{\sqrt{200-2}}{\sqrt{1-0.953^2}}$$

$$t_{\text{cal}} = 44.26$$

f) Conclusión estadística

Dado que $|t_{cal}| (44,26) > |t_{tab}| (1,97)$, se rechaza la hipótesis nula, confirmando con un 95% de confianza una correlación significativa ($r = 0,953$) entre la dimensión social del emprendimiento y los elementos de los agronegocios en la provincia de Huanta, validando así la hipótesis general del estudio.

4.1.2.7 Prueba de hipótesis específica

Correlación de la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

- Ho: No hay correlación entre la dimensión productividad de la variable emprendimiento y los elementos de los agronegocios
- H₁: Sí hay correlación entre la dimensión productividad de la variable emprendimiento y los elementos de los agronegocios

Decisión:

- Si $p \geq \alpha = 0,05$ se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna
- Si $p < \alpha = 0,05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna

Tabla 21

Prueba de hipótesis específica de la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.

			Dimensión: Productividad	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión: Productividad	Coefficiente de correlación	1,000	,663
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,663	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

***. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).*

Tabla 22

Nivel de correlación del Rho de Spearman para la relación entre la dimensión personal de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.

Valor de rho	significado
-1	Corrección 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
0.0 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

Nota. Niveles de correlación del Rho de Spearman para la relación. Fuente: Barrera (2014).

4.1.2.8 Prueba de hipótesis para la significancia del coeficiente de correlación para la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

H0: ($\rho = 0$) No existe correlación significativa entre la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

H1: ($\rho \neq 0$) Si existe correlación significativa entre la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios

b) Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$, indicando un nivel de significancia del 5% y 95% de confianza

c) Prueba estadística

Para ello se empleó el test t-Student para la significancia del coeficiente de correlación, representado por:

$$t_{\text{cal}} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Donde “r” es el coeficiente de Spearman y “n” el tamaño de la muestra.

d) Criterio de decisión

Conforme a la hipótesis alterna se trata de una prueba bilateral para ello se establece el siguiente criterio:

$$\text{Si } |t_{\text{cal}}| > |t_{\text{tab}}| \Rightarrow \text{rechazar } H_0$$

Para el cual:

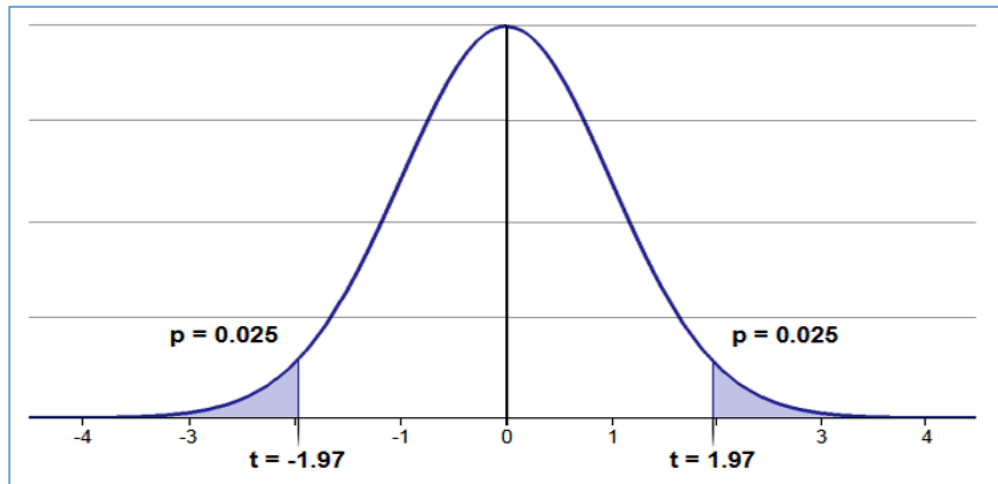
- Se empleará $\alpha/2$ por ser prueba bilateral
- $n - 2$ grados de libertad, donde n es el tamaño muestral

$$t_{\text{tab}} = t_{(\alpha/2; n-2)} = t_{(0.05/2; 198)} = \pm 1.972$$

La función de densidad para las regiones de rechazo y aceptación está dada por la siguiente figura:

Figura 13

Función de densidad de distribución t de Student con 5% de significancia y 198 grados de libertad para prueba de hipótesis



e) Cálculo del estadístico

Luego el valor del estadístico t_{cal} (t calculado) se obtiene reemplazando los datos identificados, así se tiene:

$$t_{cal} = (0.663) \frac{\sqrt{200-2}}{\sqrt{1-0.663^2}}$$

$$t_{cal} = 12.46$$

f) Conclusión estadística

Dado que $|t_{cal}|$ (12,46) si es mayor a $|t_{tab}|$ (1,97) entonces se rechaza la hipótesis nula, ello indica que con un nivel de 95% de confianza se puede afirmar que si existe correlación significativa ($r = 0,663$) entre la dimensión productividad de la variable emprendimiento y elementos de los agronegocios en la provincia de Huanta, quedando así demostrada la hipótesis general del estudio.

4.1 Discusiones

En Huanta, la mayoría de personas con agronegocios (69.50%) se encuentran en un bajo nivel de emprendimiento, lo cual evidencia ciertas barreras en temas como el impulso personal, disposición al riesgo y capacidad innovadora, probablemente a causa de la carencia de recursos y formación adecuada. El 24.50% tiene un nivel medio, mientras que solo el 6.00% está en un alto nivel de emprendimiento. Esta baja proporción de emprendedores con alto potencial refleja desafíos en el ecosistema local, como la carencia de capacitación, restricciones en el acceso a financiamiento y un contexto poco propicio para el desarrollo innovador. Sin embargo, Según Aréchiga et al. (2018), el 68.60% de las PYMES en Navojoa se dedican al comercio, mientras que el 28% pertenecen al rubro de servicios, lo que evidencia la prevalencia de estos dos sectores. En Huanta, todos los emprendedores tienen al menos un nivel básico de características personales emprendedoras, sin casos de dimensión personal baja. El 7.80% tiene una dimensión media, lo que sugiere que pueden beneficiarse de más apoyo y capacitación. La mayoría (92.82%) presenta una dimensión alta, destacando cualidades como motivación, autoconfianza y resiliencia, lo que refleja un entorno emprendedor positivo. Aunque la mayoría tiene un nivel alto, el grupo con dimensión media podría ser clave para programas de desarrollo que fortalezcan aún más el emprendimiento en la región, según Gómez et al. (2020) afirman que las competencias socioemocionales resultan esenciales para la administración gerencial, ya que su presencia está estrechamente vinculada al éxito y repercute en el rendimiento global de la entidad. Así también Padilla et al. (2018) indica que gran parte de los emprendedores decidieron la apertura de sus empresas debido a que contaban con saberes previos sobre la administración del negocio, ya que, gracias a su participación en empresas similares, lograron adquirir tanto experiencia práctica como comprensión del mercado, suficiente para poder emprender por cuenta propia. Por otro lado, Gómez et al. (2020) indica que el liderazgo es considerado una habilidad blanda fundamental, ya que se presenta como una competencia que puede ser adquirida. Además, se trata de una capacidad específica

que implica el desarrollo de otras habilidades blandas, teniendo un papel transversal en los procesos de gestión dentro de todo tipo de organización. Esto conlleva a los planes estratégicos a nivel de gerencia, deben estar enfocados a realizar sesiones que promuevan el desarrollo de esta competencia considerando los diferentes niveles jerárquicos. Según Gómez et al. (2020) el desarrollo de las habilidades blandas debe iniciarse desde los primeros niveles educativos, especialmente en la población juvenil; mientras que, en los adultos, estas competencias necesitan ser reforzadas mediante procesos de formación constante y capacitación. Del mismo modo, se ha identificado que las mallas curriculares universitarias incluyen escasa o nula formación en este tipo de habilidades, lo cual representa una desventaja significativa para los jóvenes egresados, particularmente aquellos que deben liderar equipos de trabajo, sobre todo en el ámbito empresarial. En este contexto, el fortalecimiento de las habilidades blandas resulta indispensable y puede ser promovido efectivamente mediante programas de entrenamiento empresarial y educación continua.

De acuerdo a Muñoz et al. (2021) indica que emprender no solo implica ofrecer un producto o servicio de calidad, sino también considerar la propuesta de valor que lo respalda, la necesidad que busca atender y la estrategia planteada para brindar una solución efectiva. La planificación representa el primer paso hacia el éxito en un emprendimiento; no obstante, la premura económica en muchas ocasiones impide contar con el tiempo necesario para ejecutarla adecuadamente. Asimismo, Chirinos et al. (2018) consideran que Para fomentar un emprendimiento sostenible que contribuya al desarrollo económico de las PYMES, es fundamental que los emprendedores no solo cuenten con una idea o pasión, sino que también analicen el entorno en el que se desenvuelven y las demandas existentes. Es esencial que posean conocimientos básicos sobre el tipo de negocio que desean iniciar, a fin de mantenerse vigentes en el mercado a través de la circulación de dinero, bienes, servicios u otra forma de iniciativa empresarial lícita que propongan. En cualquier caso, será indispensable contar con ingresos y tener claridad sobre los gastos, lo cual permitirá sostener sus operaciones a lo largo del tiempo. Esto, a su vez,

contribuirá a mejorar la calidad de vida de la población y a fortalecer el bienestar económico colectivo. Los recursos económica como culturales de acuerdo a Muñoz et al. (2021) el nivel educativo y los conocimientos adquiridos influyen de manera decisiva en la manera en que un cliente aborda sus iniciativas empresariales, ya que el perfil del emprendedor está determinado por los recursos con los que cuenta, lo que a su vez condiciona el grado de riesgo que está dispuesto a asumir. Según Aréchiga et al. (2018), el 40.60% de las PYMES en Navojoa considera que las ventas constituyen el factor más importante para alcanzar el éxito empresarial, seguidas por la calidad del producto o servicio que ofrecen. No obstante, solo un 8% identifica al capital y la innovación como elementos clave en ese sentido.

En Huanta, solo el 1.00% de los emprendedores tiene una dimensión social baja, lo que indica que la mayoría cuenta con una base mínima de redes de apoyo. El 27.50% tiene una dimensión social media, lo que sugiere que pueden mejorar en sus habilidades de relación. La mayoría (71.50%) presenta una dimensión social alta, lo que refleja buenas conexiones, esenciales para el éxito empresarial. A pesar de esto, el 27.50% en nivel medio ofrece una oportunidad para fortalecer aún más el capital social, mediante iniciativas de networking y colaboración entre emprendedores. Respecto a los indicadores de las condiciones sociales, Chirinos et al. (2018) señala que el promedio obtenido fue de 1.79 puntos, lo cual refleja que los emprendedores poseen un conocimiento moderado respecto a los estratos sociales hacia los cuales dirigen sus iniciativas. En otras palabras, existe una comprensión parcial del contexto social como fundamento esencial del emprendimiento.

Por su parte, Gavilánez et al. (2018) sostiene que la comunicación interna constituye una herramienta estratégica que ayuda a las organizaciones a alcanzar sus objetivos, ya sean de tipo funcional, estructural, cultural o incluso conductual. Esta comunicación, más que un objetivo, es un canal esencial para fortalecer nuevas competencias, facilitando el trabajo colaborativo y la integración de los equipos.

Cueva (2023) identifica que los emprendedores sociales de la macro región norte del Perú han desarrollado con mayor profundidad la dimensión de visión

social, lo cual les ha permitido generar impactos significativos en su entorno, incluso más allá de sus propias expectativas. Finalmente, de acuerdo con Chirinos et al. (2018), el emprendimiento sostenible orientado al desarrollo económico de las PYMES arrojó un promedio de 1.73 puntos, indicando que los emprendedores manejan de manera parcial las características del entorno, como los cambios constantes, los factores tecnológicos, las condiciones económicas, políticas-legales y sociales. En resumen, los emprendedores tienden a considerar de forma limitada los elementos clave del entorno, lo cual influye negativamente tanto en el éxito de sus proyectos como en la limitada expansión de las PYMES del municipio Maracaibo. En Huanta, ningún emprendedor presenta baja productividad, lo que indica que todos los evaluados tienen al menos un nivel básico de productividad. La mayoría (74.50%) se encuentra en un nivel de productividad media, lo que muestra que hay un margen considerable para mejorar. Solo el 25.50% tiene una productividad alta, lo que sugiere que este grupo realiza sus actividades de manera más eficiente y puede servir de modelo para los emprendedores de nivel medio. A pesar de la ausencia de baja productividad, la gran proporción en nivel medio refleja un potencial de mejora significativo. Las MYPES podrían beneficiarse de programas de capacitación y asesoramiento para optimizar procesos y adoptar mejores prácticas, con el 25.50% de alta productividad actuando como referente y mentor. Rodríguez (2016) destaca que las limitaciones que impiden el desarrollo óptimo de las MYPE agroindustriales en Huamanga están relacionadas con la informalidad, la escasa capacitación del personal, problemas financieros, infraestructura deficiente, carencia de tecnología adecuada y falta de planificación estratégica. Estas condiciones afectan directamente su productividad y competitividad, siendo fundamental integrar a los pequeños productores con las empresas agroindustriales, de modo que puedan acceder a crédito, tecnología y mercados más amplios, lo cual contribuiría a mejorar la productividad, asegurar la seguridad alimentaria y reducir los niveles de pobreza. Por su parte, Gamboa (2016) sostiene que existe una fuerte correlación entre las habilidades gerenciales y las estrategias de competitividad de las MYPE agroindustriales. Su estudio revela que

la mejora de capacidades en liderazgo, planificación y gestión incide positivamente en el rendimiento empresarial. De acuerdo con Melgarejo (2023), a partir de los datos recogidos mediante encuestas a emprendedores, se evidencia que el 51.67% de las PYMES presentan un nivel de desarrollo comercial muy elevado, mientras que un 46.67% manifiesta un desarrollo alto y únicamente el 1.67% muestra un desarrollo medio. En cuanto al ámbito de eficiencia económica y productiva, Gavilánez et al. (2018) sostiene que avanzar en las PYMES requiere lograr una mayor productividad con un control eficiente de los costos, lo cual implica hacer más con menos recursos. En el caso del emprendimiento social, Cueva (2023) reporta que el grupo de emprendedores con edades entre los 18 y 30 años representa el 42.85%, seguido por aquellos entre los 31 y 40 años con un 28.57%, y finalmente, los rangos etarios de 41-50 y 51-60 años abarcan un 14.59% cada uno. Este predominio juvenil en el emprendimiento social indica una clara participación activa de los jóvenes en procesos que buscan generar cambios positivos en sus comunidades. En lo que respecta al nivel educativo, el mismo estudio de Cueva (2023) revela que todos los emprendedores sociales encuestados han finalizado al menos una carrera de nivel superior, en contraste con los emprendedores económicos, quienes muchas veces se apoyan en conocimientos adquiridos a través de la práctica empírica. Esto refuerza la idea de que contar con estudios universitarios ofrece una base sólida para desenvolverse con éxito en el ámbito del emprendimiento social. Asimismo, Cueva (2023) menciona que dentro de la dimensión denominada Capacidad Innovadora, se identifica un rasgo distintivo de los emprendimientos sociales: el empleo de redes de redistribución, la adopción de tecnologías como el sistema telefónico automatizado (IVR) en áreas rurales, la valorización del trabajo femenino y el enfoque innovador en el cuidado de la salud materna. Según Melgarejo (2023), al analizar los datos recabados de los emprendedores encuestados, se observa que el 10.00% considera que posee habilidades emprendedoras en un nivel muy alto, el 56.67% las percibe en un nivel alto, el 30.00% en un nivel medio y solo un 3.33% las califica como bajas. Es fundamental destacar que, para alcanzar estándares competitivos comparables con

los del entorno internacional, las pequeñas y medianas empresas deben atender múltiples dimensiones de su gestión, especialmente considerando que este sector representa uno de los pilares más relevantes dentro de la economía nacional. Padilla et al. (2018) señala que muchos microempresarios, al momento de iniciar sus negocios, enfrentan dificultades para establecer una estructura organizativa sólida, ya que no definen de forma precisa aspectos fundamentales como la descripción del producto, el público al que se dirigen, el mercado al que apuntan, ni diseñan un organigrama que especifique roles y responsabilidades clave. Asimismo, omiten desarrollar estrategias de marketing efectivas para atraer más clientes, lo que limita significativamente su crecimiento dentro del mercado. A pesar de estas limitaciones, el promedio de expansión de estas empresas alcanza el 12%, una cifra que, aunque modesta, refleja un potencial alentador para mantenerse en el ámbito comercial y explorar nuevos segmentos del mercado. Este contexto competitivo demanda que las organizaciones sean más eficientes, sostenibles, con capacidad de innovación y altamente productivas. Además, Padilla et al. (2018) sostiene que muchas de estas iniciativas surgieron como respuesta a una necesidad detectada en el entorno, motivando a los emprendedores a asumir el reto. A lo largo del proceso de formalización y mediante un esfuerzo constante, han adquirido conocimientos que les han permitido mejorar las condiciones de trabajo y lograr mayor estabilidad en sus negocios. En complemento, Chirinos et al. (2018) refiere que, respecto al entorno político-legal, se evidencia un promedio de 1.60 puntos, lo cual revela que los emprendedores, en términos generales, no otorgan suficiente relevancia a las normativas y políticas que rigen el entorno empresarial. Además, muestran un conocimiento limitado del marco jurídico y desconocen en muchos casos los requisitos legales, lo que puede repercutir negativamente en sus inversiones. Esto indica que, en promedio, el marco político-legal es considerado de forma parcial como un factor clave para el desarrollo de sus emprendimientos.

