

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de
jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025**

**Tesis para optar el título profesional de Licenciada en
Administración**

Autora: Jahel Mitsumi, Zapata Ocampo

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025

Informe de tesis aprobado en forma y estilo por:

Dr. Merino Velásquez, Jesús (presidente)

Código ORCID:0000 – 0002 – 9483 – 0210

Dr. Castañeda Guzmán, Walter (secretario)

Código ORCID:0000 – 0003 – 3301 – 4487

Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin (vocal)

Código ORCID:0000 – 0001 – 6721 – 620X

Tumbes, 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025

Los suscritos declaramos que el proyecto de tesis es original en su contenido y forma:

Zapata Ocampo, Jahel Mitsumi (Autora)

Código ORCID:0009 – 0004 – 7330 – 749X

Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert (Asesor)

Código ORCID:0000 – 0001 – 6721 – 620X

Tumbes, 2025

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

SECRETARÍA ACADÉMICA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

fce-secacademica@untumbes.edu.pe

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

(presencial)

En Tumbes, a los catorce días del mes de octubre del dos mil veinticinco, siendo las nueve horas, en el Auditorio de la **de la Facultad de Ciencias Económicas**, se reunieron, el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por **Resolución N° 049-2025/UNTUMBES- FACEC-D, del veintidós de enero** del dos mil veinticinco, los docentes: Dr. Jesús Merino Velásquez (**Presidente**), Dr. Walter Javier Castañeda Guzmán (**Secretario**), Dr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta (**Vocal**), se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: **"Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, presentada por la bachiller: **Jahel Mitsumi, Zapata Ocampo**. Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 75 del reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la Bachiller: **Jahel Mitsumi, Zapata Ocampo**, aprobado con Calificativo de Bueno.

Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado indica.

En consecuencia, queda expedito para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, en el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos, y, Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las diez horas y treinta minutos del mismo día, se dio por concluido el acto académico, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes 14 de octubre del 2025

Dr. Jesús Merino Velásquez
DNI N° 00240035
Código ORCID N° 0000-0003-3301-4487
Presidente

Dr. Walter Javier Castañeda Guzmán
DNI N°
Código ORCID N° 0000- 0002-9483- 0210
Secretario

Dr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta
DNI N°: 43812667
Código ORCID N° 0000 – 0001 – 6721 – 620X
Vocal/ asesor

C.c:
Jurados (3)
Asesor (a)
Int.
Archivo (Decanato)



Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Asesor

Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025

por Jahel Mitsumi Zapata Ocampo

Fecha de entrega: 20-ago-2025 12:33p. m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2649596861

Nombre del archivo: REVISAR.docx (106.06K)

Total de palabras: 15310

Total de caracteres: 88277

Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025



INFORME DE ORIGINALIDAD

18%
INDICE DE SIMILITUD

18%
FUENTES DE INTERNET

5%
PUBLICACIONES

9%
TRABAJOS DEL ESTUDIANTE


Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Asesor

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Nacional de Tumbes Trabajo del estudiante	2%
4	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	< 1%
7	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	< 1%
8	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	< 1%
9	es.scribd.com Fuente de Internet	< 1%
10	www.theibfr.com Fuente de Internet	< 1%
11	Submitted to Universidad Privada Antenor Orrego Trabajo del estudiante	< 1%

12	apirepositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %	 Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert ORCID: 0000-0001-6721-620X Asesor
13	nanopdf.com Fuente de Internet	< 1 %	
14	repositorio.esge.edu.pe:8080 Fuente de Internet	< 1 %	
15	mail.polodelconocimiento.com Fuente de Internet	< 1 %	
16	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	< 1 %	
17	bonga.unisimon.edu.co Fuente de Internet	< 1 %	
18	theibfr.com Fuente de Internet	< 1 %	
19	Submitted to University of La Guajira Trabajo del estudiante	< 1 %	
20	repositorio.ulatina.ac.cr Fuente de Internet	< 1 %	
21	dokumen.pub Fuente de Internet	< 1 %	
22	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	< 1 %	
23	pesquisa.bvsalud.org Fuente de Internet	< 1 %	
24	www.researchgate.net Fuente de Internet	< 1 %	
25	publicaciones.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %	
26	www.coursehero.com Fuente de Internet	< 1 %	

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words



Dr. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Asesor

ÍNDICE

ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE ANEXO	vii
RESUMEN	12
ABSTRACT.....	12
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	15
2.1. Bases teórico – científicas.....	15
2.2. Antecedentes.....	24
2.3. Definición de términos básicos.....	36
III. MATERIALES Y MÉTODOS	37
3.1. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis.....	37
3.2. Población, muestra y muestreo.....	38
3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección.....	40
3.4. Procesamiento y análisis.....	43
3.5. Validez y confiabilidad de instrumentos de medición.....	44
3.6. Hipótesis.....	48
3.7. Definición y operacionalización.....	49
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	53
V. CONCLUSIONES	70
VI. RECOMENDACIONES	72
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	74
ANEXOS	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Rubro de negocio de los emprendedores	39
Tabla 2	Criterios de decisión para la confiabilidad del instrumento	46
Tabla 3	Fiabilidad de la variable liderazgo estratégico	46
Tabla 4	Confiabilidad de la variable emprendiendo	47
Tabla 5	Criterios de decisión para la confiabilidad del instrumento	47
Tabla 6	Dimensiones, indicadores, ítems e instrumentos de medición.....	51
Tabla 7	Dimensiones, indicadores, ítems e instrumentos de medición.....	52
Tabla 8	Nivel de relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos.....	53
Tabla 9	Nivel de relación de la visión estratégica en el emprendimiento.....	54
Tabla 10	Nivel de relación de toma de decisiones en el emprendimiento	55
Tabla 11	Nivel de relación de las habilidades blandas en el emprendimiento	56
Tabla 12	Nivel de relación de conocimiento estratégico en el emprendimiento.....	57
Tabla 13	Correlación entre liderazgo estratégico y emprendimiento	58
Tabla 14	Correlación entre visión estratégica y emprendimiento.....	59
Tabla 15	Correlación entre toma de decisiones y emprendimiento	60
Tabla 16	Correlación entre habilidades blandas y emprendimiento.....	61
Tabla 17	Correlación entre espíritu emprendedor y emprendimiento	62

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo 1: Matriz de consistencia.....	79
Anexo 2: Operacionalización de las variables	80
Anexo 3: Cuestionario de la variable liderazgo estratégico.....	81
Anexo 4: Cuestionario de la variable emprendimiento	84
Anexo 5: Alfa de Cronbach.....	93
Anexo 6: Interpretación de rho de Spearman.....	99
Anexo 7: Autorización para ejecución de tesis	100
Anexo 8: Evidencia de aplicación de encuestas.....	100

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo analizar la relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025. El estudio, se caracterizó por ser correlacional con diseño no experimental y corte transversal, empleando el método deductivo, inductivo, sintético, analítico, descriptivo, cuantitativo; asimismo, se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario. La investigación estuvo dirigida a una muestra censal de 53 jóvenes emprendedores de la Universidad Nacional de Tumbes, donde se aplicaron dos cuestionarios, uno para la variable liderazgo estratégico y otro para emprendimiento, conformados por 15 preguntas cada uno y medidos a través de la escala valorativa de Likert de 5 niveles: totalmente en desacuerdo (TA) = 1, en desacuerdo (ED)= 2, ni de acuerdo ni en desacuerdo (I)= 3, de acuerdo (DA)= 4, totalmente de acuerdo (TA)= 5. Los resultados obtenidos evidenciaron una correlación positiva considerable entre el liderazgo estratégico y el emprendimiento, con un coeficiente de Spearman de 0.646 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Este resultado indica una relación directa estadísticamente significativa al 1%. Según la percepción de los jóvenes universitarios emprendedores de la Untumbes a mayor liderazgo estratégico, mayor es el nivel de emprendimiento.

Palabras clave: Liderazgo estratégico, emprendimiento, visión, iniciativa, sostenibilidad.

ABSTRACT

The present research aimed to analyze the relationship between strategic leadership and entrepreneurship among young university students at the National University of Tumbes, 2025. The study was characterized by a correlational approach with a non-experimental, cross-sectional design, employing deductive, inductive, synthetic, analytical, descriptive, and quantitative methods. The survey technique was also used, with a questionnaire as its instrument. The research was directed to a census sample of 53 young entrepreneurs from the National University of Tumbes, where two questionnaires were applied, one for the strategic leadership variable and another for entrepreneurship, consisting of 15 questions each and measured through the 5-level Likert rating scale: strongly disagree (TA) = 1, disagree (ED) = 2, neither agree nor disagree (I) = 3, agree (DA) = 4, strongly agree (TA) = 5. The results obtained showed a considerable positive correlation between strategic leadership and entrepreneurship, with a Spearman coefficient of 0.646 and a bilateral significance of $0.000 < 0.05$. This result indicates a direct relationship statistically significant at 1%. According to the perception of young university entrepreneurs from Untumbes, the higher the strategic leadership, the higher the level of entrepreneurship.

Keyword: Strategic leadership, entrepreneurship, vision, initiative, sustainability.

I. INTRODUCCIÓN

En un contexto global marcado por la innovación y la competitividad, los emprendimientos juveniles se han consolidado como una fuente esencial de desarrollo económico y social. En este escenario, el liderazgo estratégico juega un papel determinante al facilitar la toma de decisiones, el diseño de estrategias y la capacidad de adaptación en un entorno cambiante. La presente investigación se centra en analizar la relación existente entre el liderazgo estratégico y el emprendimiento, abordando cómo estas variables interactúan y se explican mutuamente en el caso de los jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes.