En Huanta, la mayoría de las MYPES (64.5%) se encuentran en un nivel medio de implementación de los elementos de los agronegocios, lo que indica que han comenzado a adoptarlos, pero aún tienen espacio para mejorar. Un 33.5% ya

está en un nivel alto, con una integración efectiva de estos elementos. El sector muestra interés en avanzar, pero persisten oportunidades de optimización. Según Castro et al. (2018), los negocios agroalimentarios en Perú comprenden varios sectores (agro productivo, agroindustrial, agroexportador y agro comercial) que deben fortalecerse mediante estrategias como una gestión ambiental adecuada, actualización tecnológica, fomento a la calidad y capacitación empresarial. La consolidación del sistema requiere también promover la asociatividad, competitividad, capacitación en inocuidad y la difusión de la sostenibilidad, procesos que requieren atención prioritaria. En Huanta, las MYPES tienen un uso limitado de tecnología, con más del 74% adoptando solo tecnología a nivel medio y solo el 5.5% utilizando tecnología avanzada. Esto limita su competitividad y resalta la necesidad de fomentar la inversión en tecnología y capacitación, superando barreras económicas y de acceso. Es fundamental que las políticas de apoyo se enfoquen en mejorar la infraestructura tecnológica y la formación para aumentar el uso de tecnologías avanzadas y mejorar el desempeño de las MYPES. Debido al distanciamiento social Según Mera et al. (2022), durante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19, la tecnología se convirtió en un recurso esencial para que las empresas pudieran ajustarse a las nuevas exigencias del consumidor, fortaleciendo así tanto su presencia como su reconocimiento en el mercado. A través del marketing digital, las PYMES logran interactuar directamente con sus clientes, analizar sus preferencias y adaptar su propuesta a las expectativas del público objetivo, optimizando su impacto y promocionando de forma efectiva sus productos y servicios. Por su parte, Chirinos et al. (2018) sostiene que el indicador relacionado con las condiciones tecnológicas arrojó un promedio de 1.81 puntos, lo cual refleja que los emprendedores emplean parcialmente las nuevas tecnologías. Esto evidencia que aún no se encuentran completamente alineados con los avances científicos y tecnológicos, los cuales resultan cruciales al momento de generar oportunidades o limitaciones para una empresa consolidada. Según Chaves et al. (2016), la transformación del cacao orgánico en Yorkín enfrenta limitaciones debido a la falta de infraestructura

adecuada para el fermentado y secado, y al procesamiento manual y artesanal, lo que afecta la calidad del producto. A pesar de esto, el desarrollo de productos de cacao se basa en procesos estandarizados para controlar la calidad. Los beneficiarios deben asumir el control del proceso y desarrollar habilidades para mantener la calidad, lo cual es esencial para una comercialización exitosa. La estrategia de comercialización se enfoca en el mercado local, especialmente en Bribri y la zona costera, además del turismo cultural, que representa un nicho sin costos de transporte. Para que estos aspectos sean efectivos, es crucial una gestión agroempresarial adecuada, fortaleciendo a los líderes de la Asociación. A pesar de la finalización del proyecto, es necesario seguir brindando acompañamiento y asesoría técnica. En cuanto a las condiciones económicas que enfrentan los emprendedores, Chirinos et al. (2018) revelan que el promedio obtenido fue de 1.67 puntos, lo que refleja que, en términos generales, estos otorgan una importancia moderada a aspectos como las tasas de interés al solicitar financiamiento, la relevancia del entorno económico nacional para iniciar negocios y la comprensión del marco económico como elemento clave para alcanzar el éxito empresarial. Por su parte, Mera et al. (2022) destacan que las redes sociales se han convertido en uno de los canales más empleados dentro del marketing digital, siendo herramientas indispensables para que tanto pequeñas y medianas empresas como emprendedores se adapten a las nuevas tecnologías. Estas plataformas permiten analizar los perfiles y necesidades del público, lo cual resulta clave para mejorar el posicionamiento y el desarrollo económico de los negocios. En el contexto local, específicamente en Huanta, se ha identificado que el 69% de las MYPES tiene un nivel medio en la gestión de la información, mientras que un 29% muestra un nivel alto, lo que les permite tomar decisiones más estratégicas. Solo un porcentaje reducido presenta un nivel bajo, lo que evidencia progresos importantes en la capacidad de gestión informativa, esencial para el crecimiento de los agronegocios. Sin embargo, Albores et al. (2023) subrayan que en comunidades agrícolas como Arcadio Zentella, Nicolás Bravo, Villa Juan Aldama y Colorado (Benito Juárez), se requiere de mayores apoyos para asegurar la capacidad productiva. Estos incluyen

financiamiento para capital de trabajo, capacitación en buenas prácticas agrícolas y postcosecha, además de la concienciación a los jóvenes rurales para que se involucren como protagonistas del futuro agrícola, todo ello con el objetivo de mejorar el bienestar económico de las familias campesinas. También advierten que en muchas pequeñas y medianas unidades agrícolas persiste una baja implementación de medidas de calidad e inocuidad, producto del desconocimiento o del poco interés en adoptar buenas prácticas, lo que limita el valor agregado de sus productos. Asimismo, estos productores carecen de análisis previos y durante los ciclos de producción, lo que restringe el volumen de sus cosechas. Melgarejo (2023) menciona que, del total de emprendedores encuestados, el 3.33% considera que sus habilidades de gestión son muy altas, el 45.00% las califica como altas, el 40.00% como medias y el 11.67% como bajas. Ante esta situación, Padilla et al. (2018) argumentan que es esencial promover iniciativas de apoyo y fomento de la asociatividad en las PYMES, ya que estas contribuyen a establecer mecanismos que protejan a los negocios frente a entornos competitivos o mercados volátiles. Además, subrayan que el emprendimiento no solo dinamiza la economía, sino que también se vincula con el desarrollo humano al enfrentar retos como la pobreza y el desempleo. En el ámbito de la comunicación empresarial, Aréchiga et al. (2018) encontraron que el 40.60% de los negocios se comunican con sus clientes principalmente por radio, seguido de un 37.40% que usa volantes. Solo el 10.60% utiliza Internet como medio de contacto, lo cual indica una baja adopción de tecnologías digitales en la interacción comercial. López et al. (2023) destacan el valor del networking como estrategia frecuente en diversos sectores, ya que permite identificar áreas de mejora y responder a las demandas del mercado. Tener una red de contactos bien establecida se traduce en oportunidades de crecimiento y sostenibilidad para los agronegocios, generando ventajas competitivas. Melgarejo (2023) también destaca que el 26.67% de los encuestados califica los resultados comerciales de sus PYMES como muy altos, el 65.00% como altos y el 8.33% como medios. Esta percepción positiva se puede relacionar con la creciente

utilización de tecnologías de la información y comunicación (TIC), que han tenido un auge en el ámbito empresarial ecuatoriano.

En Huanta, un 89% de las MYPES tiene personal altamente capacitado, lo que refleja un compromiso significativo con el desarrollo del capital humano, favoreciendo la eficiencia y competitividad en el sector. Solo un 4.5% de las empresas se encuentra en un nivel bajo de capacitación, lo que es positivo, ya que sugiere que pocas carecen de habilidades básicas. Un 6.5% se sitúa en un nivel medio, lo que indica que algunas empresas están invirtiendo en formación, pero aún no han alcanzado un nivel óptimo. La predominancia del nivel alto de capacitación resalta los esfuerzos de las empresas por asegurar que su personal esté preparado para enfrentar los desafíos del mercado. Según Cueva (2023), los emprendedores sociales desarrollan sus actividades enmarcadas dentro de un contexto regional que está condicionado por diversos factores sociales, políticos, demográficos, económicos, legales y normativos. En ese sentido, se observa que, en la región norte del país, muchos de estos emprendedores iniciaron sus modelos de negocio luego de haber participado en programas de incubación promovidos por universidades privadas. Esta experiencia previa les permitió disminuir los niveles de incertidumbre relacionados con el emprendimiento. Este caso evidencia claramente cómo el entorno geográfico en el que se desenvuelven puede tener un impacto significativo en su capacidad para establecer redes de contacto, influyendo directamente en la dimensión relacionada con la habilidad para conectar con otros actores clave del ecosistema emprendedor. Según Huaicha y Senesi (2023), el empleo agroindustrial en Perú es altamente precario, caracterizado por una alta estacionalidad y predominancia de contratos temporales, lo que impide la estabilidad laboral. A pesar de un aumento en el número de asalariados y el crecimiento de las exportaciones, la rotación de personal ha aumentado y los salarios permanecen estancados, por debajo del salario mínimo mensual. Los trabajadores enfrentan limitaciones en el ejercicio de sus derechos laborales, con una baja sindicalización y acceso restringido a la protección social. Las trabajadoras agroindustriales son las más afectadas, con empleos más precarios,

peores salarios y menor acceso a beneficios como el seguro de salud agrario y las AFP. Además, los migrantes estacionales enfrentan condiciones laborales similares a las de las mujeres, con un acceso limitado a beneficios y protección. Albores et al. (2023) señalan que uno de los principales retos en la asistencia técnica está vinculado a la falta de capacitación en el manejo adecuado de cultivos, lo cual repercute directamente en la eficiencia de los procesos productivos. En efecto, el 10.60% de los productores enfrenta dificultades para alcanzar los niveles de producción esperados o para lograr un producto final de calidad debido a estas deficiencias. Por otro lado, Aréchiga et al. (2018) reportan que más del 85% de las PYMES ofrecen a sus trabajadores al menos una o dos capacitaciones anualmente, lo que demuestra un compromiso con la actualización y mejora del desempeño laboral mediante asesoramiento continuo. Huaicha y Senesi (2023) argumentan que, en algunas provincias, como Virú, las oportunidades para que los jóvenes se desarrollen profesionalmente en sectores distintos a la agroindustria son escasas. A pesar del crecimiento del mercado de servicios relacionado con las agroindustrias, estas actividades suelen centrarse en satisfacer demandas inmediatas como el transporte, el comercio de insumos, la alimentación y otros servicios esenciales para los trabajadores y sus familias. En esa misma línea, López et al. (2023) resaltan la importancia de los agronegocios, que abastecen más del 70% de las necesidades alimentarias a nivel global y representan una fuente crucial de empleo. En este contexto, el networking emerge como un elemento clave para promover la sostenibilidad de la cadena de valor, al incentivar la cooperación entre productores, agroempresas y otros actores del entorno. Estas redes de colaboración, siempre que sean confiables y percibidas como beneficiosas, pueden contribuir significativamente a mejorar la visibilidad, las ventas y las oportunidades comerciales. Desde una perspectiva organizacional, Gavilánez et al. (2018) afirman que el trabajo eficiente de los colaboradores depende de una correcta gestión del equipo, apoyada en tecnologías y procesos adecuados. Complementando esta visión, Aréchiga et al. (2018) describen que el 50.6% de los líderes de PYMES buscan trato equitativo hacia sus empleados y que, con apenas 0.60% de diferencia,

algunos asignan tareas considerando la personalidad de cada colaborador. Además, un 72% de estas empresas realiza un proceso meticuloso antes de seleccionar a un nuevo integrante, evidenciando buenas prácticas en la gestión del talento humano. En cuanto a las habilidades técnicas, Melgarejo (2023) identifica que el 5.00% de los emprendedores se autoevalúa en un nivel muy alto, el 48.33% en alto, el 40.00% en medio y el 6.67% en bajo. Asimismo, en términos de desarrollo comercial, el 51.67% de las PYMES alcanzan un nivel muy alto, el 46.67% alto y solo el 1.67% medio. Estos resultados son consistentes con lo expuesto por Aréchiga et al. (2018), quienes destacan que más del 90% de las PYMES han logrado mantenerse estables o han mejorado sus ganancias respecto al año anterior, lo cual refleja una situación financiera saludable. Respecto al aspecto salarial, Huaicha y Senesi (2023) precisan que el salario bruto mensual en el sector agroindustrial ha experimentado un leve crecimiento, con un aumento de más de S/ 200 entre los años 2014 y 2018. Este incremento fue posible no solo por la dinámica del mercado laboral, sino también por el reajuste de la Remuneración Mínima Vital. Sin embargo, al ajustar estos datos con la inflación, se observa que solo en 2017 el aumento salarial superó el índice inflacionario, representando una mejora real de S/ 63 en el ingreso de los trabajadores. En el caso de Huanta, se ha identificado una relación positiva significativa entre el emprendimiento y los elementos característicos de los agronegocios. El coeficiente de Spearman de 0.868 indica que un mayor desarrollo del emprendimiento se traduce en una mejor implementación de dichos elementos. De igual modo, se observa una correlación extremadamente fuerte (0.900) entre las cualidades personales del emprendedor, como la motivación y la resiliencia, y la adopción de prácticas agroempresariales. Además, la dimensión social del emprendimiento —referida al apoyo de redes y relaciones interpersonales— muestra una correlación de 0.953, reafirmando su impacto crucial. En cuanto a la productividad, se detecta una relación moderada a fuerte (0.654), lo que sugiere que los incrementos en esta área también benefician la incorporación de elementos agroempresariales. De acuerdo con Melgarejo (2023), al analizar la relación entre habilidades emprendedoras y desarrollo comercial en las MYPES del rubro de ropa

en Huánuco, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.507, clasificado como moderado. Las habilidades personales y de liderazgo se relacionan de forma más débil (0.297), mientras que las habilidades de gestión y liderazgo tienen una correlación moderada de 0.511. A esto se suma una correlación de 0.428 entre habilidades personales y desarrollo comercial. Como estas relaciones presentan un nivel de significancia de 0.001, menor a 0.05, se concluye que las habilidades técnicas tienen una influencia significativa en el crecimiento comercial de las MYPES. Finalmente, Carhuas (2021) sostiene que existe una conexión importante entre el conocimiento y el emprendimiento en el ámbito de los agronegocios, con una correlación moderada de 0.694 y un p-valor de 0.00, menor al umbral de 0.05. Esto permite concluir que el conocimiento —en particular, el empírico— fortalece el emprendimiento y contribuye a su consolidación en el sector agroempresarial.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

- En la provincia de Huanta, las MYPEs presentan una alta correlación positiva ($r = 0.868$) entre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios, lo que indica que el desarrollo emprendedor influye directamente en dichos elementos. Con una significancia bilateral de 0.05, se confirma la validez estadística de esta relación con un 95% de confianza.
- En las MYPEs de la provincia de Huanta, las características personales vinculadas al emprendimiento están relacionadas con una mayor efectividad en los elementos de los agronegocios, con un coeficiente de correlación de Spearman de 0.900. Este valor refleja una correlación positiva muy alta entre la dimensión personal del emprendimiento y los componentes de los agronegocios. la significancia bilateral obtenida fue de 0.05, lo que permite afirmar con un 95% de confianza que esta correlación es estadísticamente válida.
- Se observa una correlación muy alta entre la dimensión social del emprendimiento y los elementos de los agronegocios, dado que el coeficiente de correlación de Spearman es de 0.953. Este valor sugiere que, a medida que mejora la dimensión social, también se incrementa la efectividad y adopción de los elementos vinculados a los agronegocios. La significancia bilateral es de 0.000, lo que indica que la correlación es estadísticamente significativa al nivel de 0.05.
- la dimensión de productividad y los elementos de los agronegocios muestran una correlación positiva moderada a fuerte de 0.654. Esto sugiere que, a medida que mejora la productividad en el emprendimiento, también se observa una tendencia al aumento en la adopción y efectividad de los elementos asociados a los agronegocios. la significancia bilateral obtenida fue de 0.05, lo que permite afirmar con un 95% de confianza que esta correlación es estadísticamente válida.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos, se recomienda a las autoridades distritales y provinciales de Huanta implementar programas de capacitación orientados a fortalecer las competencias de los emprendedores agroempresariales. Para ello, es necesario establecer alianzas con universidades, centros de investigación y organizaciones no gubernamentales, que permitan diseñar programas integrales de formación. Asimismo, se sugiere simplificar los trámites administrativos para facilitar la formalización de las MYPEs y fomentar su incorporación en cadenas de valor nacionales e internacionales, con el fin de incrementar su competitividad.
- Considerando la necesidad de mejorar la efectividad de los agronegocios en la provincia de Huanta, se recomienda a las autoridades locales promover alianzas estratégicas entre el sector público, privado y las universidades. Dichas colaboraciones deben orientarse a la transferencia de tecnología, la incorporación de innovaciones y el fortalecimiento de procesos productivos. También se sugiere brindar apoyo técnico a las MYPEs en la adopción de prácticas sostenibles que respeten el medio ambiente y favorezcan un uso eficiente de los recursos.
- En relación con la importancia del capital social, se recomienda fomentar la creación de redes de colaboración entre emprendedores de la provincia de Huanta. Estas redes facilitarán el acceso a información, recursos y mercados. Asimismo, se sugiere promover estudios sobre el impacto de la digitalización en los agronegocios de las MYPEs, dado que el uso de herramientas digitales constituye un factor clave para incrementar la competitividad del sector.
- Para optimizar los procesos productivos de las MYPEs de Huanta, se recomienda impulsar la adopción de tecnologías apropiadas a su realidad, la aplicación de prácticas sostenibles y la utilización de herramientas de gestión. En este contexto, se propone a los estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería de Negocios Agronómicos y Forestales desarrollar investigaciones orientadas a analizar la relación entre innovación y sostenibilidad en los agronegocios, considerando los desafíos y la escasez de recursos.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS

- Alan, N., & Cortes S. (2017). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Editorial UTMACH. <https://shorturl.at/gJKPT>
- Albores, A., Beltrán, L., & Cruz, G. D. (2023). Los Productores Agrícolas y la Capacidad Productiva, Teapa, Tabasco. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(6), 123-130. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2029>
- Andonie, M. (2022). Elementos para el desarrollo de un agronegocio. *HondurasensumanosNoticias* <https://acortar.link/Pqbm0y>
- Aréchiga, B., Aboytia, M., Duarte, J., Valenzuela, D., Hernández, I., & Hernández, A. (2018). Elementos que promueven competitividad en las PyMES, un estudio regional. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas-Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa*, (19). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.v0i19.40>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta.* Fidas G. Arias Odón. <https://shorturl.at/dxLMP>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 14(23), 32-48. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Azqueta, A. (2018). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. In *El desafío de emprender en la escuela del siglo XXI: actas del simposio internacional. Sevilla, 18 y 19 de diciembre de 2017* (pp. 21-39). Editorial de la Universidad de Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/74177>
- Babativa, C. (2017). *Investigación cuantitativa. Fundación universitaria del área Andina*. <https://bit.ly/ejemplo-economia>

- Barbeito, F., & Chambilla, Y. (2021). *Nivel de conocimiento empírico del uso de plantas medicinales con efecto analgésico y antiinflamatorio en el mercado modelo Cercado de Lima, septiembre 2020*. [Tesis de Farmacia, Universidad María Auxiliadora, Perú] <https://goo.su/kmPUm7W>
- Bardalez, S., & Poves, J. (2019). El impacto de las obligaciones tributarias electrónicas en la formalización de las micro y pequeñas empresas peruanas. *Tzhoecoen*, 11(4), 51-62. <https://doi.org/10.26495/tzh.v11i4.1234>
- Barrera, M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104. <https://shorturl.at/szG18>
- Bersusky, E. (2019). ¿Debo aprender una nueva clasificación? *Revista de la Asociación Argentina de Ortopedia y Traumatología*, 84(2), 84-85. <https://shorturl.at/sFJLV>
- Briceño, C. (2021). *Cálculo de la renta anual del régimen MYPE tributario* [Tesis de licenciatura, Universidad Alas Peruanas, Perú]. <https://shorturl.at/iqGKM>
- Britto García, L. (2013). *La Ciencia: Fundamentos y Método*. Ediciones de la Universidad Bolivariana de Venezuela. <https://shorturl.at/gNQ24>
- Bula, A. (2020). *Importancia de la Agricultura en el Desarrollo Socio-Económico*. Puente Académico N° 16. Observatorio Económico Social, Universidad Nacional de Rosario.
- Burin, D. (2017). *Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://shorturl.at/ejvS7>
- Cabel, X., & Velarde, J. (2020). Análisis de los factores de producción y comercialización para el crecimiento agroindustrial en el Perú. [Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo]. <https://goo.su/IIXT5Gc>

- Calderón, N., y Flores, R. (2021). *Emprendimiento social y emprendimiento tradicional, analizado desde el impacto en la sociedad*. [Tesis de Negocios, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú] <https://goo.su/MPMY3vo>
- Camacho, R., Rivas, C., Gaspar, M., & Quiñonez, C. (2020). Innovación y tecnología educativa en el contexto actual latinoamericano. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26, 460-475. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28064146030>
- Canepa, M. (2022). La importancia de las MYPES en el Perú. <https://acortar.link/P08Xmg>
- Carbonell, C. (2023). Análisis de los factores de crecimiento y competitividad de las exportaciones de arándanos frescos en Perú, 2011-2021. [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio De Loyola, Perú]. <https://goo.su/hNbzS0>
- Carhuas, D. (2021). *Emprendimiento y conocimiento del agronegocio en el distrito de Villa Rica, Pasco* [tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Perú] <https://goo.su/7Rlrk>
- Carlin, M. (2013). *Caracterización de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro insumos agrícolas de fertilizantes para los cultivos de la provincia del Santa 2013* [Tesis de pregrado, Universidad católica los ángeles de Chimbote]. <https://goo.su/wKnK8>
- Carreras, A., Bustamante, J., & Talamante, P. (2021). El Emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas-Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa*, (35), 1-36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi35.407>
- Casadiego, Y. (2021). Objetivos de Desarrollo Sostenible, Tecnología e Innovación para los Agronegocios: Conocimiento tecnocientífico para la

transformación de nuestros territorios. *Notas de Campus*, 1-72. <https://doi.org/10.22490/notas.4579>

Castro, H., Goicochea, C., & Flores, M. (2018). El sistema de agronegocios en el Perú: de la agricultura familiar al negocio agroalimentario. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 43, 1-16. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14158242001>

Cejudo, E., & Navarro, F. (2019). La despoblación rural como reto social. Algunos apuntes. *Perspectives on rural development*, 2019(3), 17-40. <https://tinyurl.com/2bbhtzrh>

Chaves, R., Salazar, R., & Robles, C. (2016). *Industrialización y comercialización de Cacao orgánico en Talamanca: un enfoque de agronegocios*. [Proyecto de investigación y extensión]. Instituto Tecnológico de Costa Rica. <https://bit.ly/3TKjUHI>

Chirinos, Y., Meriño, V., Martínez, C., & Pérez, C. (2018). Emprendimiento sostenible para el desarrollo económico de las PYMES. *Revista Espacios*, 39(07). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390703.html>

Cueva, S. (2023). *Emprendimiento social como herramienta para el desarrollo sostenible de la Macro Región Norte del Perú*. [Tesis de administración, Universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú]. <https://bit.ly/49R9lQy>

Detsch, C. (2018). La transformación social-ecológica del sector agrario en América Latina. México: *Friedrich-Ebert-Stiftung-Proyecto Regional Transformación Social-Ecológica*. <https://acortar.link/R8kz4t>

Encuesta Nacional de Hogares [ENAHOG] (2021). *MYPES*. <https://www.inei.gob.pe>

Esteban, N. (2018). Tipos de investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán. *Repositorio Institucional*, 1-4. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/3>

- Ferreto, E., Lafuente, E., & Leiva, J. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *TEC empresarial*, 12(3), 43-49 <http://dx.doi.org/10.18845/te.v12i3.3937>
- Gamboa, L. (2016) *Habilidades gerenciales y estrategias de competitividad de las mype agroindustriales en la provincia de Huamanga, Ayacucho 2014-2015*. [Tesis de administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú] <https://hdl.handle.net/20.500.13032/17592>
- Gavilánez, M., Espín, M., & Arévalo, P. (2018). “Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador. *Observatorio de la economía latinoamericana*. <https://goo.su/Jz11xO>
- George, S., & Mallery, L. (2003). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Revista de estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 3(16), 3-9.
- Gómez, K. (2019). *Perfil psicosocial de la persona emprendedora*. [Tesis de psicología, Universidad de Cooperativa de Colombia] <https://goo.su/rVzC>
- Gómez, L., Borrero, C., & Pertúz, M. (2020). Identificación de habilidades blandas en directivos Pymes de Barranquilla. *Dictamen Libre*, (26), 153-168. <https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.26.6193>
- Gómez, M. (2019). *La mentalidad emprendedora: el emprendimiento visto desde el sujeto y el proceso de emprender*. Ediciones de la U. <https://goo.su/ZSwsB>
- Gonzales, Á. M. C. (2020). La informalidad: propuesta de modificación del impuesto general a las ventas y del impuesto a la renta para las mypes. *Giuristi: Revista de Derecho Corporativo*, 1(2), 282-307. <https://doi.org/10.46631/Giuristi.2020.v1n2.04>
- González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 450-464. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065077033>

- Guerra, C., & Restrepo, M. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7). <https://shorturl.at/iLUX1>
- Guillén, J., Barboza, I., & López, L. (2018). Política agropecuaria y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Revista de la Universidad Autónoma Metropolitana*, 9(1), 113-124. <https://shorturl.at/1APZ1>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <https://bit.ly/3TECyI2>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6, pp. 102-256). México.: méxico: mcGraw-Hill. <https://bit.ly/4akTTdn>
- Huaicha, L., & Senesi, S. (2023). El sistema de agronegocios avícola de Perú. Situación actual y perspectivas. *Agronomía & Ambiente*, 43(2). <https://shorturl.at/wHMT6>
- Jayo, E., Hinojosa, R., & Yzarra, L. (2025). Emprendimiento y elementos de los agronegocios en las MYPEs. *GnosisWisdom*, 5(1), 02-09. <https://doi.org/10.54556/gnosiswisdom.v5i1.87>
- Jurado, I. (2022). Emprendimiento rural como estrategia de desarrollo territorial: una revisión documental. *Económicas cuc*, 43(1), 257-280. <https://doi.org/10.17981/econcuc.43.1.2022.Org.7>
- Kumar, R. (2018). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*.
- Kuratko, D. (2017). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning.
- Larrea, C., Hernani, U., Goicochea, C., & Flórez, M. (2018). El sistema de agronegocios en el Perú: de la agricultura familiar al negocio agroalimentario. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. 43, 2018 Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C., México <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14158242001>

- López, D., Vargas, J., Orozco, S., Jiménez, E., & Rodríguez, B. (2023). Análisis del networking en el sector agroalimentario. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 21, 1-7. <https://bit.ly/4aZnGMf>
- Mares, C. (2013). *El régimen jurídico de las micro y pequeñas empresas (MYPEs) en el Perú* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima, Perú]. <https://shorturl.at/ewGQ1>
- Martínez, C., & Martínez, R. (2021). Sustentabilidad como una alternativa para alcanzar la seguridad alimentaria. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 77827797. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i5.875
- Martínez, J. (2021). Orientación emprendedora en el desempeño de los agronegocios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 26(96), 1289-1306. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.18>
- Medina, M., Rojas, R., & Bustamante, W. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://bit.ly/3Vxg5Ez>
- Melgarejo, G. (2023). *Las habilidades emprendedoras y desarrollo comercial de los PYMES del sector comercialización de ropa de vestir en la ciudad de Huánuco, 2022*. [Tesis de Administración, Universidad de Huánuco, Perú]
- Mera, C., Cedeño, C., Mendoza, V., & Moreira, J. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Revista Espacios*, 43(03), 27-34. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n03p03>
- Mora, E., Sandoval, J., Coello, J., & Morales, E. (2023). Evolución de los emprendimientos por oportunidad en la ciudad de Babahoyo: período 2020-2021. *Revista Colón Ciencias, Tecnología Y Negocios*, 10(2), 145–170. <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v10n2.a4145>

- Morales., y Argote, D. (2019). *Plan de negocios para el diseño de una empresa de productos y servicios realizados con maquinaria industrial en la ciudad de Bogotá* [Tesis de pregrado, Universidad de Salle, Mexico] <https://goo.su/ZfrOuqc>
- Mundaca, J. (2021). Valores del empresario, orientación emprendedora, capital social, cultura organizacional, orientación al mercado, capacidad de innovación y competitividad empresarial de las MYPES de la región Lambayeque. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/10039>
- Muñoz, C., Vera, V., & Cazorla, M. (2021). Realidades de Emprendimiento en Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: uso del diseño. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 898-917. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29069613026>
- Olarte, S. (2012). Un nuevo paradigma de agronegocio sostenible: análisis y propuesta teórica. *Agroalimentaria*, 18(35), 31-42. <https://goo.su/kEtvCW>
- Organización internacional del trabajo [OIT]. (2021). *MYPE Digital Cómo la digitalización puede generar un crecimiento productivo para las micro y pequeñas empresas*. <https://goo.su/wKnK8>
- Padilla, M., Lascano, L., & Jiménez, W. (2018). La dinámica empresarial y el emprendimiento, factores determinantes para el desarrollo del ciclo de vida de las pymes. *Revista Publicando*, 5(15(2), 308-325. <https://goo.su/RlegC9>
- Pandey, P., & Pandey, M. (2015). *Research methodology: Tools and techniques*. <https://bit.ly/3VwzcyO>
- Pérez, A. (2016). *Economía*. Editorial Digital UNID. <https://books.google.es/books?id=YGnlDAAAQBAJ>
- Quiroa, M. (2020). *Bienes y servicios*. <https://shorturl.at/nANP6>

- Ramírez, D. (2021). *Agricultura y globalización: Debates y perspectivas antropológicas sobre el agronegocio*. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. <http://shorturl.at/mJWY1>
- Ríos, K. (2020). *Análisis del aprovechamiento de los subproductos en el sector bananero en la provincia de Los Ríos, cantón Vinces. Período 2014-2018* [Tesis de bachiller, Universidad de Guayaquil, Ecuador].
- Rodríguez, F. (2017). *Gestión administrativa y crecimiento de las MYPEs de calzado en el distrito El Porvenir, provincia de Trujillo 2016* [Tesis de Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Perú]. Repositorio Institucional de la UPAO. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/3494>
- Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. <https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>
- Rodríguez, V. (2016). *Estrategias para la competitividad de las Mypes agroindustriales en Huamanga, Ayacucho* [tesis de pregrado, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Perú] <https://goo.su/txxaUzo>
- Rojas, I., Rossetti, S., & Coronado, M. (2021). Gestión del conocimiento y responsabilidad social empresarial en agronegocios caso: Hermosillo, Sonora. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 48(1345-2021-1202), 642-655. <https://shorturl.at/szGL5>
- Salazar, J. (2021). *Investigación relacional y rizoma investigativo: apuntes para su aplicación metodológica*. Editorial Bonaventuriano. <https://bit.ly/3TLn8PY>
- Sánchez, M., Villalba, C., Salmon, E., & Bravo, I. (2023). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el cantón La Concordia. *Código Científico Revista de Investigación*, 4(E1), 270-295.

- Silva, J. (2020). *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa agronegocios La Arboleda EIRL-La Arena-Piura*, 2020. [Tesis de contaduría, Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Peru] <https://shorturl.at/jrLR3>
- Smallbone, D. (2020). Entrepreneurship policy: Issues and challenges. *Understanding the Development of Small Business Policy*, 6-23. <https://doi.org/10.4324/9781351020343>
- Soriano, M. (2015). Diseño y validación de instrumentos de medición.
- Tapia, C., & Cevallos, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-darling, ryan-joiner, shapiro-wilk y kolmogórov-smirnov. *Societas*, 23(2), 83-106. <https://bit.ly/3TNpg1c>
- Teneda, W., Santamaría, E., & Guamán, M. (2018). El comercio informal como factor predominante en la economía local. *Perfiles Gerenciales. El ser humano detrás del empresario*, 6(2), 31- 40. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.vi2.172>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(2), 77-88. <http://orcid.org/0000-0002-1260-2477>
- Trujillo, P., Valderrama, N., Chávez, M., Valqui, P., y Trigoso, J. (2021). Evolución y tendencias investigativas de tecnologías aplicadas en los agronegocios: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E39), 189-199. <https://shorturl.at/fhLOZ>
- Trujillo, R. (2022). *Evaluación del nivel de conocimientos y actitudes sobre conservación y contaminación ambiental en los estudiantes de secundaria de Cajay-Huari*. [Tesis de Ingeniería Ambiental, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Perú]

- Valmaseda, J. (2016). *Compendio de metodología de la investigación científico-educacional*. Gabimarc Representaciones Industrial SA de CV. <https://shorturl.at/abzD6>
- Velarde, R. (2020). *Agronegocios perspectivas del mercado*. Libro digital. <https://n9.cl/lh5g1>
- Ventura, L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista cubana de salud pública*, 43(4), 0-0. <https://bit.ly/4cnCxsl>
- Vilcarromero, R. (2017). *Gestión de la Producción*. Universidad Tecnológica del Perú. <https://shorturl.at/szA59>

CAPÍTULO VIII

ANEXOS

Anexo 1

Matriz de consistencia

EMPENDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>a. ¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento, dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta?</p> <p>b. ¿Hay una relación relevante entre emprendimiento, dimensión social y elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta?</p> <p>c. ¿Cuál es el nivel de relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los</p>	<p>Objetivo general Determinar si existe relación entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>a. Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta.</p> <p>b. Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión social y elementos de los agronegocios en las</p>	<p>Hipótesis general Existe relación significativa entre emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta.</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>a. Existe relación entre emprendimiento dimensión personal y elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta.</p> <p>b. Existe relación entre emprendimiento dimensión social y elementos de los agronegocios en las MYPES de la provincia de Huanta.</p>	<p>Variable 1: Emprendimiento</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal - Social - Productiva <p>Escala de Rensis Likert:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definitivamente no 2. Probablemente no 3. Indeciso 4. Probablemente si 5. Definitivamente si <p>Variable 2: Elementos de los agronegocios.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología. - Manejo de información. 	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo correlacional</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> V1 M --> V2 V1 <--> r V2 </pre> </div> <p>M = Seleccionadas mediante un muestreo no probabilístico. V1 = Emprendimiento V2= Elementos de los agronegocios. r = Relación entre las variables 1 y 2</p> <p>Método:</p>

<p>agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta?</p>	<p>MYPEs de la provincia de Huanta. c. Identificar el grado de relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.</p>	<p>c. Existe relación entre emprendimiento dimensión productiva y elementos de los agronegocios en las MYPEs de la provincia de Huanta.</p>	<p>- Personal capacitado. Escala de Rensis Likert: 1. Definitivamente no 2. Probablemente no 3. Indeciso 4. Probablemente si 5. Definitivamente si</p>	<p>No experimental de corte transversal con alcance correlacional Población: MYPEs del sector agronegocio en la provincia de Huanta. Muestra: n= 200 Muestreo: No probabilístico por conveniencia Técnica de recolección de datos: Técnica: encuesta Instrumento: Cuestionario estructurado para cada variable de investigación La escala de valoración Rensis Likert: V1: Emprendimiento: V2: Elementos de los agronegocios: [definitivamente no, probablemente no, indeciso, probablemente si, definitivamente si] El coeficiente de fiabilidad equivalente de Cronbach donde: $\rho > 0.7 - 0.9$ aceptable $\rho < 0.6 - 0.0$ rechazado</p>
---	---	---	---	--

Anexo 2

Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Facultad de Ingeniería y Gestión
CARRERA PROFESIONAL DE
INGENIERÍA DE NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y FORESTALES



ENCUESTA PARA DETERMINAR LA RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO Y LOS ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA

Estimado Señor, le agradecemos su colaboración al responder este cuestionario, cuyo objetivo es conocer su percepción sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las mypes de la provincia de Huanta. Lee atentamente cada premisa y elige la respuesta que mejor se ajuste a tu percepción.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no se utilizarán para ningún otro propósito que no sea el de esta investigación. Por favor responda todas las preguntas

Nombre y apellido:							
Sexo:	Masculino		Femenino		Edad:		
Nombre de la empresa				RUC:	SI	NO	N°

Instrucciones: Marque con una **X** su respuesta valorativa de cada ítem, según la siguiente escala:
1 = Definitivamente no 2 = Probablemente no 3 = Indeciso 4 = Probablemente si 5 = Definitivamente si

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Personal						
1	¿Empleaste conocimientos previos para iniciar tu negocio?					
2	¿Aplica conocimientos tradicionales de sus antepasados a su negocio?					
3	¿Desarrolla su negocio en base a las necesidades del mercado?					
4	¿Has tenido experiencia laboral en algún tipo de negocio?					
5	¿Simplifica procesos para mejorar la calidad de los productos de su negocio?					
6	¿Tiene algún producto nuevo que le diferencie de otros negocios?					
7	¿Ha utilizado la imaginación para producir cambios en su negocio?					
8	¿Usted inició su emprendimiento con sus propios recursos económicos?					

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Social						
9	¿Usted pertenece a alguna asociación que le ayude a mejorar su emprendimiento?					
10	¿Usted tiene una actitud proactiva para trabajar en equipo en su emprendimiento?					
11	¿Los productos que comercializa en su emprendimiento cumplen con los estándares de calidad?					
12	¿Su negocio cuenta con todos los permisos para funcionar?					
13	¿Usted comunica las bondades de sus productos?					
14	¿Sus productos causan efecto dañino en la salud de la población o en el medio ambiente?					

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Productiva						
15	¿Usted cuenta con un plan de crecimiento para su negocio?					
16	¿Diversificas tus productos para incrementar tu rentabilidad?					
17	¿Innova periódicamente los productos de su negocio?					
18	¿Implementa procesos de mejora continua en el desarrollo de su negocio?					
19	¿Usted planifica actividades que se desarrollan en su emprendimiento?					
20	¿Tiene productos de alta rotación?					
21	¿Tiene recursos financieros para tomar riesgos en su negocio?					
22	¿Realiza un control de los ingresos y egresos de su negocio?					
23	¿Tienes productividad en tu negocio?					

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Tecnología						
1	¿Considera que el nivel tecnológico de su negocio es adecuado?					
2	¿Cuenta con infraestructura adecuada para desarrollar sus productos en su negocio?					
3	¿Cuenta con máquinas de última generación en su negocio?					
4	¿Usted compraría equipos tecnológicos para reemplazar los que ya cuenta en su negocio?					
5	¿Cuenta con algún sistema de telecomunicación en su negocio?					
6	¿Cuenta con alguna plataforma digital para la comercialización de sus productos?					
7	¿Su negocio ha implementado tecnologías de trazabilidad para el seguimiento de sus productos?					