Este estudio busca describir y explicar cómo el liderazgo estratégico influye y se relaciona en el desarrollo de emprendimientos y, a su vez, cómo las características propias de los emprendimientos retroalimentan las competencias de liderazgo estratégico. El análisis de esta relación permitirá comprender en qué medida las dimensiones del liderazgo estratégico, como la visión estratégica, la toma de decisiones, las habilidades blandas y el conocimiento estratégico, impactan en los resultados y la sostenibilidad de los emprendimientos juveniles.

En cuanto a liderazgo estratégico como refieren Lussier y Achua (2008) implica la habilidad, capacidad de una persona para prever y adaptarse a los cambios, mantener una mentalidad flexible, pensar de manera estratégica y colaborar con los demás para promover transformaciones que aseguren un futuro sostenible para la organización.

Mientras que Chiavenato (2016) precisa; la disposición de presagiar, percibir y resguardar la tolerancia, tal como de saber encomendar habilidades para generar el cambio estratégico en el momento justo, implica administrar, mediante las personas la totalidad de los recursos de la organización y afrontar el cambio. En tanto Arocha (2016) precisa; los líderes estratégicos son responsables de tomar decisiones cruciales para asegurar el éxito de las organizaciones. En este proceso, los directores y los altos mandos analizan minuciosamente tanto el entorno interno como externo, buscando continuamente identificar nuevas oportunidades en el mercado.

Todas estas definiciones descritas por los autores explican un conocimiento amplio, al integrar perspectivas de diversos autores, se obtiene un entendimiento profundo y extenso de este concepto.

Respecto al emprendimiento de acuerdo a Kato (2008) define; el proceso de desarrollar algo innovador y único, orientado a generar valor tanto para el individuo como para la sociedad en su conjunto. El emprendedor es quien materializa este proceso mediante la incubación de ideas, la obtención de recursos necesarios y la ejecución de acciones para hacer realidad sus objetivos. Mientras Herrera (2019) en su teoría menciona; se basa en iniciativas comerciales impulsadas por personas que buscan desarrollar bienes o servicios para su comercialización en el mercado. Frecuentemente, esta motivación surge de vivencias personales, conocimientos profesionales o aspiraciones. Sin embargo, emprender implica, sobre todo, invertir esfuerzo y dedicación en algo propio, en una creación que refleja la identidad y compromiso. Así mismo Oviedo y Bóveda (2015) indicaron; emprendimiento implica pensar y actuar con creatividad y visión innovadora, al reconocer y generar oportunidades para liderar y renovar procesos. Este enfoque busca hacer posible lo que parece inalcanzable, motivando a las personas, rompiendo con la monotonía y asumiendo riesgos calculados, con el propósito de generar beneficios económicos.

En cuanto a lo descubierto por Fontalvo (2023) determino la incidencia que existe del liderazgo estratégico en la sostenibilidad empresarial de las Empresas de Base Tecnológica (EBT), para ello, se adoptó un enfoque cuantitativo y estructuralista con

un diseño explicativo-correlacional, con un nivel de significancia de $p = 0,05$. Concluyendo cómo estos estilos de liderazgo son determinantes para el desarrollo sostenible y el crecimiento de las EBT en el mercado.

A nivel nacional se encontró estudios relacionados al liderazgo estratégico y emprendimiento donde Cueva y Sánchez (2021) aplicaron el coeficiente de calificación de Spearman para evaluar la relación entre liderazgo y emprendimiento corporativo. Los resultados mostraron que no existe una relación significativa entre ambas variables, ya que el valor obtenido fue de 0.863, superior al nivel de significancia de 0.05, lo que conllevó a repeler la hipótesis alternativa. Mientras tanto Sallago (2021) en su investigación determina las siguientes conclusiones; hay un elevado espíritu de emprendimiento juvenil, pero algunos de ellos cuentan con la experiencia laboral y competencias técnicas, en tanto, en el entorno, no disponen con el capital económico y financiero, ni siquiera con recursos tangibles, pero examina que han encontrado y evaluado las oportunidades que generaría sus ideas de negocio, a pesar que hay una regular competencia a nivel local.

En el plano local tenemos a Huamán (2024) quien en su investigación de acuerdo a los resultados finales se concluyó que la incidencia del liderazgo estratégico en el manejo de conflictos con un coeficiente rho de Spearman de 0,684; existiendo en grado de correlación y/o asociación positiva considerable y significativa al 1%. Por lo tanto, en las dimensiones pensamiento integrador ($\rho = 0,642$), superación de los obstáculos al cambio ($\rho = 0,513$) y uso eficaz del poder ($\rho = 0,676$) se encuentra una correlación positiva considerable con respecto al manejo de conflictos. Por otro lado, Sandoval (2023) en su tesis tiene como respuesta más importante el emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6% encontrándose en un nivel alto de la generación de empleo, con un nivel de significancia del 0,034 del coeficiente de Spearman, donde se pudo observar una relación de asociatividad entre las variables en estudio, razón que, a partir de la pandemia, varios de los emprendedores observaron la oportunidad para un bien, teniendo en cuenta el riesgo de emprender sosteniéndose en gran mayoría de las herramientas tecnológicas que ofrece el

mercado, constituyendo nuevos puestos de trabajo, así mismo autoempleo en las familias del Distrito de Tumbes.

Actualmente los emprendimientos especialmente liderados por jóvenes universitarios se han constituido y construido como una fuente importante de desarrollo económico y social. Es por ello que lo descrito anteriormente líneas arriba induce a investigar el tema de liderazgo estratégico en el emprendimiento, planteándose la siguiente interrogante ¿Cuál es la relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025? A si mismo se pretende analizar la relación de liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025.

Este estudio de investigación se ha realizado en la Universidad Nacional de Tumbes, orientado a los jóvenes emprendedores; en este contexto, es importante destacar que no existe una edad para emprender, aunque algunas generaciones tienen más predisposición que otras. Nuestros jóvenes poseen la capacidad innovadora de iniciar sus proyectos; sin embargo, no solo basta con tener espíritu emprendedor, sino también liderazgo, motivación e iniciativa interna que los impulse a aprovechar las oportunidades de negocio con el afán de resolver los problemas de su entorno de forma inmediata. No obstante, el joven emprendedor universitario actualmente enfrenta diferentes problemáticas, como la falta de experiencia en la toma de decisiones estratégicas, lo que dificulta que sus emprendimientos se adapten o superen las barreras del mercado. La carencia de planificación y visión a largo plazo afecta directamente la sostenibilidad de sus iniciativas, aún más cuando se trata de jóvenes en etapa formativa, quienes deben compartir su tiempo entre asistir a clases y administrar su negocio.

En Europa, el emprendimiento se ha vuelto cada vez más frecuente, con un enfoque estratégico dentro de la región geográfica más emprendedora y digital. Este avance se está logrando mediante el impulso de startups, emprendedores y nuevas tecnologías

digitales. Europa se caracteriza por estar conectada a la era digital y promover la disrupción en el mercado local.

Cornejo (2020) en un artículo europeo, menciona; Europa y Estados Unidos conforman un número de programas de emprendimiento (aceleradoras, incubadoras, Company builders):

Resaltando que, es necesario destacar que mantiene un ecosistema incipiente y desarrollado para desafiar a la crisis económica. Teniendo de ejemplo que el total de los programas de startups ya existentes al día de hoy en Europa, el 80% fueron creados a partir de 2007. Sin mentir, en los últimos tiempos el crecimiento de estos programas de creación de startups ha sido exponencial.

En tanto, en nuestro país, Rodríguez (2024) según el informe de Global Entrepreneurship Monitor (GEM):

Se ubica en los primeros lugares del índice de actividad emprendedora temprana (TEA) notamos que la mayor parte de los emprendimientos vienen siendo liderados por jóvenes. Así mismo el 60% de los emprendimientos cierran antes de cumplir cinco años, a pesar de las cifras positivas de crecimiento e inversión que nuestra economía nacional refleja, se considera un problema socioeconómico, el porcentaje de emprendimientos que fracasan sigue siendo considerablemente alto. En concreto, se estima que alrededor del 25% de ellos fracasa durante el primer año, y aproximadamente seis de cada diez no logran superar los cinco años de existencia.

Serida (2018) en su redacción sobre Perú reconocido como uno de los países con alto propósito para emprender en LATAM menciona:

El 43% de los peruanos están preparados a empezar un negocio en los próximos tres años. Un entorno cultural cada vez más amplio y favorecedor que

recompensa la creación de iniciativas nuevas, innovadoras y empresariales que no apremia el fracaso, adelantos en materia de infraestructura de soporte empresarial y normativa consideran como impulso el crecimiento de este indicador que ha evolucionado significativamente últimamente”.

Sin embargo, según esta investigación, el Perú se halla en una posición más rezagada a nivel de los "emprendimientos establecidos" (con más de 3.5 años de funcionamiento) y la discontinuación de los negocios, ubicándose en el sexto puesto con un indicador de 7.4%. Lideran este ranking Brasil con 16.5%, seguido de Ecuador con 15.4%, Guatemala 12.3%, Chile 9.9%, Colombia 8.7% y Perú 7.4%.

Alzamora (2018) lamentablemente, parece que llegar a etapas posteriores de desarrollo en el negocio le cuesta demasiado al emprendedor peruano en comparación con sus pares de otros países participantes del estudio.

Gamboa (2024) según el reporte de Inversiones de Capital Emprendedor Peruano, realizado por la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP):

El Perú muestra un elevado nivel para la inversión y el perfeccionamiento de startups, a pesar que afronta desafíos para apresurar su desarrollo, el monto total invertido en startups peruanas en 2022 fue de US\$ 87 000 000, casi el doble de lo destinado en 2020.

A pesar de la incertidumbre económica, los emprendimientos siguen surgiendo en nuestro país. Para fortalecer el ecosistema emprendedor, es clave contar con la colaboración entre el sector público y privado, así como facilitar el acceso a financiamiento para que estos nuevos negocios puedan crecer y desarrollarse adecuadamente. De esta manera, en las universidades resulta que no solo se obtiene el conocimiento teórico, y es que también la experiencia necesaria aplicada a la práctica y destrezas técnicas específicas que admiten la ejecución de nuevos proyectos de manera más efectiva y eficiente”. Siendo así, se impide que el emprendedor

desperdicie tiempo, esfuerzo y recursos en una empresa que seguramente tenga una secuencia de errores con origen que son visibles con un análisis.