N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Manejo de Información						
8	¿Cuenta con información sobre la capacidad productiva de su negocio?					
9	¿Cuenta con información sobre procesos de producción de sus productos en su negocio?					
10	¿Cuenta con el plan funcional de operaciones de su negocio?					
11	¿Conoce usted sobre el segmento de clientes que atiende su negocio?					
12	¿Cuenta con algún programa de manejo de datos para la toma de decisiones en su negocio?					
13	¿Conoce bien los canales de venta y distribución de sus productos?					
14	¿Tiene información sobre el comercio electrónico?					
15	¿Cuenta con información actualizada del mercado?					
16	¿Tiene información de la competencia en el mercado?					

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Personal capacitado						
17	¿Tiene personal capacitado en su negocio?					
18	¿Los salarios que paga a sus trabajadores están de acuerdo a las normas estatales en su negocio?					
19	¿Hay un adecuado clima laboral en su negocio?					
20	¿Recibe asistencia técnica de instituciones del estado?					
21	¿Cuenta con algún asesor o profesional para el crecimiento de su empresa?					
22	¿Usted emplea estrategias de motivación para incentivar la fuerza laboral de su negocio?					
23	¿Cuenta con indicadores de desempeño laboral en su negocio?					
24	¿Sus trabajadores cuentan con seguro de salud y demás beneficios en su negocio?					
25	¿Sus empleados tienen acceso al reparto de utilidades en su empresa?					

Gracias.

Anexo 3

Cuestionario aplicado a las MYPEs de la provincia de Huanta.

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA Facultad de Ingeniería y Gestión CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y FORESTALES													
ENCUESTA PARA DETERMINAR LA RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO Y LOS ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA														
<p><i>Estimado Señor, le agradecemos su colaboración al responder este cuestionario, cuyo objetivo es conocer su percepción sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las mypes de la provincia de Huanta. Lee atentamente cada premisa y elige la respuesta que mejor se ajuste a tu percepción.</i></p> <p><i>Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no se utilizarán para ningún otro propósito que no sea el de esta investigación. Por favor responda todas las preguntas</i></p>														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="3">Nombre y apellido: <u>Elias Leche Mecha</u></td> </tr> <tr> <td>Sexo:</td> <td>Masculino <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>Femenino <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Edad: <u>39</u></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nombre de la empresa</td> <td><u>Corp. Agrícola Gevira</u></td> <td>RUC: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <u>Nº 204414371457</u></td> </tr> </table>			Nombre y apellido: <u>Elias Leche Mecha</u>			Sexo:	Masculino <input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	Edad: <u>39</u>			Nombre de la empresa	<u>Corp. Agrícola Gevira</u>	RUC: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <u>Nº 204414371457</u>
Nombre y apellido: <u>Elias Leche Mecha</u>														
Sexo:	Masculino <input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>												
Edad: <u>39</u>														
Nombre de la empresa	<u>Corp. Agrícola Gevira</u>	RUC: <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <u>Nº 204414371457</u>												
<p>Instrucciones: Marque con una X su respuesta valorativa de cada ítem, según la siguiente escala: 1 = Definitivamente no 2 = Probablemente no 3 = Indeciso 4 = Probablemente si 5 = Definitivamente si</p>														
Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5								
VARIABLE 1: Emprendimiento														
DIMENSIÓN: Personal														
1	¿Empleaste conocimientos previos para iniciar tu negocio?				<input checked="" type="checkbox"/>									
2	¿Aplica conocimientos tradicionales de sus antepasados a su negocio?			<input checked="" type="checkbox"/>										
3	¿Desarrolla su negocio en base a las necesidades del mercado?				<input checked="" type="checkbox"/>									
4	¿Has tenido experiencia laboral en algún tipo de negocio?			<input checked="" type="checkbox"/>										
5	¿Simplifica procesos para mejorar la calidad de los productos de su negocio?				<input checked="" type="checkbox"/>									
6	¿Tiene algún producto nuevo que le diferencie de otros negocios?					<input checked="" type="checkbox"/>								
7	¿Ha utilizado la imaginación para producir cambios en su negocio?				<input checked="" type="checkbox"/>									
8	¿Usted inició su emprendimiento con sus propios recursos económicos?			<input checked="" type="checkbox"/>										
Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5								
VARIABLE 1: Emprendimiento														
DIMENSIÓN: Social														
9	¿Usted pertenece a alguna asociación que le ayude a mejorar su emprendimiento?		<input checked="" type="checkbox"/>											
10	¿Usted tiene una actitud proactiva para trabajar en equipo en su emprendimiento?				<input checked="" type="checkbox"/>									
11	¿Los productos que comercializa en su emprendimiento cumplen con los estándares de calidad?					<input checked="" type="checkbox"/>								
12	¿Su negocio cuenta con todos los permisos para funcionar?					<input checked="" type="checkbox"/>								
13	¿Usted comunica las bondades de sus productos?					<input checked="" type="checkbox"/>								
14	¿Sus productos causan efecto dañino en la salud de la población o en el medio ambiente?				<input checked="" type="checkbox"/>									

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Productiva						
15	¿Usted cuenta con un plan de crecimiento para su negocio?				X	
16	¿Diversificas tus productos para incrementar tu rentabilidad?					X
17	¿Innova periódicamente los productos de su negocio?					X
18	¿Implementa procesos de mejora continua en el desarrollo de su negocio?				X	
19	¿Usted planifica actividades que se desarrollan en su emprendimiento?					X
20	¿Tiene productos de alta rotación?				X	
21	¿Tiene recursos financieros para tomar riesgos en su negocio?					X
22	¿Realiza un control de los ingresos y egresos de su negocio?					X
23	¿Tienes productividad en tu negocio?					X

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Tecnología						
1	¿Considera que el nivel tecnológico de su negocio es adecuado?				X	
2	¿Cuenta con infraestructura adecuada para desarrollar sus productos en su negocio?				X	
3	¿Cuenta con máquinas de última generación en su negocio?			X		
4	¿Usted compraría equipos tecnológicos para reemplazar los que ya cuenta en su negocio?			X		
5	¿Cuenta con algún sistema de telecomunicación en su negocio?					X
6	¿Cuenta con alguna plataforma digital para la comercialización de sus productos?					X
7	¿Su negocio ha implementado tecnologías de trazabilidad para el seguimiento de sus productos?			X		

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Manejo de Información						
8	¿Cuenta con información sobre la capacidad productiva de su negocio?					X
9	¿Cuenta con información sobre procesos de producción de sus productos en su negocio?					X
10	¿Cuenta con el plan funcional de operaciones de su negocio?					X
11	¿Conoce usted sobre el segmento de clientes que atiende su negocio?					X
12	¿Cuenta con algún programa de manejo de datos para la toma de decisiones en su negocio?				X	
13	¿Conoce bien los canales de venta y distribución de sus productos?					X
14	¿Tiene información sobre el comercio electrónico?					X
15	¿Cuenta con información actualizada del mercado?					X
16	¿Tiene información de la competencia en el mercado?					X

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Personal capacitado						
17	¿Tiene personal capacitado en su negocio?					X
18	¿Los salarios que paga a sus trabajadores están de acuerdo a las normas estatales en su negocio?					X
19	¿Hay un adecuado clima laboral en su negocio?					X
20	¿Recibe asistencia técnica de instituciones del estado?	X				
21	¿Cuenta con algún asesor o profesional para el crecimiento de su empresa?					X
22	¿Usted emplea estrategias de motivación para incentivar la fuerza laboral de su negocio?					X
23	¿Cuenta con indicadores de desempeño laboral en su negocio?			X		
24	¿Sus trabajadores cuentan con seguro de salud y demás beneficios en su negocio?				X	
25	¿Sus empleados tienen acceso al reparto de utilidades en su empresa?	X				

Gracias.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Facultad de Ingeniería y Gestión
CARRERA PROFESIONAL DE
INGENIERÍA DE NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y FORESTALES



**ENCUESTA PARA DETERMINAR LA RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO Y
 LOS ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA
 PROVINCIA DE HUANTA**

Estimado Señor, le agradecemos su colaboración al responder este cuestionario, cuyo objetivo es conocer su percepción sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las mypes de la provincia de Huanta. Lee atentamente cada premisa y elige la respuesta que mejor se ajuste a tu percepción.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no se utilizarán para ningún otro propósito que no sea el de esta investigación. Por favor responda todas las preguntas

Nombre y apellido: <u>Tinoco Rojas Pedro</u>						
Sexo:	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Edad:	<u>37</u>
Nombre de la empresa			<u>Vivero "Brayan"</u>	RUC:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
					<u>Nº 10436130321</u>	

Instrucciones: Marque con una **X** su respuesta valorativa de cada ítem, según la siguiente escala:
 1 = Definitivamente no 2 = Probablemente no 3 = Indeciso 4 = Probablemente si 5 = Definitivamente si

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Personal						
1	¿Empleaste conocimientos previos para iniciar tu negocio?					X
2	¿Aplica conocimientos tradicionales de sus antepasados a su negocio?				X	
3	¿Desarrolla su negocio en base a las necesidades del mercado?				X	
4	¿Has tenido experiencia laboral en algún tipo de negocio?					X
5	¿Simplifica procesos para mejorar la calidad de los productos de su negocio?			X		
6	¿Tiene algún producto nuevo que le diferencie de otros negocios?				X	
7	¿Ha utilizado la imaginación para producir cambios en su negocio?					X
8	¿Usted inició su emprendimiento con sus propios recursos económicos?				X	

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Social						
9	¿Usted pertenece a alguna asociación que le ayude a mejorar su emprendimiento?				X	
10	¿Usted tiene una actitud proactiva para trabajar en equipo en su emprendimiento?					X
11	¿Los productos que comercializa en su emprendimiento cumplen con los estándares de calidad?					X
12	¿Su negocio cuenta con todos los permisos para funcionar?					X
13	¿Usted comunica las bondades de sus productos?					X
14	¿Sus productos causan efecto dañino en la salud de la población o en el medio ambiente?	X				

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Productiva						
15	¿Usted cuenta con un plan de crecimiento para su negocio?				X	
16	¿Diversificas tus productos para incrementar tu rentabilidad?				X	
17	¿Innova periódicamente los productos de su negocio?					X
18	¿Implementa procesos de mejora continua en el desarrollo de su negocio?				X	
19	¿Usted planifica actividades que se desarrollan en su emprendimiento?					X
20	¿Tiene productos de alta rotación?					X
21	¿Tiene recursos financieros para tomar riesgos en su negocio?				X	
22	¿Realiza un control de los ingresos y egresos de su negocio?					X
23	¿Tienes productividad en tu negocio?				X	

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Tecnología						
1	¿Considera que el nivel tecnológico de su negocio es adecuado?				X	
2	¿Cuenta con infraestructura adecuada para desarrollar sus productos en su negocio?				X	
3	¿Cuenta con máquinas de última generación en su negocio?				X	
4	¿Usted compraría equipos tecnológicos para reemplazar los que ya cuenta en su negocio?					X
5	¿Cuenta con algún sistema de telecomunicación en su negocio?				X	
6	¿Cuenta con alguna plataforma digital para la comercialización de sus productos?	X				
7	¿Su negocio ha implementado tecnologías de trazabilidad para el seguimiento de sus productos?			X		

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Manejo de Información						
8	¿Cuenta con información sobre la capacidad productiva de su negocio?				X	
9	¿Cuenta con información sobre procesos de producción de sus productos en su negocio?				X	
10	¿Cuenta con el plan funcional de operaciones de su negocio?			X		
11	¿Conoce usted sobre el segmento de clientes que atiende su negocio?					X
12	¿Cuenta con algún programa de manejo de datos para la toma de decisiones en su negocio?			X		
13	¿Conoce bien los canales de venta y distribución de sus productos?					X
14	¿Tiene información sobre el comercio electrónico?	X				
15	¿Cuenta con información actualizada del mercado?				X	
16	¿Tiene información de la competencia en el mercado?			X		

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Personal capacitado						
17	¿Tiene personal capacitado en su negocio?				X	
18	¿Los salarios que paga a sus trabajadores están de acuerdo a las normas estatales en su negocio?		X			
19	¿Hay un adecuado clima laboral en su negocio?				X	
20	¿Recibe asistencia técnica de instituciones del estado?				X	
21	¿Cuenta con algún asesor o profesional para el crecimiento de su empresa?		X			
22	¿Usted emplea estrategias de motivación para incentivar la fuerza laboral de su negocio?				X	
23	¿Cuenta con indicadores de desempeño laboral en su negocio?		X			
24	¿Sus trabajadores cuentan con seguro de salud y demás beneficios en su negocio?	X				
25	¿Sus empleados tienen acceso al reparto de utilidades en su empresa?		X			

Gracias.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Facultad de Ingeniería y Gestión
CARRERA PROFESIONAL DE
INGENIERÍA DE NEGOCIOS AGRONÓMICOS Y FORESTALES



**ENCUESTA PARA DETERMINAR LA RELACIÓN ENTRE EMPRENDIMIENTO Y
 LOS ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA
 PROVINCIA DE HUANTA**

Estimado Señor, le agradecemos su colaboración al responder este cuestionario, cuyo objetivo es conocer su percepción sobre el emprendimiento y los elementos de los agronegocios en las mypes de la provincia de Huanta. Lee atentamente cada premisa y elige la respuesta que mejor se ajuste a tu percepción.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no se utilizarán para ningún otro propósito que no sea el de esta investigación. Por favor responda todas las preguntas

Nombre y apellido: <u>Samna Khelye Ovalle Coronado</u>							
Sexo:	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input checked="" type="checkbox"/>	Edad:	<u>24</u>	
Nombre de la empresa	<u>Ca Ovalle</u>			RUC:	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	Nº

Instrucciones: Marque con una **X** su respuesta valorativa de cada ítem, según la siguiente escala:
 1 = Definitivamente no 2 = Probablemente no 3 = Indeciso 4 = Probablemente sí 5 = Definitivamente sí

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Personal						
1	¿Empleaste conocimientos previos para iniciar tu negocio?					X
2	¿Aplica conocimientos tradicionales de sus antepasados a su negocio?			X		
3	¿Desarrolla su negocio en base a las necesidades del mercado?					X
4	¿Has tenido experiencia laboral en algún tipo de negocio?	X				
5	¿Simplifica procesos para mejorar la calidad de los productos de su negocio?		X			
6	¿Tiene algún producto nuevo que le diferencie de otros negocios?			X		
7	¿Ha utilizado la imaginación para producir cambios en su negocio?		X			
8	¿Usted inició su emprendimiento con sus propios recursos económicos?					X

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Social						
9	¿Usted pertenece a alguna asociación que le ayude a mejorar su emprendimiento?	X				
10	¿Usted tiene una actitud proactiva para trabajar en equipo en su emprendimiento?				X	
11	¿Los productos que comercializa en su emprendimiento cumplen con los estándares de calidad?				X	
12	¿Su negocio cuenta con todos los permisos para funcionar?			X		
13	¿Usted comunica las bondades de sus productos?				X	
14	¿Sus productos causan efecto dañino en la salud de la población o en el medio ambiente?	X				

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: Emprendimiento						
DIMENSIÓN: Productiva						
15	¿Usted cuenta con un plan de crecimiento para su negocio?		X			
16	¿Diversificas tus productos para incrementar tu rentabilidad?			X		
17	¿Innova periódicamente los productos de su negocio?	X				
18	¿Implementa procesos de mejora continua en el desarrollo de su negocio?		X			
19	¿Usted planifica actividades que se desarrollan en su emprendimiento?					X
20	¿Tiene productos de alta rotación?				X	
21	¿Tiene recursos financieros para tomar riesgos en su negocio?		X			
22	¿Realiza un control de los ingresos y egresos de su negocio?			X		
23	¿Tienes productividad en tu negocio?				X	

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Tecnología						
1	¿Considera que el nivel tecnológico de su negocio es adecuado?		X			
2	¿Cuenta con infraestructura adecuada para desarrollar sus productos en su negocio?				X	
3	¿Cuenta con máquinas de última generación en su negocio?			X		
4	¿Usted compraría equipos tecnológicos para reemplazar los que ya cuenta en su negocio?		X			
5	¿Cuenta con algún sistema de telecomunicación en su negocio?				X	
6	¿Cuenta con alguna plataforma digital para la comercialización de sus productos?	X				
7	¿Su negocio ha implementado tecnologías de trazabilidad para el seguimiento de sus productos?	X				

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Manejo de Información						
8	¿Cuenta con información sobre la capacidad productiva de su negocio?				X	
9	¿Cuenta con información sobre procesos de producción de sus productos en su negocio?				X	
10	¿Cuenta con el plan funcional de operaciones de su negocio?			X		
11	¿Conoce usted sobre el segmento de clientes que atiende su negocio?					X
12	¿Cuenta con algún programa de manejo de datos para la toma de decisiones en su negocio?	X				
13	¿Conoce bien los canales de venta y distribución de sus productos?	X				
14	¿Tiene información sobre el comercio electrónico?				X	
15	¿Cuenta con información actualizada del mercado?					X
16	¿Tiene información de la competencia en el mercado?	X				

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
VARIABLE 2: Elementos de los agronegocios						
DIMENSIÓN: Personal capacitado						
17	¿Tiene personal capacitado en su negocio?	X			X	
18	¿Los salarios que paga a sus trabajadores están de acuerdo a las normas estatales en su negocio?				X	
19	¿Hay un adecuado clima laboral en su negocio?	X				
20	¿Recibe asistencia técnica de instituciones del estado?	X				
21	¿Cuenta con algún asesor o profesional para el crecimiento de su empresa?	X				
22	¿Usted emplea estrategias de motivación para incentivar la fuerza laboral de su negocio?		X			
23	¿Cuenta con indicadores de desempeño laboral en su negocio?	X				
24	¿Sus trabajadores cuentan con seguro de salud y demás beneficios en su negocio?	X				
25	¿Sus empleados tienen acceso al reparto de utilidades en su empresa?	X				

Gracias.

Anexo 4

Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable emprendimiento.

Encuestados	Variable C: Empeñamiento																							TOTAL
	Dimensión: Personal								Dimensión: Social						Dimensión: Emprendimiento									TV1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	
E01	5	3	5	1	2	3	2	5	1	4	4	3	4	1	2	3	1	2	5	4	2	3	4	69
E02	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	1	4	4	5	4	5	4	5	5	4	99
E03	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	1	4	4	4	4	5	4	4	5	4	98
E04	4	3	4	3	4	5	4	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	96
E05	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	3	4	105
E06	5	4	4	3	1	2	4	5	1	4	3	5	4	2	3	5	5	4	4	5	3	4	4	84
E07	5	5	4	4	4	2	4	5	1	5	4	4	4	1	3	5	4	4	3	4	3	4	4	86
E08	5	5	3	3	3	1	3	5	2	3	4	1	4	1	2	2	2	3	3	4	2	2	4	67
E09	5	4	4	4	2	1	4	5	1	4	4	1	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	5	78
E10	5	4	4	4	2	1	4	5	4	4	4	2	4	1	1	3	3	4	4	4	3	3	5	78
E11	5	4	5	4	4	1	4	5	1	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	83
E12	5	5	5	5	5	2	5	5	1	4	5	2	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5	5	97
E13	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	4	1	5	1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	96
E14	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	104
E15	3	5	3	4	3	5	1	3	1	1	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	2	1	83
E16	2	2	4	2	5	5	2	5	2	5	3	1	2	1	4	1	4	3	5	3	1	5	4	71
E17	4	2	5	4	2	4	4	5	1	5	5	5	5	1	4	5	4	4	4	2	3	1	5	84
E18	4	2	4	4	4	5	4	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	96
E19	2	1	5	5	4	5	5	5	2	5	5	2	5	1	1	5	3	5	1	5	5	5	5	87
E20	2	2	4	2	5	5	2	5	1	5	3	1	2	1	4	1	4	3	5	3	1	5	4	70
VARIANZA	1.19	1.61	0.43	1.25	1.35	2.55	1.36	1.05	1.69	0.91	0.51	2.99	0.89	1.89	1.44	1.93	1.40	0.70	1.01	0.59	1.75	1.40	0.81	134.9475
SUMA DE VARIANZ	30.6775																							

a: Coeficiente de confiabilidad del instrumento	0.808
K: Número de ítems del instrumento	23
ΣSi ² : Sumatoria de las varianzas de los ítems	30.68
Sr ² : Varianza total del instrumento	134.95

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

Anexo 5

Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable elementos de los agronegocios.

Encuestados	V2=COMERCIALIZACIÓN																	
	D1						D2						D3					TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	TV2
Enc-1	4	2	1	2	4	1	1	1	2	2	1	2	5	4	5	2	2	41
Enc-2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	5	4	3	2	2	32
Enc-3	2	4	5	1	4	4	2	4	4	5	2	4	4	5	5	1	1	57
Enc-4	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	2	3	5	5	2	1	1	37
Enc-5	2	2	2	1	1	1	2	3	2	1	2	2	4	4	3	2	2	36
Enc-6	1	1	3	3	1	1	1	1	4	2	2	1	5	4	4	2	2	38
Enc-7	1	3	1	1	1	1	3	3	4	5	5	5	4	5	5	2	2	51
Enc-8	3	3	5	5	4	4	2	5	4	4	2	2	5	4	5	2	5	64
Enc-9	2	3	4	2	2	2	1	3	2	2	1	2	5	5	4	2	2	44
Enc-10	4	2	4	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	65
Enc-11	1	3	1	2	5	2	2	3	3	4	2	1	4	4	4	2	2	45
Enc-12	2	2	2	2	5	1	2	2	4	2	2	2	5	4	3	2	2	44
Enc-13	3	3	1	1	4	3	2	5	4	2	4	4	5	5	5	1	3	55
Enc-14	1	1	1	1	5	2	1	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	57
Enc-15	2	1	2	1	1	1	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2	1	34
Enc-16	1	1	1	3	1	2	1	1	3	2	2	1	5	3	4	1	4	36
Enc-17	2	1	2	2	2	3	1	1	2	1	2	1	4	5	2	2	2	35
Enc-18	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	5	4	5	1	1	34
Enc-19	2	1	2	2	2	1	1	4	2	2	1	2	5	5	4	1	1	38
Enc-20	1	1	2	2	3	1	2	2	5	4	1	1	4	5	3	1	1	39
Varianza	0.93	0.93	1.79	1.10	2.26	1.23	0.33	1.66	1.13	1.61	1.56	1.81	0.24	0.44	0.99	0.83	1.19	102.89
Suma de varianza	20.02																	

a: Coeficiente de confiabilidad del instrumento **0.856**
 K: Número de items del instrumento 17.00
 $\sum S_i^2$: Sumatoria de las varianzas de los items 20.02
 S_r^2 : Varianza total del instrumento 102.9

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

Anexo 6

Confiabilidad del instrumento de investigación (prueba piloto): variable emprendimiento y elementos de los agronegocios.

Encuestados	Variable C: Empeñamiento																							Variable C: Elementos de los agronegocios																							TOTAL			
	Dimensión: Personal							Dimensión: Social							Dimensión: Emprendimiento									Dimensión: Tecnología							Dimensión: Manejo de Información						Dimensión: Personal Capacitado													
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23		P24	P25	TV1
E01	5	3	5	1	2	3	2	5	1	4	4	3	4	1	2	3	1	2	5	4	2	3	4	2	4	3	2	4	1	1	4	4	3	5	1	4	1	5	2	4	1	4	1	1	2	1	1	1	131	
E02	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	1	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	1	3	4	4	3	5	3	5	1	4	3	4	2	4	4	2	4	2	1	2	181	
E03	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	1	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	2	3	5	5	3	5	3	5	4	4	5	5	2	4	4	1	3	2	2	2	186	
E04	4	3	4	3	4	5	4	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	3	4	1	199	
E05	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	207	
E06	5	4	4	3	1	2	4	5	1	4	3	5	4	2	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	2	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	1	1	173	
E07	5	5	4	4	4	2	4	5	1	5	4	4	4	1	3	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	5	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	3	2	2	176	
E08	5	5	3	3	3	1	3	5	2	3	4	1	4	1	2	2	2	3	3	4	2	2	4	4	4	2	4	3	2	2	4	3	2	2	1	3	3	1	3	3	1	3	3	2	3	3	1	1	143	
E09	5	4	4	4	2	1	4	5	1	4	4	1	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	2	5	3	3	1	4	4	1	4	1	1	3	2	2	3	2	4	4	2	4	1	1	1	138	
E10	5	4	4	4	2	1	4	5	4	4	4	2	4	1	1	3	3	4	4	4	3	3	5	3	4	2	5	2	2	2	4	4	1	1	1	1	1	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	134	
E11	5	4	5	4	4	1	4	5	1	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	2	2	2	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	4	4	1	1	1	172
E12	5	5	5	5	5	2	5	5	1	4	5	2	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5	3	4	5	5	1	4	1	5	2	4	5	1	4	1	1	1	5	2	1	2	186	
E13	5	5	5	2	5	5	5	5	2	5	4	1	5	1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	1	1	1	1	1	2	206	
E14	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	1	1	5	1	1	1	1	146	
E15	3	5	3	4	3	5	1	3	1	1	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	2	1	2	3	4	2	2	1	1	3	2	3	4	1	3	1	1	3	5	5	4	3	1	2	2	3	2	125	
E16	2	2	4	2	5	5	2	5	2	5	3	1	2	1	4	1	4	3	5	3	1	5	4	1	1	1	3	1	1	5	5	5	5	5	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	163	
E17	4	2	5	4	2	4	4	5	1	5	5	5	5	1	4	5	4	4	4	2	3	1	5	2	4	1	2	5	1	4	4	5	2	4	2	4	1	4	4	5	1	5	5	5	3	1	3	2	199	
E18	4	2	4	4	4	5	4	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	3	4	1	199	
E19	2	1	5	5	4	5	5	5	2	5	5	2	5	1	1	5	3	5	1	5	5	5	5	5	3	3	5	4	1	1	5	1	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	138	
E20	2	2	4	2	5	5	2	5	1	5	3	1	2	1	4	1	4	3	5	3	1	5	4	1	1	1	3	1	1	5	5	5	5	5	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	124	
VARIANZA	1.19	1.61	0.43	1.25	1.35	2.55	1.36	1.05	1.69	0.91	0.51	2.99	0.89	1.89	1.44	1.93	1.40	0.70	1.01	0.59	1.75	1.40	0.81	1.55	1.33	1.23	1.35	1.75	2.34	1.89	0.35	1.21	2.19	1.09	1.89	2.13	2.49	2.59	1.74	2.15	2.44	2.03	2.29	2.85	2.16	0.89	1.09	0.35	798.33	
SUMA DE VARIANZ	74.01																																																	

a: Coeficiente de confiabilidad del instrumento **0.927**
 K: Número de ítems del instrumento 48
 ΣS_i²: Sumatoria de las varianzas de los ítems 74.01
 S_T²: Varianza total del instrumento 798.33

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Anexo 7

Matriz general de datos de la variable: emprendimiento.

Encuestados	Dimension: Personal										Dimension: Social						Dimension: Emprendimiento							TOTAL			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	V1D1	P9	P10	P11	P12	P13	P14	V1D2	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21		P22	P23	V1D3
E01	5	3	5	1	2	3	2	5	26	1	4	4	3	4	1	17	2	3	1	2	5	4	2	3	4	26	69
E02	5	4	5	4	3	4	5	4	34	4	5	5	5	5	1	25	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40	99
E03	5	5	5	4	4	4	5	3	35	4	5	5	5	5	1	25	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	98
E04	4	3	4	3	4	5	4	2	29	2	4	5	5	5	4	25	4	5	5	4	5	4	5	5	5	42	96
E05	5	4	5	5	4	5	5	5	38	5	5	5	5	5	1	26	4	5	5	5	5	5	3	4	5	41	105
E06	5	4	4	3	1	2	4	5	28	1	4	3	5	4	2	19	3	5	5	4	4	5	3	4	4	37	84
E07	5	5	4	4	4	2	4	5	33	1	5	4	4	4	1	19	3	5	4	4	3	4	3	4	4	34	86
E08	5	5	3	3	3	1	3	5	28	2	3	4	1	4	1	15	2	2	2	3	3	4	2	2	4	24	67
E09	5	4	4	4	2	1	4	5	29	1	4	4	1	4	2	16	3	3	4	3	4	4	3	4	5	33	78
E10	5	4	4	4	2	1	4	5	29	4	4	4	2	4	1	19	1	3	3	4	4	4	3	3	5	30	78
E11	5	4	5	4	4	1	4	5	32	1	4	4	2	4	4	19	2	4	2	4	4	4	4	4	4	32	83
E12	5	5	5	5	5	2	5	5	37	1	4	5	2	5	1	18	5	2	5	5	5	5	5	5	5	42	97
E13	5	5	5	2	5	5	5	5	37	2	5	4	1	5	1	18	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41	96
E14	4	5	4	2	4	4	4	5	32	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	104
E15	3	5	3	4	3	5	1	3	27	1	1	4	5	3	5	19	5	5	5	5	4	5	5	2	1	37	83
E16	2	2	4	2	5	5	2	5	27	2	5	3	1	2	1	14	4	1	4	3	5	3	1	5	4	30	71
E17	4	2	5	4	2	4	4	5	30	1	5	5	5	5	1	22	4	5	4	4	4	2	3	1	5	32	84
E18	4	2	4	4	4	5	4	2	29	2	4	5	5	5	4	25	4	5	5	4	5	4	5	5	5	42	96
E19	2	1	5	5	4	5	5	5	32	2	5	5	2	5	1	20	1	5	3	5	1	5	5	5	5	35	87
E20	2	2	4	2	5	5	2	5	27	1	5	3	1	2	1	13	4	1	4	3	5	3	1	5	4	30	70
E21	2	2	5	4	4	2	2	5	33	1	4	3	5	4	4	21	1	2	3	2	1	1	1	2	3	18	73
E22	2	5	5	1	3	3	2	4	32	1	1	1	1	2	3	21	5	2	5	1	1	3	1	4	4	17	70
E23	5	1	5	3	5	3	5	4	44	5	3	2	4	4	5	28	2	5	5	5	3	5	2	2	3	24	96
E24	4	3	1	3	2	2	3	4	37	5	2	4	1	3	4	24	1	1	4	4	5	5	4	1	5	20	81
E25	2	1	2	4	5	3	5	4	40	5	2	4	5	4	4	26	5	2	4	5	1	2	4	3	2	22	88
E26	2	5	2	4	5	4	4	4	40	5	4	3	3	3	1	26	1	5	3	1	2	5	2	4	5	22	87
E27	1	3	1	1	2	3	5	4	32	1	4	1	2	3	2	21	3	3	3	1	3	5	3	5	2	18	71
E28	1	5	1	1	1	4	2	3	32	5	1	2	3	4	1	21	1	3	3	4	2	4	2	4	4	18	71
E29	3	2	3	3	1	5	1	1	34	4	1	2	2	4	4	22	1	2	2	3	5	5	5	3	3	19	75
E30	3	5	4	4	4	4	5	5	37	3	2	3	2	3	2	24	1	3	1	3	2	1	2	5	5	20	82
E31	2	5	3	4	1	2	1	5	35	4	2	2	3	1	4	22	4	4	5	3	4	1	2	2	2	19	76
E32	2	4	4	3	3	5	3	3	38	4	3	1	4	5	1	24	3	3	4	5	3	2	2	1	5	21	83
E33	4	1	4	2	3	4	5	3	36	1	5	2	5	2	1	23	1	5	2	4	1	4	5	3	1	19	78
E34	4	4	3	1	3	5	3	2	38	1	5	1	3	4	5	24	4	4	3	5	1	4	3	3	2	21	83
E35	2	1	2	5	4	5	3	3	37	5	5	2	2	4	4	24	2	5	1	2	3	1	3	5	1	20	80
E36	1	1	1	5	5	1	2	4	28	2	2	2	1	3	1	18	4	1	1	3	2	5	1	3	1	15	62
E37	4	5	1	3	2	1	4	4	40	4	5	1	2	4	3	26	3	5	1	5	1	5	5	5	5	22	88
E38	3	2	1	3	4	1	5	3	37	2	5	4	2	4	1	24	5	3	4	3	2	2	4	5	2	20	80
E39	1	2	1	2	2	4	5	5	33	5	3	4	2	1	1	21	2	1	1	1	4	4	1	5	5	18	72
E40	4	5	2	2	2	5	3	3	40	5	5	1	4	5	3	26	1	1	4	1	4	5	5	2	5	22	87

E41	1	5	1	3	1	3	5	2	33	3	5	4	3	3	3	21	5	1	1	2	1	4	1	4	2	18	73
E42	4	1	3	5	3	4	4	3	40	5	4	3	4	3	1	26	5	1	5	4	4	1	3	3	4	22	87
E43	4	1	4	3	1	4	1	2	37	5	4	5	3	1	4	24	2	5	2	3	1	4	3	3	5	20	80
E44	3	2	5	3	2	5	5	3	36	2	3	5	3	3	1	23	3	4	5	2	1	1	2	3	2	19	78
E45	5	4	4	1	4	5	1	4	39	2	5	4	3	4	1	25	5	2	5	5	2	5	1	3	1	21	86
E46	3	4	2	1	3	1	2	1	33	1	1	4	2	2	3	21	5	4	3	1	5	4	1	5	4	18	72
E47	2	4	3	4	2	5	3	1	37	5	1	1	4	4	3	24	3	2	2	4	4	5	1	3	5	20	81
E48	2	5	3	2	1	1	4	4	35	3	2	1	4	5	4	23	5	3	3	2	3	4	2	3	1	19	77
E49	2	4	1	1	3	1	1	5	37	1	5	2	5	3	1	24	5	5	2	3	5	3	5	2	5	20	80
E50	1	2	4	4	5	4	1	3	39	5	5	5	1	4	5	25	5	1	2	1	3	2	5	3	4	21	85
E51	4	4	5	2	4	3	2	4	35	3	2	1	4	3	1	23	3	3	1	4	4	2	4	1	3	19	77
E52	2	5	3	4	5	4	5	3	40	4	1	5	5	4	1	26	5	3	1	2	4	1	4	1	5	22	87
E53	2	1	5	5	1	1	2	3	32	3	4	1	1	1	5	20	1	3	2	2	2	3	4	3	4	17	69
E54	5	1	4	2	5	4	2	5	37	4	3	5	1	1	4	24	5	1	3	3	4	4	1	1	3	20	81
E55	1	3	4	4	2	3	4	4	33	1	4	1	5	1	3	21	2	1	4	5	2	2	1	2	4	18	73
E56	4	4	4	3	4	1	5	3	39	5	4	5	4	4	1	25	3	3	2	4	2	5	2	1	2	21	85
E57	3	5	3	3	3	4	2	5	38	3	1	3	3	4	5	25	4	3	2	3	3	4	2	4	2	21	84
E58	4	2	4	5	1	5	4	2	44	4	3	4	4	4	5	28	3	5	5	4	5	4	1	3	5	24	96
E59	1	1	2	1	4	1	4	4	38	5	5	2	5	4	5	25	4	2	3	3	2	4	2	5	5	21	84
E60	3	2	5	3	1	2	1	2	31	3	4	3	2	3	4	20	4	2	1	4	1	3	1	2	1	17	67
E61	3	3	4	3	4	5	4	1	35	2	3	1	3	1	3	23	4	5	1	1	1	4	3	4	4	19	77
E62	1	2	4	3	2	2	4	3	35	3	2	2	3	2	2	22	5	4	4	4	2	3	4	2	3	19	76
E63	1	3	3	2	2	5	3	4	37	4	2	2	3	1	5	24	3	4	2	5	3	4	3	4	3	20	81
E64	3	1	4	1	4	1	1	5	30	4	2	3	2	2	3	19	1	5	1	2	2	1	2	2	4	16	66
E65	4	1	3	5	2	5	3	3	36	1	3	1	4	1	4	23	2	5	2	5	2	5	2	3	3	20	79
E66	5	2	2	2	5	2	2	5	35	4	4	2	1	2	2	22	1	5	4	3	3	2	4	1	3	19	76
E67	2	3	3	3	1	2	5	5	36	4	4	4	3	2	3	23	1	1	5	1	4	5	2	1	4	19	78
E68	3	5	1	2	3	4	3	5	40	3	1	5	1	5	3	26	2	2	4	4	4	3	5	4	5	22	87
E69	5	3	5	2	5	5	3	4	41	4	3	5	1	1	4	26	1	5	5	2	2	2	2	5	5	22	89
E70	3	5	5	2	3	3	3	1	36	4	2	3	5	2	3	23	2	4	4	1	1	4	3	5	1	20	79
E71	1	4	2	3	5	5	2	3	37	2	4	3	3	3	1	24	3	5	5	1	5	1	1	4	4	20	80
E72	2	1	1	3	5	5	1	4	37	3	3	3	4	4	5	24	1	2	5	4	4	4	2	4	2	20	82
E73	3	4	5	2	4	3	4	3	43	5	2	4	5	3	1	28	4	3	5	2	5	5	3	5	4	23	94
E74	1	5	2	3	5	4	3	2	32	1	1	5	3	2	2	21	1	2	3	2	1	5	4	2	2	18	71
E75	2	4	5	3	3	2	4	5	38	4	3	2	1	5	4	25	3	4	5	3	2	1	5	1	3	21	84
E76	4	4	3	2	2	3	2	1	37	3	2	4	3	3	5	24	3	3	5	1	5	4	3	1	5	20	81
E77	1	4	3	2	1	2	5	2	33	2	1	1	2	1	5	21	4	2	2	5	1	5	3	5	3	18	72
E78	1	4	1	2	5	2	4	1	29	1	2	4	1	1	3	19	4	1	2	2	5	1	1	5	1	16	64
E79	1	1	5	4	4	2	5	4	35	4	1	4	5	1	3	23	5	4	1	5	1	3	1	2	1	19	77
E80	1	5	2	3	5	2	5	5	37	1	4	3	4	5	4	24	2	2	2	4	1	1	3	2	4	20	80