A nivel local, Rodríguez (2023), docente de la escuela de Negocios de la Universidad Científica del Sur, menciona que el 80% de los startups que nacen e impulsan a nivel local no logran sobrevivir más de dos años en un mercado estable, y todo esto se debe al deterioro de profesionalización en los negocios.

En la región de Tumbes, los emprendimientos universitarios enfrentan una notable carencia de liderazgo estratégico, lo que limita su desarrollo y sostenibilidad a largo plazo. A pesar de que contamos con incubadora de negocios adscrita a la Universidad Nacional de Tumbes, donde de forma esporádica a un pequeño grupo de jóvenes universitarios se les brinda capacitación y asesoría a través de los mentorings, en tal sentido la mayoría de estos negocios tienden a tener una durabilidad a corto plazo, principalmente debido a la falta de una visión estratégica que asegure un futuro estable y sostenible. Esta falta de proyección estratégica se traduce en decisiones poco acertadas y en una planificación incierta, afectando negativamente la capacidad de los jóvenes emprendedores para adaptarse a las demandas del mercado y garantizar la continuidad de sus iniciativas.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) 2023, la población de Tumbes se estimó en aproximadamente 250,000 habitantes. De este total, alrededor del 30% son jóvenes entre 18 y 29 años, lo que equivale a 75,000 personas. Así mismo, según la CEA (2024) cada año ingresan un promedio de 1470 alumnos a las diferentes escuelas profesionales.

Si aplicamos este porcentaje a los jóvenes emprendedores de Tumbes, se podría inferir que alrededor de 4,500 de ellos son universitarios. Por lo tanto, aproximadamente el 1.8% de la población total de Tumbes podría ser considerada como jóvenes emprendedores universitarios.

Otro aspecto crítico es la creencia errónea de que el cliente tiene la obligación de consumir sus productos o servicios, lo cual deriva de la falta de habilidades blandas y conocimiento estratégico en el trato y la fidelización del cliente. Este enfoque rígido en la relación con los clientes refleja la necesidad de desarrollar competencias de empatía, negociación y comunicación efectiva, que son esenciales para construir relaciones de confianza y asegurar la lealtad de los consumidores.

Además, al visitar ferias, locales o eventos donde se presentan estos emprendimientos, se observa una repetición constante de productos y servicios similares, evidenciando una carencia de innovación y creatividad. Esto pone de manifiesto la ausencia de una propuesta de valor diferenciada, que es fundamental para destacar en un mercado competitivo. Muchos invierten en un negocio sin poseer un verdadero espíritu emprendedor que los motive a trabajar con entusiasmo y buscar constantemente la creación de valor. Esta falta de impulso creativo y emprendedor limita las posibilidades de los emprendimientos universitarios para sobresalir y establecerse en el mercado local de manera significativa. Ante la problemática expuesta, se formuló la interrogante general ¿Cuál es la relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2024?, con sus problemas específicos: 1. ¿Cuál es la relación de la visión estratégica en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes?, 2. ¿Cuál es la relación de la toma de decisiones en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes?, 3. ¿Cuál es la relación de las habilidades blandas incide en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes?, 4. ¿Cuál es la relación del espíritu emprendedor en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes?

La presente investigación plantea el estudio del liderazgo estratégico y emprendimiento, donde para la variable liderazgo estratégico es fundamental comprender como los líderes pueden influir en el rendimiento y desarrollo de los emprendimientos, que se justifican teóricamente, estudiada por Lussier y Achua (2008) quienes plantean un liderazgo estratégico con enfoque en la capacidad de guiar y motivar, previniendo y adaptándose a los cambios; con una mentalidad visionaria y estratégica que aseguren un futuro sostenible. En la teoría del emprendimiento explicada por Sorrosa et al. (2018) lo define como el aprovechamiento de oportunidades para producir ya sea bienes o servicios de la mano de la innovación.

En la ampliación de esta investigación se aplicaron métodos, técnicas y procedimientos que posibilitaron la validación de la hipótesis y la determinación de la relación entre las dos variables. Además, estas herramientas serán útiles en investigaciones futuras y representarán una valiosa contribución al conocimiento científico y humano de los jóvenes emprendedores de la Universidad Nacional de Tumbes.

Los resultados de esta investigación contribuirán al fortalecimiento de los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, brindándoles conocimientos teóricos en liderazgo estratégico que les permitirán mejorar el control y la gestión de sus negocios. Asimismo, se espera que estos conocimientos impulsen su desarrollo personal y profesional, generando impactos positivos.

La relación del liderazgo estratégico en los jóvenes emprendedores de la Universidad Nacional de Tumbes tiene un impacto positivo en la comunidad, dado que los emprendimientos exitosos pueden ofrecer empleo y servicios locales, Por ello, este estudio no solo beneficia a los estudiantes universitarios, sino también a la sociedad, porque contribuirá a la creación de negocios responsables y sostenibles en el tiempo. Desde el punto de vista económico la relación del liderazgo estratégico en jóvenes universitarios emprendedores es clave para la economía local, ya que en el contexto

de los negocios el liderazgo influye en el uso óptimo de los recursos y una mejora productiva como también al crecimiento económico regional, al apoyar la creación de empresas que generan empleo e impulsen al desarrollo económico en Tumbes.

Es así que en esta investigación se planteó como objetivo analizar la relación de liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes, Tumbes 2025. Así mismo se plantearon los siguientes objetivos específicos: 1. Describir la relación de la visión estratégica en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes. 2. Explicar la relación de la toma de decisiones en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes. 3. Identificar la relación de las habilidades blandas en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes. 4. Determinar la relación del espíritu emprendedor en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Bases teórico – científicas

Teoría del liderazgo estratégico

Mintzberg (1997):

El liderazgo estratégico en un contexto militar y político es bien conocido desde hace cientos de años. Uno de los primeros usos del concepto estrategia en un contexto mercantil se presentó en la Grecia antigua, cuando Sócrates se enfrentó al militarista griego Nicomáqueas, Sócrates comparó las actividades de un empresario con las de un general y señaló a Nicomáqueas que, en toda tarea, quienes la ejecutan debidamente tienen que hacer planes y mover recursos para alcanzar los objetivos. (p.5)

2.1.1. Liderazgo estratégico

Chiavenato (2016) afirma:

El liderazgo estratégico es la capacidad de anticipar, percibir y mantener la flexibilidad, tal como de saber delegar facultades para generar el cambio estratégico cuando sea necesario, involucra administrar, por medio de las personas la totalidad de los recursos de la organización y afrontar el cambio, cada vez más rápido y profundo. (p. 219)

Arocha (2016) sostiene:

Los líderes estratégicos son responsables de tomar decisiones cruciales para asegurar el éxito de las organizaciones. En este proceso, los directores y los altos mandos analizan minuciosamente tanto el entorno interno como externo, buscando continuamente identificar nuevas oportunidades en el mercado. A través de esta observación constante, miden las capacidades organizacionales, reconocen posibles amenazas y desarrollan una visión clara que guíe el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa. (p.33)

Lussier y Achua (2011) mencionan:

El liderazgo estratégico implica la habilidad, capacidad de una persona para prever y adaptarse a los cambios, mantener una mentalidad flexible, pensar de manera estratégica y colaborar con los demás para promover transformaciones que aseguren un futuro sostenible para la organización. Este tipo de liderazgo se enfoca en guiar y motivar, estableciendo la visión, misión y estrategias de la empresa con el objetivo de alcanzar sus metas. (p.418)

Ravina (2018) manifiesta:

El liderazgo estratégico puede entenderse como el proceso mediante el cual un líder define una meta clara y establece los métodos necesarios para alcanzarla de manera directa. Este tipo de liderazgo implica la responsabilidad tanto sobre el resultado final deseado como sobre todo el proceso que guía a la organización hacia el cumplimiento de dicho objetivo, asegurando que se alineen los recursos y esfuerzos hacia la visión establecida. (p.35)

Ojeda y Escaraballone (2018) afirman:

El liderazgo estratégico se refiere a la creación y comunicación de una visión que integra los objetivos estratégicos. Está enfocado en alcanzar resultados y, a diferencia de los enfoques tradicionales que priorizan las características individuales o estructurales, este tipo de liderazgo parte de los resultados deseados para luego definir los conceptos. Mientras que los enfoques convencionales suelen partir de conceptos con la expectativa de que los resultados se generen automáticamente, el liderazgo estratégico sigue el camino inverso, asegurando primero los resultados esperados y alineando los conceptos en consecuencia. (p.23)

Hill y Jones (2001) manifiestan:

“El liderazgo estratégico se vincula a la facultad de integrar una visión estratégica a la organización y la habilidad de impulsar e incentivar a los demás a ser partícipes de esa visión” (p.26).

Dimensiones de liderazgo estratégico

Visión estratégica

Lussier y Achua (2011) sostienen:

Una visión estratégica es el punto de vista ambicioso e innovador de un posible futuro en el que todos en la empresa puedan tener conocimiento y que no se obtiene de forma continua, pero está dispuesto a ofrecer un destino que es superior en formas relevantes que lo que ahora consta. (p.424)

Chiavenato (2016) manifiesta:

“La visión estratégica se basa en el significado de presenciar el todo. Ya que se le puede llamar abordaje sistémico u holístico, y es significativamente adecuado alcanzar la totalidad de la situación y no simplemente fragmentos de ella” (p.21).

Toma de decisiones

Escalante et al. (2020) afirman:

La toma de decisiones es un proceso integral que involucra habilidades cognitivas, emocionales y conductuales, lo cual permite analizar, evaluar y gestionar información relevante sobre las circunstancias de una situación específica. Este proceso se lleva a cabo con el propósito de comparar distintas alternativas y seleccionar la opción más adecuada para alcanzar los objetivos establecidos. Es fundamental no solo considerar las posibles consecuencias de una decisión antes de implementarla, sino también realizar una evaluación de los resultados posteriores a su ejecución, con el fin de identificar áreas de mejora o fortalecer la acción tomada. (p.75)

Ortega (2017) indica:

La toma de decisiones puede considerarse un proceso de aprendizaje continuo. La elección de qué aprender y la interpretación de la información recibida se realiza dentro del contexto de una realidad en constante cambio. Lo que hoy se considera una decisión acertada puede volverse errónea mañana, como resultado de modificaciones en el entorno informativo que influyen en la decisión. (p. 67)

Habilidades blandas:

Escalante (2020) manifiesta:

Las habilidades blandas abarcan un conjunto de competencias que se refieren a cómo nos relacionamos y comunicamos con los demás, fundamentadas en atributos personales, inteligencia emocional y rasgos de personalidad. Dichas habilidades permiten integrar aptitudes, conocimientos y valores esenciales que facilitan el desarrollo de relaciones interpersonales efectivas y armoniosas en la vida cotidiana. En esencia, representan la capacidad de cada persona para adaptarse y responder adecuadamente en entornos sociales y laborales, promoviendo interacciones positivas y colaborativas, y siendo fundamentales para el desempeño exitoso en diversas áreas, especialmente aquellas que requieren trabajo en equipo y liderazgo. (p.33)

Prince (2019) consta:

Las habilidades blandas son competencias clave que caracterizan a las personas exitosas, eficaces y satisfechas en sus vidas. Estas habilidades representan un conjunto de competencias personales esenciales que permiten a cada individuo afrontar de manera más efectiva los cambios y los retos que la vida presenta. Además, potencian la capacidad para aprovechar al máximo tanto las oportunidades actuales como las futuras, desempeñando un papel crucial en la adaptación y el crecimiento personal. Al desarrollar estas habilidades, se fomenta un equilibrio que contribuye directamente a una vida más plena y satisfactoria, siendo un componente fundamental del bienestar integral. (parr.4)

Conocimiento estratégico

Rengifo et al. (2023) indican:

“El conocimiento estratégico es visto como un tipo de conocimiento en la organización, donde se considera los procesos como: planificación, descripción, impacto, predicción, evaluación y generación de estrategias; en este tipo de conocimiento” (p.91).

2.1.2. Emprendimiento:

Teoría del emprendimiento

Cantillon (2021):

El emprendimiento como concepto nace formalmente en el siglo XVIII, quien identificó al emprendedor como aquel que asume riesgos bajo incertidumbre, posteriormente en el siglo XX profundizaron el estudio del emprendimiento desde el enfoque de la oportunidad y la gestión, consolidando así su desarrollo como teoría multidisciplinaria en la economía, la administración y la psicología. (p.8)

Prieto (2014) indica:

El emprendimiento se define como el proceso de desarrollar algo innovador y único, orientado a generar valor tanto para el individuo como para la sociedad en su conjunto. El emprendedor es quien materializa este proceso mediante la incubación de ideas, la obtención de recursos necesarios y la ejecución de acciones para hacer realidad sus objetivos. (p.8)

Herrera (2019) sostiene:

El emprendimiento consiste en iniciativas comerciales impulsadas por personas que buscan desarrollar bienes o servicios para su comercialización en el mercado. Frecuentemente, esta motivación surge de vivencias personales, conocimientos profesionales o aspiraciones. Sin embargo, emprender implica, sobre todo, invertir esfuerzo y dedicación en algo propio, en una creación que refleja la identidad y compromiso. (p.89)

Sornoza (2018) menciona:

El emprendimiento se ha definido como el análisis del como, por quien, y con qué se descubren, evalúan y explotan las oportunidades para producir futuros bienes y servicios. En lo que respecta al quien, se sugiere que el emprendedor es innovador, percibe y crea nuevas oportunidades, opera bajo condiciones de riesgo e introduce productos al mercado. (p.17)

Boveda et al. (2015) indican:

El emprendimiento implica pensar y actuar con creatividad y visión innovadora, al reconocer y generar oportunidades para liderar y renovar procesos. Este enfoque busca hacer posible lo que parece inalcanzable, motivando a las personas, rompiendo con la monotonía y asumiendo riesgos calculados, con el propósito de generar beneficios económicos. (p.7)

Sanjines y Mercado (2015) afirman:

El emprendimiento constituye un pilar esencial en el impulso económico de una nación. A través de los emprendimientos, se promueven innovaciones y se añade valor, tanto para los emprendedores como para su comunidad. Los emprendedores convierten ideas en acciones concretas, identifican y

desarrollan mercados, generan valor a partir de las oportunidades y fomentan la creación de empleo de manera responsable. (p.7)

Dimensiones de emprendimiento

Innovación

Boveda (2015) sostienen:

La innovación, reconocida como la actividad central del emprendedor, va más allá del simple acto de fundar una empresa. Esta capacidad transformadora se manifiesta en nuevas maneras de concebir el propio concepto de negocio, reformulando la organización interna, los productos y servicios ofrecidos, y la interacción con el mercado. (p.42)

Venture et al. (2021) manifiestan:

“La innovación radica en la programación de dinámicos encaminados a equilibrar, crear y aprovechar nuevos productos y líneas de negocio, tal como nuevas orientaciones que optimicen los negocios ya posicionados, generando valor” (p.53).

Propuesta de valor

Alcaraz (2011) afirma:

La propuesta de valor se entiende como el objetivo de diseñar y ejecutar un plan estratégico que permita establecer una ventaja competitiva distintiva. Esta estrategia busca incorporar elementos que destaquen y diferencien a la empresa de sus competidores, posicionándola de manera única y sobresaliente en el mercado. Desde un enfoque estratégico, el éxito de un negocio radica en

desarrollar una ventaja competitiva singular, que cree valor significativo para los consumidores y sea difícil de replicar por la competencia. (p. 42)

Osterwalder y Pigneur (2018) constan:

La propuesta de valor es un método de representación visual que se compone de tres partes: el perfil del cliente, donde se describen las características de un determinado grupo de personas, y el mapa de valor, donde se especifica cómo se pretende crear valor para ese determinado segmento de clientes. Se consigue el encaje, el tercer elemento del modelo, cuando ambas partes coinciden. (p. 34)

Espíritu emprendedor

Castillo (2021) indica:

“El espíritu emprendedor tiene una relación directa con la proactividad y la ejecución, aquellas personas que cuentan con esta cualidad tienen la habilidad de innovar, junto con la disposición de experimentar y realizar las tareas de formas diferentes” (p. 23).

Flores (2020) menciona:

El espíritu emprendedor es aquel que actúa como un innovador social, tomando responsabilidad por los aspectos humanos de la sociedad y abordando el contexto histórico para identificar y resolver problemas. Mediante sus productos en el mercado, transforma la vida cotidiana de las personas y genera un impacto cultural. (p.3)

Creatividad

Boveda et al. (2015) afirman:

Es una capacidad natural en las personas que pueden desarrollarse colectivamente, y su aprovechamiento representa una ventaja para fortalecer la competitividad empresarial. No obstante, en muchos casos, los equipos y las estructuras organizacionales no aplican metodologías de trabajo que favorecen su impulso. (p. 86)

Alcaraz (2011) sostiene:

La creatividad es un proceso cognitivo que involucra la habilidad de generar algo novedoso, distinto, único y original. Representa una forma particular de pensar y actuar que utiliza el cerebro para procesar información, manifestándose a través de la creación de situaciones, ideas u objetivos innovadores que tienen el potencial de impactar o modificar la realidad actual del individuo. (p. 54)

2.2. Antecedentes

Internacional

Fontalvo (2023) en su investigación:

“Incidencia del liderazgo estratégico sobre la sostenibilidad empresarial de las empresas de base tecnológica – EBT en el departamento de atlántico” se adoptó un enfoque cuantitativo y estructuralista con un diseño explicativo-correlacional. Utilizó una encuesta estructurada que evaluó las variables de liderazgo estratégico y sostenibilidad empresarial, permitiendo identificar los factores claves asociados a ambas dimensiones dentro de las empresas estudiadas. Posteriormente, se aplicó un análisis estadístico inferencial y estructural mediante el software R. Este proceso incluyó pruebas

como el análisis de Dickey-Fuller, utilizado para detectar la presencia de variables no estacionarias, así como el uso de un nivel de significancia $P=0,05$. Además, se llevó a cabo un análisis de dispersión y una revisión documental exhaustiva sobre las variables, lo que permitió profundizar en la relación entre el liderazgo estratégico y la sostenibilidad empresarial. El análisis evidencia que los factores vinculados al liderazgo estratégico, en especial los estilos de liderazgo dentro del contexto organizacional, tienen un impacto directo en la dimensión social de la sostenibilidad empresarial. Este hallazgo resulta crucial, ya que resalta cómo estos estilos de liderazgo son determinantes para el desarrollo sostenible y el crecimiento de las EBT en el mercado. Asimismo, se logró construir un modelo teórico que explica las relaciones entre las dimensiones del liderazgo estratégico y los pilares de la sostenibilidad empresarial, abordando un vacío teórico previamente identificado en la literatura sobre liderazgo y sostenibilidad.