E81	3	3	5	4	5	5	1	2	37	4	4	2	1	2	3	24	2	3	5	5	2	2	1	4	4	20	82
E82	4	2	4	2	3	1	1	3	32	4	2	1	3	5	3	21	3	3	1	3	4	2	3	1	3	18	71
E83	3	5	4	4	3	2	5	2	35	3	1	1	5	3	5	22	3	3	3	1	1	1	1	5	2	19	76
E84	2	2	3	4	3	1	4	1	33	2	1	2	2	2	1	21	3	5	4	5	5	1	1	4	4	18	72
E85	1	3	5	4	4	3	1	2	30	5	1	1	3	2	4	19	1	5	1	1	2	4	1	1	1	16	66
E86	1	4	4	4	4	2	3	3	36	4	2	2	3	1	3	23	1	3	1	2	5	2	5	5	5	20	79
E87	1	1	5	2	5	5	5	2	37	3	3	1	3	1	4	24	5	1	5	5	1	4	3	4	2	20	81
E88	1	3	4	4	1	2	4	2	41	5	2	5	5	5	2	26	4	5	5	5	2	3	5	4	2	22	90
E89	4	1	4	5	1	4	1	5	36	5	4	1	2	4	3	23	2	1	4	1	4	2	5	1	4	19	78
E90	4	3	2	1	2	1	2	2	33	3	1	3	4	4	4	21	1	4	1	1	4	3	4	4	4	18	72
E91	1	4	2	1	3	5	4	5	37	1	1	4	4	3	1	24	3	5	5	1	5	2	4	3	5	20	82
E92	3	4	3	4	1	2	5	5	39	5	3	4	1	1	2	25	5	1	3	5	2	2	5	5	5	21	86
E93	4	1	2	1	2	4	1	5	36	1	1	4	1	2	2	23	4	3	5	5	5	1	5	5	5	20	79
E94	3	3	2	4	5	4	1	2	37	4	4	3	1	4	3	24	4	3	5	1	2	3	4	4	2	20	81
E95	3	3	3	5	1	4	2	3	35	5	1	2	4	2	1	22	1	3	4	4	4	3	2	5	1	19	76
E96	5	2	5	1	5	5	5	3	39	3	3	1	5	3	2	25	5	4	3	3	3	1	4	2	3	21	86
E97	2	4	1	5	1	4	2	4	43	5	4	3	5	2	5	28	5	4	5	4	5	4	2	5	4	24	95
E98	3	4	2	4	5	4	1	2	35	1	5	4	3	1	4	22	3	1	4	3	5	1	2	1	3	19	76
E99	3	4	4	3	1	3	5	2	38	4	1	4	1	4	3	25	4	3	3	2	1	5	4	5	5	21	84
E100	4	2	2	2	2	1	4	3	37	5	4	4	2	3	4	24	3	4	3	4	2	2	4	5	2	20	81
E101	2	3	2	2	4	3	3	1	37	3	3	3	4	1	4	24	3	5	3	5	5	2	2	4	3	20	80
E102	4	4	5	3	4	3	2	4	43	2	1	4	1	3	2	27	5	2	5	5	5	5	5	4	23	93	
E103	3	5	3	3	1	5	4	4	35	3	1	2	3	4	5	23	2	2	3	5	1	3	1	2	2	19	77
E104	5	1	4	2	2	1	3	1	37	4	4	4	3	2	5	24	3	2	5	2	2	2	4	4	5	20	80
E105	3	1	2	2	2	1	1	2	33	5	4	1	3	4	4	21	2	1	2	5	3	5	3	2	4	18	72
E106	1	2	5	3	2	1	5	1	35	2	1	3	4	4	5	22	3	2	2	5	4	3	2	5	1	19	76
E107	2	5	4	1	3	5	1	4	36	3	1	4	1	3	2	23	2	3	5	3	4	2	3	4	3	19	78
E108	3	2	3	1	4	3	3	3	36	1	4	1	4	4	2	23	4	5	3	3	1	4	4	5	1	19	78
E109	1	4	5	1	3	1	5	5	39	5	4	5	5	4	4	25	4	1	2	2	2	4	3	1	4	21	85
E110	5	5	4	2	5	2	1	3	37	4	3	2	1	3	5	24	2	5	3	2	4	4	4	1	2	20	82
E111	5	1	2	4	2	2	4	4	36	1	3	3	5	5	1	23	5	3	1	4	2	4	4	2	2	20	79
E112	1	4	3	5	3	3	1	5	39	4	1	2	5	5	4	25	5	4	3	4	4	4	1	3	1	21	85
E113	1	1	3	1	3	3	2	4	37	5	1	4	3	3	1	24	4	5	5	4	3	5	2	3	5	20	81
E114	4	2	4	5	4	1	3	4	35	4	3	1	4	1	1	22	3	2	3	1	3	5	1	4	3	19	76
E115	5	3	3	2	1	1	5	5	40	1	5	2	4	1	5	26	4	2	4	5	5	5	4	2	3	22	87
E116	4	4	3	3	3	2	3	3	33	3	4	1	3	2	1	21	5	2	5	1	1	2	1	2	5	18	73
E117	5	1	1	5	2	5	2	3	32	1	3	4	4	1	2	20	1	3	1	2	2	4	1	1	5	17	69
E118	2	2	2	2	4	5	1	1	37	4	5	2	3	2	5	24	5	4	5	3	4	4	1	1	5	20	82
E119	3	4	3	4	1	2	1	4	34	5	2	3	2	4	2	22	4	2	1	1	2	4	1	5	5	19	75
E120	2	3	4	4	5	2	5	1	32	4	3	1	2	1	1	21	1	3	4	2	2	5	2	1	2	17	70

E121	4	2	2	1	2	5	4	1	38	1	5	4	3	2	4	24	5	5	2	1	1	5	5	5	4	21	83
E122	1	5	1	3	2	3	3	2	32	5	1	1	2	1	5	21	5	4	1	4	2	3	2	1	4	18	71
E123	3	4	5	5	5	2	4	5	39	4	4	2	1	1	4	25	1	3	3	4	3	3	4	2	3	21	85
E124	1	3	1	3	3	2	3	3	39	1	4	3	1	5	5	25	5	3	5	5	5	2	3	5	4	21	85
E125	2	4	2	5	1	2	5	5	40	5	3	1	2	3	4	26	4	5	1	5	4	3	3	5	3	22	87
E126	5	2	1	5	4	5	1	3	35	3	3	1	1	2	1	22	2	5	1	5	2	5	4	2	3	19	76
E127	1	5	3	3	1	5	5	3	37	4	3	4	4	4	5	24	4	1	1	1	4	2	3	2	3	20	81
E128	2	5	1	3	2	3	4	1	37	2	3	1	4	3	4	24	3	4	2	4	5	5	4	2	5	20	82
E129	5	2	5	2	4	2	1	4	41	1	4	5	1	4	1	26	4	5	5	2	4	4	5	5	4	22	89
E130	4	2	5	3	4	2	3	3	38	4	2	2	5	1	5	25	4	4	1	2	5	3	4	4	2	21	84
E131	3	5	4	2	2	4	3	4	41	3	3	4	5	5	4	26	3	2	2	5	5	5	2	1	3	22	89
E132	1	1	2	5	2	1	5	3	34	4	2	2	2	4	4	22	4	1	4	2	4	3	5	2	2	19	75
E133	5	3	5	2	1	5	1	4	40	3	4	5	2	3	4	26	5	3	2	5	4	5	4	1	2	22	88
E134	4	3	5	1	1	2	1	4	39	4	5	2	5	1	5	25	5	4	1	3	5	3	4	2	5	21	85
E135	4	1	1	1	1	3	4	3	32	3	5	3	2	4	3	21	3	2	1	5	1	4	1	3	2	17	70
E136	4	2	4	5	4	2	2	4	37	4	4	3	5	2	1	24	1	5	2	2	4	2	5	1	3	20	81
E137	3	2	3	1	2	4	2	3	32	3	2	1	5	1	1	21	5	4	2	3	3	2	3	5	1	18	71
E138	2	2	2	1	1	5	3	3	34	4	1	2	4	5	1	22	4	4	1	5	2	1	3	5	3	18	74
E139	4	4	4	1	3	2	1	2	32	3	2	5	2	4	3	21	1	2	1	4	2	3	2	1	4	17	70
E140	2	2	1	3	3	2	1	5	34	4	1	5	5	2	3	22	2	4	5	5	1	1	2	1	5	19	75
E141	5	1	2	5	4	2	2	2	33	1	3	3	4	3	2	21	2	4	1	2	4	1	1	5	4	18	73
E142	4	3	5	3	5	2	3	5	37	1	4	1	5	4	4	24	2	4	4	2	2	1	2	5	1	20	82
E143	5	3	2	4	4	1	3	2	38	4	2	1	5	5	5	24	3	1	3	4	5	4	1	4	2	21	83
E144	5	3	5	1	5	2	2	4	42	2	5	4	3	2	1	27	5	3	4	4	5	2	5	5	5	23	92
E145	1	3	5	1	2	5	1	2	37	4	3	5	3	4	2	24	4	5	2	3	3	3	4	3	4	20	82
E146	5	4	2	3	1	1	2	1	33	3	1	4	2	4	2	21	1	2	2	5	4	5	4	1	3	18	72
E147	2	3	4	5	4	5	4	5	38	2	2	1	4	2	3	25	4	4	5	2	3	2	5	2	1	21	84
E148	1	4	2	3	3	5	3	2	27	1	1	1	1	4	1	17	2	1	1	2	2	1	3	2	3	15	59
E149	2	2	3	3	5	5	1	2	35	2	5	2	1	2	4	22	4	1	5	2	2	4	3	4	2	19	76
E150	5	2	2	5	3	4	2	3	35	4	1	1	2	3	5	22	2	2	2	5	1	1	3	3	5	19	76
E151	3	2	4	4	4	2	3	5	39	4	5	5	5	4	1	25	2	3	4	1	3	4	1	5	2	21	86
E152	2	5	5	3	1	4	1	3	35	4	4	1	1	1	2	22	3	3	1	5	4	5	2	4	2	19	76
E153	1	2	4	5	2	5	4	2	39	4	4	5	4	2	5	25	4	5	2	2	1	2	5	5	1	21	86
E154	5	1	3	4	1	5	4	5	37	2	3	1	4	1	5	24	5	2	3	5	2	2	1	5	2	20	81
E155	3	4	5	1	3	1	5	3	37	5	2	4	5	3	1	24	1	4	5	1	2	1	3	3	5	20	80
E156	5	5	3	4	3	5	3	4	43	2	5	2	4	4	4	27	2	4	1	3	5	4	4	4	3	23	93
E157	1	3	2	1	3	5	4	1	36	4	2	3	4	4	5	23	5	3	2	2	1	4	3	4	2	19	78
E158	3	5	1	2	4	3	1	2	34	1	4	3	4	5	5	22	3	1	1	2	3	1	4	3	3	18	74
E159	1	2	1	4	5	3	4	4	38	2	1	3	4	2	3	25	3	4	4	4	5	3	2	5	5	21	84
E160	1	5	4	2	3	3	4	4	35	4	2	4	2	1	2	22	3	3	4	3	1	3	5	2	1	19	76

E161	5	4	1	1	4	3	4	3	34	3	5	1	3	5	2	22	1	2	3	4	3	1	5	1	1	19	75
E162	3	2	2	5	4	1	1	5	35	1	5	1	2	2	3	22	1	1	4	5	4	5	3	2	4	19	76
E163	2	4	1	5	5	2	4	2	35	1	5	1	1	4	4	22	1	5	5	2	2	5	1	1	3	19	76
E164	2	5	3	3	1	4	3	1	33	4	4	4	4	4	3	21	2	1	1	1	4	2	4	1	2	18	73
E165	3	1	3	3	4	4	4	2	42	2	3	3	5	5	3	27	3	4	3	3	5	4	4	5	5	23	91
E166	4	5	3	1	5	3	4	2	40	3	5	2	1	5	3	26	5	5	5	2	2	4	1	3	4	22	87
E167	2	1	1	2	1	5	1	1	33	3	3	1	1	4	4	21	5	3	4	3	1	5	3	4	4	18	72
E168	2	5	4	3	3	2	2	3	34	1	3	4	2	1	2	22	1	4	3	1	5	5	4	1	4	19	75
E169	5	1	2	5	5	3	3	3	37	1	5	2	1	1	1	24	5	5	4	2	3	5	4	1	4	20	81
E170	2	3	5	2	4	1	1	1	35	4	5	1	4	4	2	23	3	5	4	4	3	1	3	3	2	19	77
E171	5	1	3	2	2	2	5	3	31	3	4	1	3	4	2	20	1	1	1	2	2	4	2	2	2	17	67
E172	1	5	5	2	5	5	3	1	37	3	4	4	3	5	1	24	2	2	3	4	1	4	3	3	3	20	82
E173	5	1	3	1	5	2	2	2	34	5	2	1	3	3	1	22	5	5	4	4	1	1	2	4	3	19	75
E174	5	3	2	1	1	3	3	2	36	3	5	3	5	2	1	23	2	2	5	4	5	3	2	4	2	19	78
E175	2	5	2	3	4	4	4	5	39	2	4	1	5	1	5	25	5	1	5	2	1	1	5	5	4	21	86
E176	4	2	5	5	3	4	2	2	40	3	4	2	3	1	4	26	1	5	5	4	2	4	5	3	5	22	88
E177	3	3	5	1	4	3	3	3	41	4	5	5	3	4	4	26	2	3	1	4	4	5	5	1	4	22	89
E178	4	3	3	2	4	5	3	3	34	2	3	4	1	1	4	22	1	3	2	5	3	3	1	2	2	18	74
E179	1	4	3	5	4	2	2	5	37	1	4	5	3	4	4	24	1	3	4	3	4	1	1	3	4	20	81
E180	2	3	5	4	5	1	3	2	34	1	2	1	5	5	2	22	2	2	3	2	4	5	3	2	1	19	75
E181	5	3	4	4	3	1	4	3	37	1	4	4	2	5	5	24	1	2	1	3	1	4	2	5	3	20	80
E182	5	1	4	4	2	3	3	4	36	5	3	2	4	1	2	23	3	1	1	1	5	3	5	3	4	20	79
E183	1	5	3	5	5	5	3	2	37	5	2	3	1	4	4	24	3	3	1	2	2	5	4	2	1	20	81
E184	4	5	2	3	4	4	2	2	33	1	2	3	3	4	3	21	3	1	1	2	5	1	4	1	3	18	73
E185	1	4	3	2	5	4	5	3	40	5	5	4	3	2	3	26	2	3	2	5	3	3	4	5	2	22	88
E186	3	3	4	2	3	5	1	3	35	4	4	3	1	3	2	22	1	4	3	2	1	2	2	5	5	19	76
E187	3	4	2	2	2	1	1	4	36	5	1	4	4	2	5	23	4	5	2	1	4	3	3	4	3	20	79
E188	3	1	2	3	2	3	3	2	33	1	2	5	4	3	2	21	4	2	2	1	4	5	1	5	3	18	73
E189	2	2	3	1	2	4	1	1	35	4	3	5	3	5	3	22	5	2	1	3	5	2	4	1	4	19	76
E190	1	2	3	4	1	5	4	5	36	2	2	1	3	3	1	23	5	3	5	3	2	5	2	2	4	19	78
E191	2	3	5	1	3	4	1	1	33	1	5	1	2	1	2	21	2	3	4	5	2	4	5	2	3	18	72
E192	5	1	3	3	3	4	1	5	41	4	1	3	5	4	3	26	5	5	5	4	4	5	3	2	1	22	89
E193	2	4	2	5	4	1	2	4	32	2	2	2	3	2	1	21	3	2	5	1	1	4	2	1	5	17	70
E194	5	1	2	1	3	5	3	2	37	2	2	4	1	4	3	24	5	5	3	5	5	2	5	3	1	20	82
E195	2	2	2	1	1	4	5	3	34	2	5	3	2	3	4	22	1	2	2	5	5	2	1	3	4	18	74
E196	2	2	4	4	5	2	5	5	36	2	2	3	2	4	1	23	4	4	1	3	2	1	5	3	2	19	78
E197	5	1	2	2	4	5	3	4	34	1	4	3	1	1	5	22	1	4	1	3	1	3	2	3	5	18	74
E198	3	2	3	3	4	2	4	1	33	2	4	1	2	1	4	21	2	1	5	1	3	3	5	3	3	18	72
E199	4	2	5	1	2	4	2	5	40	4	5	5	4	3	2	26	2	5	3	3	5	3	2	5	1	22	87
E200	1	3	4	2	2	3	5	5	36	5	4	3	1	2	2	23	1	5	3	2	5	3	3	1	3	19	78

Anexo 8

Matriz general de datos de la variable: elementos de los agronegocios.