Salinas y Osorio (2012) en su artículo de investigación:

Se ha demostrado que el emprendimiento solidario es una herramienta eficaz para generar empleo y promover un modelo de desarrollo socioeconómico alternativo. Este enfoque no solo impulsa el bienestar social, sino que también beneficia a grupos de hombres y mujeres que, por diversas razones, han quedado fuera del mercado laboral. La colaboración entre la academia, el Estado, la comunidad y las empresas está mostrando resultados positivos, ya que fomenta el empleo entre los egresados universitarios y contribuye al desarrollo de las comunidades locales. En este contexto, las diferentes formas empresariales que proponen la economía social y solidaria se posicionan como la alternativa más adecuada para el emprendimiento asociativo. Este modelo ha consolidado al sector empresarial solidario como una vía clave para ofrecer nuevas oportunidades y mejorar la calidad de vida de una parte importante de la población, brindando soluciones sostenibles que promueven la inclusión y el progreso social.

Muñoz y Zambrano (2023) manifiestan en su artículo de investigación:

Se identifican las principales causas que afectan la problemática abordada. Entre ellas destacan: la escasa participación de las instituciones públicas para proporcionar información útil sobre cómo emprender a través de campañas educativas; el limitado aprovechamiento del potencial que tiene la creación de empresas como motor para impulsar el desarrollo económico, social y ambiental del cantón Chone; la falta de conocimientos en áreas económicas, empresariales y de micro emprendimiento, fundamentales para la gestión exitosa de un negocio; y la insuficiencia de financiamiento disponible en el cantón, lo que dificulta la sostenibilidad y rentabilidad de los emprendimientos locales. Con el objetivo de abordar estas dificultades, se planteó como propósito principal **“determinar la importancia del emprendimiento para el desarrollo sostenible del cantón Chone”**. Este objetivo resulta relevante, busca analizar los emprendimientos que surgen de la creatividad e innovación de los habitantes del cantón, quienes, ante la creciente falta de empleo en los sectores público y privado, encuentran en el emprendimiento una vía para generar ingresos. Además, se propone demostrar cómo estos negocios pueden contribuir al desarrollo sostenible al incorporar prácticas responsables con el medio ambiente en la elaboración de sus productos. La metodología empleada en esta investigación combina enfoques cuantitativos y cualitativos. Por un lado, se utilizaron encuestas para recopilar datos estadísticos y, por otro, se realizaron observaciones directas en los puntos comerciales del cantón, complementadas con entrevistas a actores clave. Los métodos aplicados incluyen el descriptivo, analítico, deductivo, histórico y bibliográfico. La población objeto de estudio está compuesta por 7,741 personas vinculadas al sector comercial del cantón, de las cuales se obtuvo una muestra representativa de 136 microempresas.

Hernandez (2022) en su artículo:

La investigación cuyo objetivo fue analizar cómo el liderazgo estratégico moderno influye en la formulación e implementación de estrategias basadas en el capital intelectual, considerándolo una ventaja competitiva para mejorar el desempeño de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). El estudio se centró en una población conformada por presidentes, propietarios y gerentes generales de Pymes ubicadas en la zona de Pérez Zeledón, Costa Rica, seleccionadas por haber alcanzado un destacado rendimiento empresarial en los últimos años y estar inscritas en importantes organizaciones empresariales. La recolección de datos se realizó de manera presencial, logrando una participación completa de los 30 ejecutivos seleccionados. Para medir la aplicación de prácticas relacionadas con el liderazgo estratégico moderno, se utilizó el instrumento diseñado por Lezama, Cruz y Pico (2016), mientras que el capital intelectual fue evaluado mediante la herramienta propuesta por Alama Salazar (2008). La validez de ambos instrumentos fue confirmada a través del juicio de expertos, y su confiabilidad se desarrolló utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, la investigación se desarrolló bajo el enfoque positivista, con un diseño transversal y un enfoque cuantitativo correlacional-causal. Los análisis estadísticos realizados revelaron que los ejecutivos de las Pymes participantes aplican de manera significativa competencias propias del liderazgo estratégico moderno. Además, se encontró que estas competencias inciden de forma notable en la formulación e implementación de estrategias basadas en el capital intelectual, lo que contribuye directamente a mejorar los resultados empresariales de las empresas estudiadas.

2.2.1. Nacional

Poccori y Sánchez (2020) en su investigación de tesis:

“El liderazgo y su relación con el emprendimiento corporativo en los jefes de área de la empresa Botica “Tony” S.R.L San Marcos, Cajamarca – 2020”, el objetivo de este estudio fue analizar la relación entre el liderazgo y el emprendimiento corporativo en la empresa Botica "Tony" SRL, ubicada en San Marcos, Cajamarca, durante el año 2020. La investigación se desarrolló bajo un enfoque correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal, ya que las variables fueron evaluadas en un único momento y contexto determinado. La población estudiada estuvo conformada por 5 jefes de área de la empresa. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario estructurado con 20 preguntas, distribuidas entre ambas variables, y se empleó la escala de Likert para medir las respuestas. Finalmente, se aplicó el coeficiente de calificación de Spearman para evaluar la relación entre liderazgo y emprendimiento corporativo. Los resultados mostraron que no existe una relación significativa entre ambas variables, ya que el valor p obtenido fue de 0.863, superior al nivel de significancia de 0.05, lo que llevó a rechazar la hipótesis alternativa y aceptar la hipótesis nula.

Sallago (2021) en su tesis denominada:

“El emprendimiento juvenil y su relación con la competitividad empresarial en la provincia de Talara, año 2019”, El objetivo principal de este estudio fue analizar la relación entre el emprendimiento juvenil y la competitividad empresarial en la provincia de Talara durante el año 2019, considerando su impacto tanto económico como social. Para ello, se utilizó un diseño no experimental de tipo correlacional, el cual evidenció una relación significativa entre las variables analizadas. La población del estudio estuvo conformada por

29,455 jóvenes y 38 colaboradores de la Municipalidad Provincial de Talara, mientras que la muestra incluyó a 379 jóvenes.

En cuanto a la recolección de datos, se aplican dos cuestionarios dirigidos a los jóvenes y una guía de entrevista al Subgerente de Desarrollo Humano y Económico de la Municipalidad Provincial de Talara. El enfoque del estudio fue mixto, integrando aspectos tanto cuantitativos como cualitativos. Entre los hallazgos más relevantes, se concluye que existe un alto espíritu emprendedor entre los jóvenes de la provincia. Sin embargo, algunas enfrentan limitaciones significativas, como la falta de experiencia laboral, competencias técnicas y, sobre todo, recursos económicos y financieros. Además, el acceso a recursos tangibles es limitado, lo que dificulta la materialización de sus ideas de negocio.

Seminario (2021) en su tesis titulada:

“Programa educativo de innovación y emprendimiento para desarrollar el liderazgo en estudiantes”, El objetivo principal de este estudio fue evaluar cómo un Programa Educativo de Innovación y Emprendimiento influye en el desarrollo del liderazgo en los estudiantes de tercer grado de la Institución Educativa N.º 11029 “Santiago Burga Gonzáles” de Monsefú, Chiclayo. La investigación se enmarcó dentro de un enfoque aplicativo, utilizando un diseño añadido o incrustado concurrente de modelo dominante (DIAC). La muestra estuvo compuesta por 207 universitarios, divididos en dos grupos: 137 pertenecían al grupo experimental y 70 al grupo control. Los resultados del estudio evidenciaron, con un nivel de significancia $p < 0,05$, que la implementación del programa educativo tuvo un impacto positivo en el desarrollo del liderazgo en los estudiantes del grupo experimental. En contraste, no se observaron cambios significativos en la creatividad de los estudiantes del grupo control. Asimismo, se concluyó que, tras la aplicación del programa en las cuatro aulas experimentales, el desarrollo del liderazgo alcanzó niveles muy altos, con porcentajes de 74 %, 70 %, 80 % y 69 %, respectivamente.

Sanchez y Valiente (2024) en su artículo denominado:

“La gestión académica estratégica y su incidencia en la intención emprendedora universitaria”, Este estudio tuvo como propósito analizar cómo la gestión académica estratégica influye en la intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. La investigación adoptó un diseño no experimental, de tipo transaccional y con un alcance correlacional. Para el análisis de los datos, se utilizaron las pruebas estadísticas de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk, las cuales evidenciaron que los datos no seguían una distribución normal. Posteriormente, se aplicó la prueba de evaluación rho de Spearman para evaluar la relación entre las variables.

Los resultados indicaron un nivel de significancia de 0.011, menor al umbral de 0.05, y un coeficiente de correlación positiva, aunque muy bajo ($r = 0.191$). Esto demuestra que existe una relación significativa entre la gestión académica estratégica y la intención emprendedora de los estudiantes, aunque la magnitud de esta relación es débil.

Perez (2020) en su tesis denominada:

“Propuesta de incubadora empresarial para generar emprendimiento en alumnos del programa académico de administración, Universidad San Pedro, Chimbote – 2019”, esta investigación tuvo como propósito establecer el nivel de emprendimiento que poseen los alumnos del programa académico de administración en la Universidad San Pedro de Chimbote para seguidamente diseñar una propuesta de incubadora empresarial. Se empleó el diseño no experimental, de corte transversal, descriptivo, propositivo, con enfoque cuantitativo. Se trabajó con una muestra de 245 estudiantes del semestre 2019-II, a quienes se les aplicó un cuestionario; asimismo se trabajó con 10 grupos de estudiantes del I al X ciclo a quienes se les hicieron observaciones en clase.

Se describieron e interpretaron los resultados de los tres instrumentos para la comprensión de las características emprendedoras de los estudiantes según dimensiones, indicadores e índices. Los resultados permitieron concluir que el 94.69% de estudiantes posee un nivel de emprendimiento medio, siendo la dimensión social la que muestra un mayor porcentaje de estudiantes en el nivel medio (99.59%), mientras que en la dimensión técnica se percibe un nivel alto en el 9.39% de estudiantes y la dimensión personal en el 7.35%. Las características emprendedoras de la dimensión personal más desarrolladas son los valores personales y el sentido de independencia, y de nivel bajo es la iniciativa emprendedora. Asimismo, todas las características emprendedoras de la dimensión social se encuentran en un nivel regular tales como el manejo de conflictos, el impacto e influencia, el liderazgo y las relaciones. Las características emprendedoras de la dimensión técnica más desarrolladas son las habilidades prospectivas y la eficacia, y las menos desarrolladas son el pensamiento estratégico y habilidades de gestión. De acuerdo a los resultados obtenidos, se diseñó una propuesta de incubadora empresarial dirigida a los alumnos de administración de la Universidad San Pedro, la cual se basó en el desarrollo de las habilidades personales, sociales y técnicas de los estudiantes.

2.2.2. Local

Huaman (2024) en su tesis titulada:

“Liderazgo estratégico y su incidencia en el manejo de conflictos, municipalidad distrital de Pampas de Hospital, Tumbes, 2023” cuyo objetivo se enfocó en determinar la incidencia del liderazgo estratégico en el manejo de conflictos en la Municipalidad Distrital de Pampas de Hospital, Tumbes, 2023. Su metodología asentó un estudio de tipo aplicada, descriptiva – correlacional de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de corte transversal. La muestra de estudio que fue constituida por 37 colaboradores entre nombrados y personal administrativo de la institución, data seleccionada por muestreo no probabilístico, por conveniencia e intencional. Para la elaboración de la investigación, se aplicaron los siguientes métodos: deductivo, inductivo, cuantitativo y analítico - sintético, los cuales accedieron afrontar la investigación de modo sistematizado. La adquisición de datos se mantuvo en la técnica de la encuesta cuyo instrumento fue el cuestionario; estructurado con 12 preguntas en escala de Likert para cada variable de estudio: De acuerdo (DA) = 3, Indeciso (I) = 2 y En desacuerdo (ED) = 1. Los datos seleccionados se tabularon y procesados en la herramienta Microsoft Excel e importada en el software de estadística SPSS para su análisis complejo e inferencia correlacional. Los resultados obtenidos determinaron la incidencia del liderazgo estratégico en el manejo de conflictos con un coeficiente rho de Spearman de 0,684; siendo en grado de correlación y/o asociación positiva considerable y significativa al 1%. Así mismo, en las dimensiones pensamiento integrador ($\rho = 0,642$), superación de los obstáculos al cambio ($\rho = 0,513$) y uso eficaz del poder ($\rho = 0,676$) existe una correlación positiva considerable con respecto al manejo de conflictos.

Zapata (2023) en su investigación denominada:

“Marketing digital y la publicidad online en el emprendimiento de los jóvenes del distrito de Tumbes, 2022”, tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre las variables Marketing digital y la publicidad online en el emprendimiento de los jóvenes del distrito de Tumbes, 2022. Además, es de orientación cuantitativo, de tipo de estudio correlacional, de diseño No experimental, de corte transversal y prospectivo; la muestra de este estudio estuvo conformada por 111 jóvenes emprendedores a quienes se les aplicó un cuestionario. Es por eso que, la unidad de análisis se obtuvo a través de la fórmula estadística, al mismo tiempo se trabajó con el muestreo probabilístico aleatorio simple al emplear el cuestionario. Asimismo, se comprobó la hipótesis de investigación mediante el coeficiente de correlación rho Spearman, el cual permitió medir el nivel de significancia de correlación entre las variables de estudio. Los resultados indicaron que el 70% de los jóvenes emprendedores encuestados valoran un nivel de relación "Bueno" en la variable marketing digital, también en la publicidad valorándose como "Bueno", con un valor de significancia bilateral de 0,001; y con un coeficiente de correlación positiva baja (0,341); En consecuencia, existe relación directa entre el marketing digital y la publicidad online; asimismo, se determinaron las conclusiones de investigación, donde la variable Marketing digital se valora como "Buena" en un 70%; de igual manera, la variable publicidad online como "Buena" en un 43%. Finalmente, la relación cuantitativa de ambas variables es de 15.5 puntos, y se califica como "Bueno".

Bustamante (2020) en su investigación titulada:

“El liderazgo estratégico en la gestión educativa desde el enfoque de mejoramiento continuo”, estudió el impacto del liderazgo estratégico en la gestión educativa, desde la perspectiva del mejoramiento continuo. Se examinaron los antecedentes relacionados con el tema, junto con un análisis

teórico de las variables clave. El análisis se basó en la revisión de aportes de fuentes científicas indexadas a nivel global. Se delinearon conclusiones y recomendaciones pertinentes en relación con la interacción entre el liderazgo estratégico y la gestión educativa, desde el enfoque de mejoramiento continuo.

Sandoval (2023) en su tesis titulada:

“El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la Generación de Empleo, Post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022”, considero como objetivo determinar la influencia del emprendimiento de negocios como generación de empleo post pandemia del COVID- 19 en el Distrito de Tumbes, Perú 2022. Su metodología fue de nivel descriptiva correlacional, no experimental transeccional, con una población constituida por los emprendimientos generados el 2020 y 2021 en el Distrito de Tumbes, cuya población está constituida por 1500 propietarios de emprendimientos como persona naturales con negocio, muestra finita, se manejó la técnica del cuestionario a 306 propietarios de negocios como persona natural con negocio del Distrito de Tumbes, empleando un cuestionario de 28 preguntas en escala de Lickert, 16 preguntas para la variable emprendimiento y 12 preguntas para la variable generación de empleo (Totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo, ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo). Las dimensiones detalladas en la investigación para la variable emprendimiento fueron necesidad, oportunidad, riesgo e innovación, para la variable generación de empleo fueron jornada laboral, remuneración y oportunidad de crecimiento. Como resultado más importante el emprendimiento de negocios tuvo una influencia del 53.6% encontrándose en un nivel alto de la generación de empleo, con un nivel de significancia del 0,034 del coeficiente de Spearman, donde se pudo apreciar una relación de asociatividad entre las variables en estudio, considerando que a raíz de la pandemia, varios emprendedores aprovecharon la oportunidad, tomando el riesgo de emprender sosteniéndose en gran mayoría de las herramientas tecnológicas que ofrece el mercado, formando nuevos

puestos de trabajo, como también autoempleo en las familias del Distrito de Tumbes.

León (2023) en su tesis denominada:

“Educación financiera y emprendimiento de las Mypes de la galería Ramos, Tumbes 2023”, estableció como objetivo general estudiar la influencia de la Educación financiera y el emprendimiento de las mypes de la galería Ramos, Tumbes 2023. El tipo de investigación fue primordial, con nivel descriptivo-correlacional, con enfoque cuantitativa, de diseño no experimental con corte transversal, la muestra fue censal y fue constituida por los 105 microempresarios ubicados en la galería Ramos, se utilizó la destreza de la encuesta y como instrumento el cuestionario con la escala Likert el cual contiene de 19 preguntas para cada variable en acción. Las deducciones que se lograron fue que el 69.52% conservan un elevado nivel de educación influenciando al emprendimiento en un 74.29% con un coeficiente de correlación de rs 0.757 por lo que la educación financiera interviene elocuentemente en los emprendimientos. Para la dimensión habilidades financieras se observó que posee un 69.52% con un coeficiente de correlación de rs 0.636, y para la dimensión conocimiento se ubica en un nivel alto con 55.24% con un coeficiente de correlación positiva considerable de rs 0.656 y para la dimensión actitud financiera se obtuvo un nivel alto de 79.05% con un coeficiente de correlación de 0.61.

2.3. Definición de términos básicos

Liderazgo

“El liderazgo es la causa de predominio entre líderes y seguidores para alcanzar los objetivos organizacionales mediante el cambio” (Lussier y Achua, 2011, p. 6).

Emprendimiento

“Involucra pensar y actuar con creatividad y visión innovadora, al examinar y generar oportunidades para liderar y modernizar procesos” (Boveda et al. 2015, p. 7).

Estrategia

“La estrategia se basa en un intenso curso de operación que la organización selecciona, desde la proposición de que un enfoque futuro diferente le proporcionará lucros y excelencias de acuerdo con su entorno presente” (Chiavenato, 2016, p. 4).

Visión

“La visión es la cabida para imaginar distintos y excelentes circunstancias y las formas de alcanzarlas esta convence y atrae a los demás” (Lussier y Achua, 2011, p. 341).

Habilidades

“Son competencias personales muy significativas que ayudan a todos a enfrentarnos mejor a cambios y desafíos extraordinarios, que sacan el mejor provecho de las oportunidades y de aquellas que ya están presentes” (Prince, 2019, p.8).

Innovación

“La innovación permite que las organizaciones triunfen y son las que siempre están en la investigación de lo nuevo e incomparable ” (Chiavenato, 2016, p. 167).

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis

Tipo de estudio

La investigación de tipo aplicada, orientada a la búsqueda de soluciones frente a problemas identificados en un contexto real. De enfoque cuantitativo, debido al manejo de datos numéricos, empleándose la escala de Likert en los instrumentos de medición. Asimismo, se utilizó la estadística para el análisis de los datos, determinándose la correlación entre las variables mediante el coeficiente rho de Spearman, y contrastándose las hipótesis a través del valor de significancia (p-valor).

Se desarrolló un estudio de tipo correlacional debido a que el análisis se centró en examinar el grado de asociación y correlación entre dichas variables. En este marco, correlacional, se buscó un coeficiente que permitiera medir el grado en que ambas variables estuvieron relacionadas de forma lineal, a fin de determinar si existía una asociación significativa entre ellas (García, 2016, p. 160).

El estudio ha tenido un enfoque cuantitativo, ya que se aplicó una escala de Likert y el procesamiento de los datos se realizó mediante el software estadístico SPSS, el cual arrojó resultados estadísticos como el p-value, el coeficiente rho de Spearman y tablas de frecuencia. Baena (2017) señaló; el modelo cuantitativo, si bien resulta en muchos casos inaplicable en ciertos tipos de investigación social, proporciona una base útil

para establecer comparaciones con la investigación cualitativa, más frecuente en las ciencias sociales.