Encuestados	Dimensión: Tecnología							Dimensión: Manejo de Información							Dimensión: Personal Capacitado							TOTAL							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	V2D1	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	V2D2	P17	P18	P19		P20	P21	P22	P23	P24	P25	V2D3
E01	2	4	3	2	4	1	1	17	4	4	3	5	1	4	1	5	2	29	4	1	4	1	1	2	1	1	1	16	62
E02	4	4	4	5	4	1	3	25	4	4	3	5	3	5	1	4	3	32	4	2	4	4	2	4	2	1	2	25	82
E03	3	4	3	5	4	2	3	24	5	5	3	5	3	5	4	4	5	39	5	2	4	4	1	3	2	2	2	25	88
E04	4	4	3	3	5	5	3	27	5	5	5	5	4	5	5	5	3	42	5	5	5	1	5	5	3	4	1	34	103
E05	4	4	3	5	4	4	3	27	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	5	4	5	4	5	4	4	3	3	37	102
E06	4	4	3	5	4	4	2	26	5	5	4	4	3	4	4	4	4	37	4	4	4	1	4	4	3	1	1	26	89
E07	3	4	3	5	3	3	3	24	4	5	3	4	3	4	4	3	3	33	4	3	4	5	5	5	3	2	2	33	90
E08	4	4	2	4	3	2	2	21	4	3	2	2	1	3	3	1	3	22	3	1	3	3	2	3	3	1	1	20	63
E09	3	4	2	5	3	3	1	21	4	4	1	4	1	1	3	2	2	22	3	2	4	4	2	4	1	1	1	22	65
E10	3	4	2	5	2	2	2	20	4	4	1	1	1	1	4	2	2	20	2	2	4	2	2	2	2	2	2	20	60
E11	1	1	1	4	2	2	2	13	4	4	1	4	1	1	1	1	1	18	3	1	4	1	4	4	1	1	1	20	51
E12	2	2	4	5	5	3	4	25	5	5	1	4	1	5	2	4	5	32	1	4	1	1	1	5	2	1	2	18	75
E13	2	3	2	5	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	2	5	1	1	1	1	1	2	18	90
E14	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43	4	5	5	1	1	5	1	1	1	24	102
E15	2	3	4	2	2	1	1	15	3	2	3	4	1	3	1	1	3	21	5	5	4	3	1	2	2	3	2	27	63
E16	1	1	1	3	1	1	5	13	5	5	5	5	1	4	1	1	5	32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	54
E17	2	4	1	2	5	1	4	19	4	5	2	4	2	4	1	4	4	30	5	1	5	5	5	3	1	3	2	30	79
E18	4	4	3	3	5	5	3	27	5	5	5	5	4	5	5	5	3	42	5	5	5	1	5	5	3	4	1	34	103
E19	5	3	3	5	4	1	1	22	5	1	4	5	1	1	1	1	1	20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	51
E20	1	1	1	3	1	1	5	13	5	5	5	5	1	4	1	1	5	32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	54
E21	2	2	1	3	3	5	5	16	3	4	2	4	2	2	3	1	1	27	3	2	4	2	2	2	3	1	1	39	82
E22	1	4	5	4	5	5	2	15	3	5	2	1	4	3	5	4	4	26	4	3	3	4	4	1	4	2	1	37	78
E23	1	1	2	1	2	1	1	30	5	3	2	1	2	1	4	3	3	36	1	3	2	2	1	2	4	4	5	42	108
E24	2	4	5	5	1	2	3	25	2	3	2	1	5	1	4	3	4	30	5	4	4	3	4	1	4	5	2	35	91
E25	5	5	5	5	2	4	5	30	4	4	5	3	3	1	3	3	3	33	3	3	4	1	2	3	1	2	2	36	99
E26	4	1	4	2	2	5	2	27	2	5	1	2	4	1	1	1	3	32	4	1	4	2	5	3	3	3	2	38	97
E27	4	1	5	2	2	5	3	23	1	3	2	5	1	1	5	3	5	27	5	5	3	5	1	2	1	2	2	30	80
E28	5	1	2	3	1	1	2	15	5	3	1	5	1	2	4	4	4	27	1	4	4	5	2	3	5	3	4	38	80
E29	5	1	1	5	3	3	3	16	1	5	5	4	3	1	4	3	1	28	4	2	1	3	2	5	4	1	3	40	84
E30	5	4	5	1	2	4	5	23	5	1	1	1	3	1	5	5	4	31	4	4	1	5	4	3	1	3	4	38	92
E31	3	2	3	4	5	4	2	16	5	2	5	5	4	5	3	5	1	28	5	3	2	4	5	4	1	4	1	40	85
E32	5	1	3	2	2	1	3	24	3	4	5	2	5	4	1	2	3	31	3	2	3	5	4	5	5	5	3	38	93
E33	4	5	1	4	4	4	4	24	2	1	5	3	1	2	5	3	3	29	5	3	5	2	3	4	3	1	5	34	87
E34	1	4	2	5	5	4	3	22	1	4	1	4	1	3	4	5	5	31	3	5	5	1	3	1	3	5	5	40	93
E35	2	5	2	2	1	2	4	21	5	3	4	4	3	4	5	4	5	30	3	1	4	2	3	3	4	3	1	39	90
E36	3	4	2	1	2	4	5	13	3	1	2	4	3	2	2	5	1	23	3	3	5	4	2	1	1	1	5	33	69
E37	5	3	5	1	5	2	4	23	5	4	4	5	5	4	4	3	1	34	3	5	2	5	1	5	1	1	1	42	99
E38	3	5	1	3	4	1	1	19	5	4	3	3	2	2	5	3	3	31	4	1	3	1	1	2	1	2	4	40	90
E39	5	1	5	5	1	4	3	15	2	3	4	2	3	1	5	2	4	28	5	3	2	3	3	5	1	1	3	37	81
E40	2	3	3	4	2	1	1	21	4	2	5	5	5	2	4	4	4	34	2	2	1	3	1	1	3	4	4	43	97

E41	2	4	3	4	4	2	2	16	5	2	3	3	2	4	2	2	4	28	5	4	5	3	2	3	2	3	1	38	82
E42	5	1	1	4	1	5	5	21	4	3	3	5	5	5	1	3	3	34	5	5	4	3	5	5	3	4	4	43	97
E43	3	5	2	3	1	3	4	23	3	3	4	1	2	5	2	3	1	31	5	1	5	3	3	3	5	5	5	36	90
E44	2	4	2	3	2	1	2	17	5	2	5	3	3	4	1	4	5	30	2	2	4	1	4	1	5	3	1	41	87
E45	4	3	3	2	3	4	3	20	3	2	3	5	3	1	2	4	3	33	2	1	2	5	2	1	2	2	4	43	96
E46	2	5	5	5	4	5	4	15	2	3	5	4	1	4	2	5	4	28	4	5	3	5	1	1	3	2	4	37	81
E47	1	2	3	4	4	1	1	17	1	3	1	4	2	5	2	2	2	31	4	4	5	1	5	3	3	1	2	42	91
E48	1	1	2	1	5	4	3	16	5	2	5	1	5	2	4	1	4	30	4	4	5	1	2	4	4	4	5	40	86
E49	5	1	2	4	2	5	3	17	2	3	5	4	5	1	5	2	4	31	3	5	1	1	5	1	5	3	4	42	90
E50	4	1	4	3	2	2	1	20	5	4	1	1	5	3	2	4	3	33	5	2	3	5	3	5	1	2	2	42	95
E51	3	5	5	4	2	3	4	16	2	4	4	4	2	4	4	5	3	30	4	3	4	1	4	5	4	2	2	40	86
E52	2	1	4	1	1	2	5	21	1	4	5	5	2	1	3	1	3	34	4	2	3	4	3	4	2	5	4	43	97
E53	3	5	3	1	4	1	1	15	2	2	2	3	4	5	5	5	4	27	5	2	3	4	4	1	4	1	5	36	77
E54	4	2	1	5	4	5	1	17	5	4	1	5	2	2	1	4	5	31	1	5	5	1	3	3	5	5	2	42	91
E55	2	2	3	5	2	1	1	16	4	5	4	2	5	2	4	4	4	28	2	4	1	2	4	4	2	5	4	38	82
E56	1	2	4	4	2	4	4	20	2	5	2	3	1	4	5	2	4	33	3	3	4	1	3	3	3	2	1	42	95
E57	5	1	1	3	5	3	4	21	2	2	4	2	5	3	3	1	4	32	3	4	5	2	4	5	5	3	5	41	94
E58	4	4	4	5	4	3	1	29	2	1	3	4	4	4	4	2	3	37	4	2	5	5	5	4	1	2	3	41	108
E59	1	2	5	1	1	5	3	19	1	3	4	4	4	3	4	2	5	32	5	2	5	3	3	2	5	1	2	43	94
E60	2	3	4	1	4	3	5	14	4	1	4	2	2	3	3	1	3	26	4	2	4	5	3	4	4	3	3	35	75
E61	2	2	2	1	5	3	1	16	5	4	5	2	4	2	5	1	2	30	3	5	3	5	1	1	4	4	4	40	86
E62	1	5	3	3	4	4	3	16	5	1	1	3	4	3	1	1	4	29	4	4	5	3	3	2	5	2	5	39	85
E63	3	1	3	1	5	4	1	17	1	5	3	3	2	5	4	4	3	31	4	3	1	1	3	2	3	3	5	42	91
E64	3	3	5	1	3	4	3	14	4	3	3	3	5	3	3	5	5	25	2	1	2	2	3	5	3	3	3	34	74
E65	4	3	1	3	5	1	4	17	3	4	5	2	4	1	2	5	5	31	4	1	2	4	5	2	3	1	2	41	88
E66	3	2	2	2	1	3	3	16	2	1	3	2	3	5	2	2	5	29	1	1	3	4	1	5	4	5	1	39	85
E67	3	3	2	2	5	4	1	17	5	4	1	2	1	1	1	5	3	30	2	4	5	3	3	1	4	1	4	41	87
E68	1	5	5	2	2	2	3	21	2	1	4	3	2	3	5	4	4	34	5	2	2	2	1	5	4	1	5	43	97
E69	2	2	1	5	4	1	5	24	1	5	2	2	4	5	2	3	2	34	1	2	1	1	4	2	4	2	4	41	100
E70	5	3	2	5	4	2	4	17	2	3	1	5	1	1	2	3	1	31	5	3	1	1	2	3	3	2	4	41	88
E71	2	3	1	2	4	1	5	17	4	3	4	3	2	5	4	4	1	31	4	3	1	4	5	5	5	5	3	42	90
E72	5	3	3	4	1	5	1	18	5	3	4	2	5	1	3	4	4	32	4	5	2	2	2	3	2	3	1	43	92
E73	2	4	3	2	3	4	3	20	1	2	2	3	3	1	3	2	4	42	5	4	3	4	5	5	4	3	4	43	105
E74	5	2	3	3	3	5	2	15	1	4	2	5	2	5	5	2	4	27	1	2	3	1	4	2	1	1	4	37	80
E75	3	1	5	4	4	2	3	24	4	3	3	1	3	3	4	3	3	35	4	4	5	1	4	4	3	4	5	35	94
E76	4	5	4	1	3	4	5	17	3	4	3	2	5	2	5	2	1	34	3	5	1	3	3	4	4	2	1	40	91
E77	2	3	3	4	2	3	3	15	4	4	4	2	3	4	2	3	3	30	5	5	3	2	1	4	3	5	5	35	81
E78	5	5	4	1	1	4	4	14	2	2	4	3	3	4	2	5	3	27	4	1	4	1	1	1	5	2	4	31	72
E79	3	4	2	3	4	4	1	16	5	4	2	5	2	2	4	5	2	32	3	2	3	3	5	3	5	4	5	38	86
E80	2	1	2	3	3	4	4	17	4	2	5	1	1	1	5	5	4	33	1	4	3	2	2	5	4	1	2	39	90
E81	4	3	3	2	5	1	1	18	2	2	3	1	2	3	4	3	3	34	4	2	1	2	4	2	5	1	3	40	92
E82	3	4	4	4	2	5	5	15	2	2	4	5	3	3	1	5	5	29	2	5	3	2	4	1	4	5	3	35	80
E83	5	5	3	1	3	3	2	16	5	2	4	1	4	1	4	3	5	32	2	5	3	3	5	2	4	3	5	37	85
E84	5	1	4	1	5	3	2	15	5	4	4	3	3	1	2	5	4	30	4	1	5	4	1	3	1	2	1	35	81
E85	4	5	2	2	5	3	4	14	5	2	5	3	4	1	2	4	3	27	4	4	3	5	3	1	3	2	1	32	74
E86	2	1	3	3	1	4	5	17	5	1	4	5	4	3	3	5	4	33	5	5	5	1	1	3	5	5	4	39	88
E87	4	2	2	3	3	4	5	17	2	1	3	2	5	3	4	3	4	34	2	2	2	4	2	2	2	5	1	40	91
E88	5	5	4	2	2	3	4	28	1	1	5	4	2	2	2	5	2	37	3	2	2	5	5	2	1	4	2	35	101
E89	5	2	3	3	3	2	1	17	4	1	3	2	5	3	4	5	3	32	3	3	3	1	2	5	5	2	5	38	87
E90	4	3	1	5	2	3	1	15	1	2	4	2	4	4	3	3	5	30	2	4	1	4	3	3	1	2	4	35	81

E81	4	3	3	2	5	1	1	18	2	2	3	1	2	3	4	3	3	34	4	2	1	2	4	2	5	1	3	40	92
E82	3	4	4	4	2	5	5	15	2	2	4	5	3	3	1	5	5	29	2	5	3	2	4	1	4	5	3	35	80
E83	5	5	3	1	3	3	2	16	5	2	4	1	4	1	4	3	5	32	2	5	3	3	5	2	4	3	5	37	85
E84	5	1	4	1	5	3	2	15	5	4	4	3	3	1	2	5	4	30	4	1	5	4	1	3	1	2	1	35	81
E85	4	5	2	2	5	3	4	14	5	2	5	3	4	1	2	4	3	27	4	4	3	5	3	1	3	2	1	32	74
E86	2	1	3	3	1	4	5	17	5	1	4	5	4	3	3	5	4	33	5	5	5	1	1	3	5	5	4	39	88
E87	4	2	2	3	3	4	5	17	2	1	3	2	5	3	4	3	4	34	2	2	2	4	2	2	2	5	1	40	91
E88	5	5	4	2	2	3	4	28	1	1	5	4	2	2	2	5	2	37	3	2	2	5	5	2	1	4	2	35	101
E89	5	2	3	3	3	2	1	17	4	1	3	2	5	3	4	5	3	32	3	3	3	1	2	5	5	2	5	38	87
E90	4	3	1	5	2	3	1	15	1	2	4	2	4	4	3	3	5	30	2	4	1	4	3	3	1	2	4	35	81
E91	4	1	3	3	1	2	3	19	2	1	5	5	3	2	3	2	4	34	3	3	2	2	4	2	4	3	2	39	92
E92	3	3	1	2	2	1	1	20	1	3	2	2	5	3	2	2	1	36	5	3	5	5	2	2	1	1	4	41	96
E93	5	4	2	5	4	2	4	17	2	5	2	2	4	3	2	4	2	33	3	5	3	4	1	3	1	3	5	39	88
E94	1	2	4	5	1	2	1	17	3	3	2	2	2	4	1	2	5	34	4	1	2	1	3	1	2	5	1	40	91
E95	5	5	1	1	1	5	3	16	5	5	3	2	4	4	1	1	4	32	2	1	1	5	5	4	4	5	4	37	85
E96	2	5	3	5	1	1	3	20	2	1	1	1	2	4	2	3	1	36	3	4	3	1	5	4	1	4	4	41	96
E97	2	1	3	1	5	1	5	20	5	2	4	3	5	4	4	3	5	43	4	4	1	4	3	5	4	2	3	44	106
E98	1	5	3	1	4	4	2	16	3	3	2	1	4	4	2	5	4	32	2	4	3	1	2	3	2	3	5	37	85
E99	2	1	3	1	5	1	4	18	5	2	4	3	5	1	1	5	1	35	3	4	2	2	4	1	2	5	2	41	94
E100	1	2	4	3	4	2	2	17	4	4	2	4	5	2	4	2	5	34	5	1	3	3	5	1	5	1	2	40	91
E101	1	1	5	5	1	5	2	17	4	3	2	3	3	5	5	4	2	30	3	2	1	3	2	2	5	4	4	43	90
E102	1	1	4	5	1	4	2	20	1	3	4	1	1	5	2	3	2	43	5	3	4	1	5	5	3	1	1	42	104
E103	3	3	5	3	2	5	3	16	5	2	1	1	4	4	5	1	5	29	2	4	2	2	5	5	2	2	2	41	86
E104	4	1	3	1	2	1	3	17	5	2	2	1	3	5	4	3	4	30	2	2	1	3	5	4	2	4	5	43	90
E105	4	3	4	3	5	5	1	15	5	4	1	5	5	5	1	1	5	27	5	3	5	5	1	1	5	2	4	38	81
E106	3	5	5	4	3	1	3	16	3	5	1	2	3	2	3	1	2	28	1	1	2	3	3	1	4	5	3	40	85
E107	2	1	2	3	5	2	5	17	3	2	1	4	4	4	5	5	4	29	2	4	5	2	2	5	3	2	3	42	87
E108	1	2	4	1	3	3	5	17	2	2	4	3	1	2	1	3	4	29	5	4	2	2	1	5	3	4	5	42	87
E109	5	3	5	3	2	4	3	18	1	1	4	3	4	5	4	4	4	34	3	5	4	4	1	3	2	2	4	43	95
E110	2	4	1	3	1	5	3	18	2	5	2	5	2	5	3	2	5	33	4	4	3	1	3	5	3	3	1	41	92
E111	2	2	2	3	5	5	5	17	2	3	1	3	5	3	4	4	4	32	2	5	4	3	2	4	2	5	4	40	88
E112	2	4	2	1	4	2	2	18	4	1	1	5	3	5	5	5	2	34	1	1	3	5	4	3	3	5	1	43	95
E113	3	2	5	4	4	5	3	17	5	2	2	4	2	4	2	3	2	32	3	2	4	3	2	5	5	5	2	41	91
E114	4	1	1	5	2	4	3	16	2	4	1	5	3	5	3	1	3	30	4	1	2	5	5	3	1	4	5	38	85
E115	1	3	3	4	1	5	3	19	1	5	5	5	4	1	1	4	2	35	5	5	1	5	2	3	2	4	2	44	97
E116	5	3	5	5	3	2	5	16	3	2	5	4	1	4	1	4	4	29	3	3	1	5	4	3	1	2	4	37	82
E117	5	2	5	5	1	5	4	15	5	1	5	1	5	2	3	4	3	28	1	3	2	1	5	5	4	2	5	35	77
E118	2	4	5	3	3	1	4	18	4	3	5	4	5	2	2	1	3	33	2	2	1	3	3	4	1	4	3	41	92
E119	4	2	3	3	2	4	4	16	2	2	1	4	2	5	2	1	5	30	2	4	1	1	3	1	4	5	1	38	84
E120	2	4	3	3	1	3	2	15	2	5	5	4	1	3	5	2	2	28	3	3	3	4	5	1	1	3	1	35	78