Diseño de la investigación

Se aplicó un diseño no experimental, ya que la información recolectada no se maniobro. Al respecto, Sampieri et al. (2003) mencionaron; este tipo de diseño se caracteriza por desarrollarse sin la manipulación deliberada de variables, investigación donde no se modifica intencionalmente la variable independiente. (p.247)

Asimismo, un estudio de tipo transversal, ya que la información se recolectó en un solo momento en este caso en el año 2025. Según Rios (2017) los estudios transversales se caracterizan por recopilar datos en un periodo corto o en un punto específico del tiempo, y debido a esta característica, no permiten el análisis de tendencias. (p.85)

3.2. Población, muestra y muestreo

3.2.1. Población

Garcia (2016) define; "vinculo de elementos que sostienen una particularidad similar que es visible y nos acerca a lo queremos realizar, determinando estudios" (p. 130)

La población de estudio que ha participado en la investigación estuvo conformada por 53 jóvenes emprendedores activos que comprenden a diferentes rubros de negocio conforme a la dirección de Incubadora de empresas de la Universidad Nacional de Tumbes.

Tabla 1*Rubro de negocio de los emprendedores*

Rubro de negocio	Cantidad de emprendimientos
Repostería y pastelería	4
Alimentos artesanales	5
Joyería en acero	10
Cosmética y belleza	4
Servicios de bebidas y coctelería	3
Arreglos y regalos personalizados	6
Estética y cuidado personal	1
Turismo y hospitalidad	3
Textilería y moda	5
Productos importados	2
Alimentos(restaurante)	2
Artículos tejidos	4
Editorial y literatura	1
Calzado	1
Joyería artesanal	1
Detalles personalizados	1
Total	53

Fuente: Dirección de Incubadora de empresas de la Untumbes

3.2.2. Muestra

García (2016) explica " es un subgrupo determinado de la población de la cual se efectuará una medición que establezca resultados aplicables para toda la población" (p. 130).

La muestra se realizó en base al total de jóvenes universitarios emprendedores activos pertenecientes de la Universidad Nacional de Tumbes, es decir se determinó, población es igual a muestra.

Según López y Fachelli (2015) afirman; el porcentaje determinado de la muestra censal es igual a la población; de tal forma que esta selección se utiliza cuando la población es escasamente pequeña.

3.2.3. Muestreo

Baena (2017) sostiene; el muestreo es una forma mediante la cual algunos segmentos de una determinada población, se distinguen como característicos de la población entera. A partir del muestreo obtenemos luz verde para conocer algo acerca de una gran población con menor costo, moderado y con mayor celeridad confrontada con una descripción completa de la población como sería el censo (p.84).

Se diseñó un cuestionario para cada una de las variables: liderazgo estratégico y emprendimiento 15 ítems, ambas variables utilizando la escala de Likert. La aplicación de la encuesta se llevó a cabo en un horario previamente establecido a los 53 jóvenes emprendedores, en la ciudad universitaria, específicamente en espacios de descanso (bancas, plataformas deportivas).

3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección

3.3.1. Métodos

Dhigo (2016) "Los métodos teóricos cumplen una función gnoseológica esencial, ya que existe la posibilidad de interpretación conceptual de los datos históricos encontrados" (p.65).

En la presente investigación se emplearon varios métodos: deductivo, inductivo, cuantitativo, sintético, analítico y descriptivo. Estos métodos fueron fundamentales para el desarrollo del estudio, por lo cual se describen a continuación:

Deductivo

Pimienta Y De la Orden (2017) consiente de organizar raciocinios en los cuales los que se infieren u alcanzan terminaciones o juicios generales, a partir de una o varios indicios o versiones verdaderas. De esta forma se muestran nociones y enunciaciones para obtener conclusiones y resultados. (p.45) En la investigación se utilizó para el estudio de variables, se analizaron conceptos, definiciones y bases teóricas sobre el liderazgo estratégico y emprendimiento.

Inductivo

Ñaupas (2018) afirman "los análisis de los hechos particulares son utilizados para buscar leyes o proposiciones generales" (p.105). Este método se empleó a partir una hipótesis planteada en función a parámetros de la investigadora, con la finalidad de obtener los resultados que contrastaron la hipótesis mediante el rho de Spearman.

Sintético

Ruiz (2012) "Se determina por hacer una exhibición metódica transitoria de aquellos compendios de la realidad que son extraídos de un plano decano para su estudio" (p.92). Este método se utilizó al reunir todos los resultados para obtener una idea general y completa. Es decir, se unieron los datos más importantes para entender cómo se relacionan entre sí y sacar conclusiones finales.

Analítico

Sampieri et.al (2003) "manera que se basa en fraccionar o fragmentar aquello que experimenta (material o conceptual), descomponiéndolo en disparejas partes para observar sus causas, naturaleza y efectos" (p.12). En el marco de esta investigación se utilizó el método porque se ha descompuesto la variable principal en dimensiones

y estas en indicadores con el fin de examinar detalladamente su influencia en la investigación.

Descriptivo

Arias (2012) "se basa en la elaboración de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con la finalidad de plantear su estructura o comportamiento" (p.24). Este método implica describir de forma detallada el comportamiento de una determinada población, para de esa manera analizar mediante la evaluación la asociatividad de las variables de estudio y obtener las conclusiones precisas.

Cuantitativo

Mohamed (2003) "es una manera de investigación que se basa en utilizar métodos numéricos y estadísticos para calcular y estudiar los datos" (p.32). Este método fue aplicado a medida que los datos que fueron procesados bajo herramientas estadísticas que nos arrojaron datos numéricos y estadísticos que facilitaron la obtención de resultados precisos.

3.3.2. Técnicas de recolección de datos

Arias (2012) considera; las técnicas de recolección de datos son las incomparables maneras o procedimientos de obtener datos. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos especialidades: oral o escrita (cuestionario), la entrevista, el análisis documental, análisis de contenido, etc. (p.111)

Encuesta

Dihigo (2016) menciona; procedimiento de estudio científica apremia el alcance de conseguir contestaciones a un grupo de interrogaciones. Las preguntas se constituyen de acuerdo con definitivos requisitos en un cuestionario, cuya producción solicita un

trabajo esmerado y, a su vez, esfuerzo y tiempo para prepararlo apropiadamente, y que sirva para estimular el interés de los sujetos que lo responderán. (p.95) En esta investigación se utilizó la encuesta, dependiendo de los indicadores, los cuales determinaron las preguntas que fueron resueltas por los emprendedores universitarios.

3.3.3. Instrumentos de recolección de datos

Arias (2012) indica "un instrumento de recolección de datos es un expediente cualquiera, dispositivo o tamaño (en papel o digital), que se emplea para alcanzar, registrar o acumular información" (p.69).

Cuestionario

Ñaupas et al. (2018) definen; el cuestionario es una característica de la técnica de la encuesta, que radica en expresar un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están coherentes a hipótesis de trabajo y es por eso que, a las variables e indicadores de investigación, tienen como propósito coleccionar información para verificar las hipótesis de trabajo. (p.291). En el desarrollo de esta investigación se elaboraron 2 cuestionarios: 15 preguntas para cada variable, diseñados para su aplicación a una muestra censal de 53 jóvenes emprendedores de la Untumbes, utilizando la escala de Likert de 5 niveles para su respectiva medición.

3.4. Procesamiento y análisis

Procesamiento de datos

Ñaupas (2018) "Es la actividad que se elabora una vez finalizada la recolección. Es considerada como un proceso que puede ser ejecutado en forma manual, mecánica o electrónica" (p.420).

Después de haber recogido los datos, estos se organizaron y presentaron en una matriz de tabulación empleada en una hoja de Excel. Este proceso se realizó para cada una de las variables, y luego se exportaron a un software estadístico SPSS. Para el uso del mismo, se requirió una licencia, ya que no es un software de libre distribución, siendo utilizada la versión SPSS 29.0 con la serie: 434bc3be1d2166ecdf91 (usada e instalada en la PC del Dr. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta). Gracias a ello, se pudo realizar el análisis, obteniendo las tablas de frecuencia e indicadores, así como rho de Spearman, que determinó la correlación entre las dimensiones y variables. Además, se utilizó el P-value para la comprobación de la hipótesis.

Análisis de datos

Utilizando el software SPSS se obtuvieron datos estadísticos, los cuales fueron plasmados en tablas y coeficientes que sirvieron para la elaboración de la discusión y contrastación de la hipótesis; asimismo, estos datos permitieron dar respuesta al problema planteado y cumplir con los objetivos de la investigación.

En la investigación, el análisis de la información permitió obtener resultados esperados, en consecuencia, respondió al objetivo general y los objetivos específicos.

3.5. Validez y confiabilidad de instrumentos de medición

Arias (2012) menciona "lo fundamental es comprobar si el instrumento mide lo que se procura medir, paralelamente se analizó su correspondencia con los objetivos específicos y variables de la investigación" (p.135).

La validez del instrumento se refirió al grado en el que el instrumento midió aquello que pretendió medir. Para asegurar dicha validez, el cuestionario fue sometido a un proceso de validación por juicio de expertos quienes evaluaron la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems en relación con los objetivos y variables de estudio.

La retroalimentación de los especialistas permitió realizar los ajustes necesarios antes de su aplicación final, lo que contribuyó a garantizar la validez del contenido del instrumento.