E121	4	1	4	1	2	1	4	18	3	3	2	4	1	4	5	4	2	33	5	5	4	5	4	1	3	5	1	42	93	
E122	2	5	5	1	5	3	4	15	1	4	1	2	4	3	5	4	1	28	5	1	2	3	2	2	4	2	2	36	80	
E123	1	5	4	4	5	2	1	18	1	3	2	1	2	5	1	4	5	34	2	4	3	5	1	2	4	4	2	43	95	
E124	1	5	5	3	2	5	4	18	4	2	4	3	5	4	3	2	5	34	4	1	2	2	2	5	5	1	2	43	95	
E125	3	1	1	5	3	2	1	19	4	5	1	2	3	5	1	4	3	35	1	4	1	2	1	5	3	4	4	44	97	
E126	5	5	2	2	2	2	2	16	1	2	5	2	4	2	3	3	5	30	3	3	5	3	1	1	4	5	5	38	85	
E127	5	1	5	1	1	2	1	17	3	5	3	1	4	1	3	4	2	32	3	1	5	5	1	5	3	5	2	41	91	
E128	5	4	4	1	4	1	3	18	2	2	2	5	5	4	5	1	5	33	2	2	5	1	2	3	2	3	3	41	92	
E129	4	5	3	5	2	4	2	19	1	1	4	3	3	4	5	2	1	38	3	5	1	5	5	3	4	4	1	43	100	
E130	5	3	5	2	5	2	2	18	3	2	5	1	2	4	2	5	4	34	1	5	1	1	3	2	4	3	3	42	94	
E131	4	2	3	4	2	3	1	19	1	5	3	2	4	2	5	2	3	37	1	3	2	5	3	3	5	4	4	44	100	
E132	2	5	3	1	4	3	4	18	3	3	5	1	3	3	2	2	3	30	4	1	2	2	4	1	5	5	1	36	84	
E133	4	5	2	3	5	1	3	21	4	3	3	1	5	3	4	4	2	35	4	5	1	4	1	4	1	4	3	42	99	
E134	1	5	3	1	2	4	2	21	2	2	5	2	4	4	2	3	2	34	1	2	5	2	2	1	4	5	2	41	95	
E135	5	3	4	3	4	3	2	17	3	1	1	5	4	3	1	5	5	28	4	2	5	5	4	2	2	1	5	33	78	
E136	2	3	5	1	3	5	4	20	1	4	5	5	3	3	5	3	1	32	1	3	2	2	3	2	2	4	3	39	91	
E137	1	1	5	1	1	3	3	17	4	5	3	1	4	3	5	5	1	28	2	1	5	5	4	4	4	3	3	34	80	
E138	1	3	1	4	4	4	3	18	1	4	3	1	3	5	4	3	2	30	1	5	4	1	4	1	5	4	1	35	83	
E139	5	1	5	5	4	1	3	17	5	2	4	3	2	5	5	5	1	28	3	5	4	3	5	5	5	5	1	33	78	
E140	4	3	5	4	5	5	3	18	5	4	5	5	1	4	4	1	3	30	1	5	1	1	3	4	3	5	5	36	84	
E141	3	3	3	3	1	5	3	18	5	3	4	3	3	4	3	1	2	29	4	2	2	3	4	2	1	1	2	35	82	
E142	3	5	1	4	5	4	2	20	4	3	2	2	3	5	4	3	5	33	2	4	2	2	4	2	5	4	2	39	92	
E143	5	4	4	5	3	3	3	20	3	1	2	2	1	1	5	5	5	33	4	2	2	1	1	2	1	5	2	40	93	
E144	3	5	4	5	4	4	4	22	2	2	4	2	4	2	4	4	2	37	2	2	2	4	1	3	3	5	3	44	103	
E145	3	3	5	3	2	5	1	20	4	2	3	5	4	1	4	4	2	33	5	2	1	1	1	2	1	1	3	39	92	
E146	2	4	5	3	4	3	1	17	1	3	4	3	4	5	3	5	3	29	1	4	2	4	4	4	2	1	2	34	81	
E147	2	3	3	3	2	5	5	20	2	3	4	2	3	4	5	3	4	34	3	4	1	5	5	2	5	1	4	40	94	
E148	1	1	1	3	5	1	5	14	1	2	4	2	5	3	2	5	2	24	5	5	2	1	5	2	1	5	1	28	66	
E149	2	5	4	1	4	4	3	18	1	2	1	4	1	1	1	2	1	30	2	4	2	2	1	5	2	1	3	36	85	
E150	5	3	2	3	2	2	5	18	1	2	5	1	2	5	5	1	5	30	2	4	5	2	3	4	3	4	1	36	85	
E151	4	5	2	5	5	4	2	21	4	4	4	1	5	3	4	2	2	34	1	4	1	1	4	5	4	1	3	41	96	
E152	2	1	4	3	2	4	5	18	1	3	3	5	4	4	2	3	5	30	1	5	3	4	4	4	4	5	3	5	36	85
E153	5	2	3	4	1	4	3	21	1	4	3	2	1	4	4	1	1	34	3	2	2	4	5	5	1	5	5	41	96	
E154	1	2	2	2	4	2	5	20	5	3	5	4	5	1	4	2	4	32	5	2	5	3	5	2	5	4	5	39	91	
E155	4	4	1	1	4	2	4	19	5	5	5	5	2	5	1	1	4	32	1	1	4	3	1	5	4	5	2	38	90	
E156	4	1	3	2	2	1	3	22	4	2	3	3	5	3	2	4	3	37	3	3	2	2	4	5	5	4	3	44	104	
E157	2	2	3	4	1	1	3	19	5	4	3	3	2	3	2	1	5	31	5	1	4	5	3	4	3	5	4	37	87	
E158	5	4	4	4	4	1	2	18	5	2	3	3	5	4	4	4	3	30	3	4	3	1	1	1	4	1	4	35	83	
E159	1	1	2	3	5	2	4	20	4	2	4	2	3	3	1	3	5	34	2	3	2	2	1	3	4	2	2	40	94	
E160	4	4	5	1	3	5	4	18	5	4	4	1	1	3	1	1	1	30	3	3	5	5	2	3	1	5	2	36	85	

E161	5	1	2	2	1	2	2	18	3	5	1	1	2	2	5	5	5	30	3	5	4	3	3	1	1	5	3	36	84	
E162	2	1	5	4	4	4	1	18	3	3	4	2	5	4	3	5	4	30	4	1	5	4	4	4	3	3	1	36	85	
E163	2	3	1	3	5	2	1	18	1	5	2	2	5	1	4	5	4	30	2	1	4	4	1	3	1	2	3	36	85	
E164	1	2	3	1	4	4	1	18	1	3	5	1	2	2	5	1	1	29	5	2	3	4	3	2	4	5	5	35	82	
E165	4	3	1	5	1	4	5	22	4	1	2	1	5	3	1	2	2	36	4	3	5	2	5	2	2	5	4	44	102	
E166	4	4	3	2	4	2	5	21	3	5	1	5	1	5	4	3	5	35	4	5	2	5	4	5	5	4	3	42	97	
E167	1	2	4	2	1	5	1	17	5	5	5	3	4	4	5	3	5	29	5	4	4	2	5	1	5	2	1	34	81	
E168	4	4	4	5	3	4	4	18	1	4	2	3	4	4	2	3	3	30	5	4	5	4	5	1	4	5	5	36	84	
E169	1	3	4	4	5	5	4	20	1	1	5	3	2	4	5	1	4	32	4	3	1	5	4	4	1	4	5	39	91	
E170	4	1	3	1	3	5	1	19	2	2	1	5	3	2	5	1	5	31	4	4	4	2	2	5	2	3	5	37	86	
E171	3	3	3	1	5	2	5	16	5	2	2	5	3	5	2	5	2	27	5	4	4	5	4	2	4	3	3	32	75	
E172	2	3	5	4	1	1	2	20	5	2	3	3	3	4	4	5	3	33	1	3	2	1	2	5	4	2	4	39	92	
E173	1	1	2	1	2	3	4	18	4	5	2	2	3	2	5	4	1	30	2	5	5	1	2	5	4	3	4	36	84	
E174	2	4	5	1	2	4	3	19	3	1	1	5	1	1	2	1	5	31	1	1	4	5	5	4	3	3	1	37	87	
E175	2	2	3	5	3	4	3	21	1	3	5	2	2	4	3	1	4	34	3	1	2	2	5	2	1	4	5	41	96	
E176	4	3	3	1	1	1	5	21	1	1	1	4	1	5	5	1	4	35	5	5	3	3	5	1	4	2	2	42	99	
E177	4	2	3	2	2	4	4	22	1	4	1	4	2	3	3	1	1	36	3	1	5	5	2	1	3	5	4	43	100	
E178	3	3	2	3	2	5	4	18	3	5	1	5	4	3	5	5	2	30	4	4	1	2	4	5	2	3	5	1	35	83
E179	4	1	4	4	5	2	2	20	5	5	2	4	2	5	4	3	3	32	2	1	3	4	3	1	5	4	4	39	91	
E180	2	5	2	3	1	1	5	18	5	1	2	4	3	4	1	3	4	30	5	4	3	5	5	4	5	3	4	36	84	
E181	4	3	5	1	1	1	2	19	5	2	2	5	2	4	4	5	5	32	3	4	1	5	5	3	3	3	5	38	90	
E182	3	1	2	4	5	2	1	19	1	1	5	1	3	3	4	3	5	32	3	5	2	2	4	2	5	5	4	38	88	
E183	1	4	5	2	3	5	5	20	3	1	1	3	2	3	4	4	4	32	2	1	3	4	4	1	1	2	5	39	91	
E184	3	1	4	4	5	3	2	18	4	2	1	3	2	1	3	4	4	29	4	2	5	3	3	2	3	3	5	35	82	
E185	1	4	4	2	4	4	5	21	5	3	2	1	1	4	5	2	4	35	5	4	4	3	3	5	1	5	5	42	99	
E186	1	2	3	1	1	3	2	18	1	3	2	5	3	4	5	2	3	30	1	1	4	1	2	5	5	3	4	36	85	
E187	2	4	4	5	2	3	1	19	5	2	5	5	2	1	1	2	1	32	4	2	3	4	2	4	2	5	1	38	88	
E188	1	1	3	4	2	5	2	18	1	1	3	5	1	1	1	2	5	29	3	2	1	3	4	4	3	2	3	35	82	
E189	4	1	3	3	5	5	4	18	5	2	4	4	5	2	5	3	3	30	2	3	3	4	2	5	4	1	2	36	85	
E190	5	5	1	2	5	2	3	19	1	2	5	2	1	5	5	3	1	31	5	3	3	2	1	5	1	5	4	37	87	
E191	4	5	1	5	5	5	3	17	2	1	2	1	3	2	5	1	5	29	3	1	5	4	4	2	1	3	4	34	81	
E192	3	1	2	4	5	2	1	22	5	3	2	3	4	5	2	4	1	36	1	5	5	3	4	5	1	1	2	43	100	
E193	3	3	5	2	5	3	2	17	2	1	2	4	1	5	4	4	1	28	5	5	4	3	2	3	1	1	2	33	78	
E194	4	5	5	1	5	3	3	20	2	1	3	4	2	4	5	1	4	33	2	1	5	5	4	1	1	3	4	39	92	
E195	5	1	2	4	2	5	1	18	4	2	1	4	4	5	1	2	3	30	1	5	2	3	5	5	5	5	5	35	83	
E196	3	5	1	1	1	3	2	19	3	3	1	3	1	4	5	4	2	31	2	3	4	2	4	2	2	2	3	37	87	
E197	2	5	1	3	4	5	4	18	1	3	2	1	3	5	1	5	4	30	2	1	3	1	1	2	3	4	4	35	83	
E198	2	2	4	3	2	2	4	17	3	2	4	2	4	3	1	3	3	29	4	1	5	5	4	5	3	2	3	34	81	
E199	2	4	2	5	2	5	2	21	5	5	1	4	4	3	1	5	3	35	2	4	5	5	4	1	5	3	4	42	97	
E200	4	4	1	2	3	1	5	19	5	1	5	1	4	4	2	1	3	31	2	3	5	3	3	1	4	4	3	37	87	

Anexo 9*Fiabilidad general***Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	48

Anexo 10*Fiabilidad de la variable Emprendimiento*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,808	23

Anexo 11*Fiabilidad de la variable elementos de los agronegocios.*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	25

Anexo 12

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Emprendimiento	,065	200	,039	,984	200	,020
Elementos_de_los_agronegocios	,101	200	,000	,935	200	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Anexo 13

Nivel de correlación del Rho de Spearman

Valor de rho	significado
-1	Corrección 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
0.0 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

Nota. En la tabla 16, el coeficiente de correlación es 0,868 y corresponde a una correlación positiva alta.

Anexo 14

Nivel de correlación del Rho de Spearman entre la variable emprendimiento y la variable elementos de los agronegocios.

Correlaciones

			Emprendimiento	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,868**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
Elementos de los agronegocios	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,868**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

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

Anexo 15

Nivel de correlación del Rho de Spearman: Dimensión personal y la variable elementos de los agronegocios

Correlaciones

			Dimensión personal	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión personal	Coefficiente de correlación	1,000	,900**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
Elementos de los agronegocios	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,900**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

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

Anexo 16

Nivel de correlación del Rho de Spearman: dimensión social y la variable elementos de los agronegocios.

Correlaciones

			Dimensión social	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión social	Coefficiente de correlación	1,000	,953**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,953**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

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

Anexo 17


Nivel de correlación del Rho de Spearman: Dimensión productividad y la variable elementos de los agronegocios

Correlaciones

			Dimensión productividad	Elementos de los agronegocios
Rho de Spearman	Dimensión productividad	Coefficiente de correlación	1,000	,663
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Elementos de los agronegocios	Coefficiente de correlación	,663	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

Anexo 18

Ficha de validación de juicio de expertos

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA																																																																																																																																																																																																																																
Facultad de Ingeniería y Gestión																																																																																																																																																																																																																																
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS																																																																																																																																																																																																																																
AGRONÓMICOS Y FORESTALES																																																																																																																																																																																																																																
																																																																																																																																																																																																																																
INFORME DE OPINIÓN SOBRE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION CIENTIFICA – JUICIO DE EXPERTOS																																																																																																																																																																																																																																
Título de la Investigación: EMPRENDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE HUANTA CUESTIONARIO ESTRUCTURADO																																																																																																																																																																																																																																
TESISTA: Esther Katherin, Jayo Yance																																																																																																																																																																																																																																
Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.																																																																																																																																																																																																																																
PARA: congruencia y claridad del instrumento 5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines) 5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte																																																																																																																																																																																																																															
Criterios de evaluación	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Congruencia</th> <th colspan="5">Claridad</th> <th colspan="5">Tendenciosidad</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. El instrumento tiene estructura lógica</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>2. la secuencia de presentación de los ítems es óptima</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>7. Las preguntas permiten el logro de objetivos</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>8. los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>9. el instrumento abarca las variables e indicadores</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>10. los ítems permiten contrastar las hipótesis</td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Sumatoria parcial</td> <td></td><td></td><td></td><td>4</td><td>0</td> <td></td><td></td><td></td><td>4</td><td>5</td> <td>1</td><td>7</td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Sumatoria total</td> <td>1</td><td>1</td><td>0</td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>		Congruencia					Claridad					Tendenciosidad					1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1. El instrumento tiene estructura lógica				X					X		X					2. la secuencia de presentación de los ítems es óptima				X					X		X					3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable				X					X	X						4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles				X					X		X					5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X		X					6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación				X					X	X						7. Las preguntas permiten el logro de objetivos				X					X		X					8. los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación				X					X		X					9. el instrumento abarca las variables e indicadores				X					X		X					10. los ítems permiten contrastar las hipótesis				X					X	X						Sumatoria parcial				4	0				4	5	1	7				Sumatoria total	1	1	0												
	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad																																																																																																																																																																																																																					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																																																																																																																																																																																	
1. El instrumento tiene estructura lógica				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
2. la secuencia de presentación de los ítems es óptima				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable				X					X	X																																																																																																																																																																																																																						
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación				X					X	X																																																																																																																																																																																																																						
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
8. los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
9. el instrumento abarca las variables e indicadores				X					X		X																																																																																																																																																																																																																					
10. los ítems permiten contrastar las hipótesis				X					X	X																																																																																																																																																																																																																						
Sumatoria parcial				4	0				4	5	1	7																																																																																																																																																																																																																				
Sumatoria total	1	1	0																																																																																																																																																																																																																													
Observaciones: <u>Las preguntas reflejan el problema de la investigación</u>																																																																																																																																																																																																																																
Nombres y Apellidos del experto: <u>William Blas Torres Gutierrez</u>																																																																																																																																																																																																																																
Especialidad: <u>Ing. Agrónoma</u>																																																																																																																																																																																																																																
DNI: <u>78243149</u>																																																																																																																																																																																																																																
N.° Celular: <u>981959636</u>																																																																																																																																																																																																																																
 Firma																																																																																																																																																																																																																																



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Facultad de Ingeniería y Gestión
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS
AGRONÓMICOS Y FORESTALES



INFORME DE OPINIÓN SOBRE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
CIENTIFICA – JUICIO DE EXPERTOS

Título de la Investigación:
EMPRENDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA
PROVINCIA DE HUANTA
CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

TESISTA: Esther Katherin, Jayo Yance

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada Item.

PARA: congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Óptimo	5 = Mínimo
4 = Satisfactorio	4 = Poca
3 = Bueno	3 = Regular
2 = Regular	2 = Bastante
1 = Deficiente	1 = Fuerte

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica				X					X			X			
2. la secuencia de presentación de los ítems es óptima				X						X	X				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable					X				X				X		
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X		X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación				X						X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos					X					X		X			
8. los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación					X					X		X			
9. el instrumento abarca las variables e indicadores					X					X		X			
10. los ítems permiten contrastar las hipótesis				X						X	X				
Sumatoria parcial				4	5					4	7	1	5		
Sumatoria total		1	0	7											

Observaciones: COHERENCIA EN LA ESTRUCTURA

Nombres y Apellidos del experto: MARILLI MARCELA OLIVERA VILLANUEVA

Especialidad: MG. COMERCIO INTERNACIONAL

DNI: 09615046

N.º Celular: 959460737

Firma



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
Facultad de Ingeniería y Gestión
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE NEGOCIOS
AGRONÓMICOS Y FORESTALES



INFORME DE OPINIÓN SOBRE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
CIENTIFICA – JUICIO DE EXPERTOS

Título de la Investigación:
EMPRENDIMIENTO Y ELEMENTOS DE LOS AGRONEGOCIOS EN LAS MYPES DE LA
PROVINCIA DE HUANTA
CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

TESISTA: Esther Katherin, Jayo Yance

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo	5 = Minimo
4 = Satisfactorio	4 = Poca
3 = Bueno	3 = Regular
2 = Regular	2 = Bastante
1 = Deficiente	1 = Fuerte

Criterios de evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica					X					X	X				
2. la secuencia de presentación de los ítems es óptima					X					X	Y				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable					X				Y			X			
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación				X						X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos				X					X		Y				
8. los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación				X						X	X				
9. el instrumento abarca las variables e indicadores					X					X	Y				
10. los ítems permiten contrastar las hipótesis					X					X	X				
Sumatoria parcial				4	7				4	8	1	5			
Sumatoria total	1	1	0												

Observaciones: El instrumento es claro

Nombres y Apellidos del experto: Amir Roy Flores Riu
 Especialidad: Mg. Auditoría Integral y Dr. Gestión Pública
 DNI: 41609920 N.° Celular: 966630565

Firma

Anexo 19

Panel fotográfico de la aplicación de la encuesta en las MYPEs de la provincia de Huanta.



Nota. Coordinación y entrevista con la encargada del Área de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Llochegua, orientada a la identificación de emprendimientos agropecuarios.



Nota. Aplicación de encuesta al productor apícola dedicado a la obtención de miel de abeja en el distrito de Huamanguilla.



Nota. Aplicación de encuesta a comercializador de kiwicha orgánica en el distrito de Iguain.



Nota. Aplicación de encuesta a comercializador de papa en el distrito de Chaca



Nota. Aplicación de encuesta a comerciante de insumos agroquímicos en el distrito de Santillana.



Nota. Aplicación de encuesta a productor y comercializador de paco en el distrito de Canayre.



Nota. Encuesta realizada al comercializador de tubérculos andinos del distrito de Uchuraccay.



Nota. Encuesta realizada al comercializador de palta del distrito de Pucacolpa.