Confiabilidad

Sampieri et.al (2003) indican; el coeficiente alfa de Cronbach desarrollado por J. L. Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. El beneficio radica en que no hay obligación de dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, únicamente es aplicable la medición y se calcula el coeficiente. (p.279)

Según McDonald (1999) “el coeficiente Omega de McDonald también se conoce como fiabilidad compuesta, se plantea como un sustituto del alfa de Cronbach ya que controla algunos de sus sesgos” (p.9)

Ñaupas et al. (2018) “un instrumento es preciso cuando las mediciones realizadas no son modificadas significativamente, ni en el tiempo, ni por la aplicación a diferentes personas, que tienen el mismo grado de instrucción” (p.277)

Se hizo uso de dos pruebas para estimar ello: el alfa de Cronbach y el omega de McDonald. Son claramente notorias diferencias entre ambas pruebas, se ejecutaron estos estadísticos con la finalidad de determinar la doble fiabilidad del instrumento diseñado por medio de dos pruebas estadísticas diferentes.

Tabla 2*Crterios de decisión para la confiabilidad del instrumento*

Rango	Confiabilidad
0.81 – 1	Muy alta
0.61 – 0.80	Alta
0.41 – 0.60	Media
0.21 – 0.41	Baja
0 – 0.20	Muy baja

Fuente: Palella y Martins (2016)

Para la variable liderazgo estratégico, se aplicó el coeficiente a la muestra total conformada por 53 jóvenes universitarios emprendedores, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.836. Este resultado indica un nivel de confiabilidad alto, lo que evidencia la consistencia interna del instrumento y la adecuación de los ítems empleados para medir dicha variable.

Tabla 3*Fiabilidad de la variable liderazgo estratégico*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.836	15

Fuente: Encuesta aplicada

Para la variable emprendimiento, se aplicó el coeficiente a la muestra total conformada por 53 jóvenes universitarios emprendedores, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.868. Este resultado indica un nivel de confiabilidad alto, evidenciando la consistencia interna del instrumento y la adecuación de los ítems empleados para medir dicha variable.

Tabla 4*Confiabilidad de la variable emprendiendo*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0.868	15

Fuente: Prueba piloto

Tabla 5*Criterios de decisión para la confiabilidad del instrumento (Omega de McDonal)*

Valor de Omega (ω)	Confiabilidad
$\omega < 0.60$	Muy baja
0,60 – 0,69	Baja
0,70 – 0,79	Media
0,80 – 0,89	Alta
$\geq 0,90$	Muy alta

Para la variable liderazgo estratégico, se aplicó el coeficiente a los 53 jóvenes universitarios emprendedores, obteniéndose un Omega de McDonald de 0.828. Este valor refleja una alta confiabilidad del instrumento, confirmando la coherencia interna de los ítems utilizados para medir esta variable.

Para la variable emprendimiento, se aplicó el coeficiente a los 53 jóvenes universitarios emprendedores, obteniéndose un Omega de McDonald de 0.886. Este valor refleja una alta confiabilidad del instrumento, confirmando la coherencia interna de los ítems utilizados para medir esta variable.

3.6. Hipótesis

Hipótesis General

H_A: El liderazgo estratégico se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes, Tumbes 2025.

H₀: El liderazgo estratégico no se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes, Tumbes 2025.

3.6.1. Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H_A: La dimensión visión estratégica se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión visión estratégica no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Hipótesis específica 2

H_A: La dimensión toma de decisiones se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión toma de decisiones no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Hipótesis específica 3

H_A: La dimensión de habilidades blandas se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión de habilidades blandas no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Hipótesis específica 4

H_A: La dimensión del espíritu emprendedor se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión del espíritu emprendedor no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Se realizó la contrastación de hipótesis mediante P- value, en donde:

Si $P < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna

Si $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula

3.7. Definición y operacionalización

Definición conceptual:

Variable 1: Liderazgo estratégico

Es la habilidad capacidad para prever y adaptarse a los cambios, mantener una mentalidad flexible, pensar estratégicamente y colaborar con los demás para promover transformaciones que aseguren un futuro significativamente adecuado para la organización. (Lussier & Achua, 2011, p. 418).

Variable 2: Emprendimiento

Es reconocer y evaluar oportunidades de negocio, reunir y organizar los recursos necesarios y convertir estas oportunidades en ideas factibles. (Castillo, 2021, p. 13).

3.7.1. Operacionalización de variables

La variable 1 obtendremos sus datos mediante el diseño de un cuestionario constituido en base a las dimensiones: visión estratégica, toma de decisiones, habilidades blandas, conocimiento estratégico y sus respectivos indicadores. Se usará la escala de Likert con 5 alternativas: totalmente de acuerdo (TA): 5; de acuerdo (DA): 4; indeciso (I): 3; en desacuerdo (ED): 2; totalmente desacuerdo (TD): 1; el instrumento de medición se aplicará a la muestra censal de 53 emprendedores universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes.

Tabla 6*Dimensiones, indicadores, ítems e instrumentos de medición*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos y escala de medición
Visión estratégica	Metas alcanzadas	1,2,3,4	Cuestionario
	Alineación		
	Transformación		
	Optimismo		
Toma de decisiones	Decisiones acertadas	5,6,7,8	Escala de Likert
	Taza de éxito		
	Nivel de riesgo		
	Impacto en los resultados		
Habilidades blandas	Comunicación interpersonal	9,10,11,12	(5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Indeciso; (2) En Desacuerdo; (1) Totalmente en desacuerdo.
	Resolución de conflictos		
	Retroalimentación positiva		
	Empatía		
Conocimiento estratégico	Planificación	13,14,15	
	Competencia del mercado		
	Conocimiento de tendencias		
	Generación de estrategias		

Fuente: Cuestionarios

La variable 2 obtendremos sus datos mediante el diseño de un cuestionario constituido en base a las dimensiones: innovación, propuesta de valor, espíritu emprendedor, creatividad y sus respectivos indicadores. Se usará la escala de Likert con 5 alternativas: totalmente de acuerdo (TA): 5; de acuerdo (DA): 4; indeciso (I): 3; en desacuerdo (ED): 2; totalmente desacuerdo (TD): 1; el instrumento de medición se aplicará a la muestra censal de 53 emprendedores universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes.

Tabla 7*Dimensiones, indicadores, ítems e instrumentos de medición*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos y escala de medición
Innovación	Avance tecnológico	1,2,3,4	Cuestionario
	Investigación y desarrollo		
	Novedad		
	Nivel de competitividad		
Propuesta de valor	Satisfacción de cliente	5,6,7,8	Escala de Likert
	Marca		
	Calidad		
	Fidelización		
Espíritu emprendedor	Iniciativa	9,10,11,12	(5) Totalmente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Indeciso; (2) En Desacuerdo; (1) Totalmente en desacuerdo.
	Idea de negocio		
	Participación en incubadoras		
	Grado de innovación		
Creatividad	Lluvia de ideas	13,14,15	
	Mejora continua		
	Reconocimientos		
	Proyectos creativos		

Fuente: Cuestionarios

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

La asociación que se muestra en este acápite es producto de la aplicación de encuestas a los emprendedores universitarios relacionadas a las variables de estudios: Liderazgo estratégico y emprendimiento; información que se presenta a continuación en tablas y coeficientes:

Para su objetivo general: Analizar la relación de liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes, Tumbes 2025.

Tabla 8

Nivel de relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes.

Niveles	Liderazgo estratégico			Emprendimiento	
	Puntuación	Nº Enc.	%	Nº Enc.	%
Alto	55- 75	17	32.08%	6	11.32%
Medio	35 - 54	33	62.26%	37	69.81%
Bajo	15 - 34	3	5.66%	10	18.87%
Total		53	100.00%	53	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada

En la tabla 8 se distingue que del total de encuestados de la variable liderazgo estratégico, 32.08% se ubica en el nivel alto, el 62.26% con nivel medio y el 5.66% se encuentra en el nivel bajo, teniendo un impacto en el emprendimiento el cual se encuentra con 11.32% en el nivel alto y el 69.81% para el nivel medio y para el nivel bajo con 18.87%, estos resultados permiten evidenciar que el liderazgo estratégico a través de una toma de decisiones acertada con una visión futura específica, permite a los emprendedores anticipar amenazas y desarrollar una visión clara que guíe el crecimiento y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

Para el objetivo específico 1: Describir la relación de la visión estratégica en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 9

Nivel de relación de la visión estratégica en el emprendimiento

Niveles	Visión estratégica			Emprendimiento		
	Puntuación	Nº Enc.	%	Puntuación	Nº Enc.	%
Alto	15 - 20	19	35.85%	55- 75	6	11.32%
Medio	9 - 14	32	60.38%	35 - 54	37	69.81%
Bajo	4 - 8	2	3.77%	15 - 34	10	18.87%
Total		53	100%		53	100.00%

Fuente: Encuestas aplicadas

La dimensión visión estratégica, basada en indicadores como metas alcanzadas, alineación, transformación y optimismo, se determinó que en el nivel alto presenta un 35.85%, en tanto, el nivel medio alcanzó un 60.38% y el nivel bajo obtuvo un 3.77%, demostrando que una parte considerable de los jóvenes universitarios emprendedores de la Untumbes posee la capacidad de proyectar su negocio a futuro, estableciendo metas claras, anticipando cambios del entorno y guiando sus decisiones estratégicamente. Por consiguiente, en cuanto a la variable emprendimiento, el nivel alto alcanzó un 11.32%, el nivel medio con un 69.81%, mientras que el nivel bajo obtuvo un 18.87% evidenciando emprendimientos en crecimiento y en proceso de desarrollo en la gestión, planificación y sostenibilidad de sus negocios.

Para el objetivo específico 2: Explicar la relación de la toma de decisiones en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 10

Nivel de relación de toma de decisiones en el emprendimiento

Niveles	Toma de decisiones			Emprendimiento		
	Puntuación	Nº Enc.	%	Puntuación	Nº Enc.	%
Ato	15 - 20	18	33.96%	55- 75	6	11.32%
Medio	9 - 14	23	43.40%	35 - 54	37	69.81%
Bajo	4 - 8	12	22.64%	15 - 34	10	18.87%
Total		53	100%		53	100.00%

Fuente: Encuestas aplicadas

La dimensión toma de decisiones, basada en indicadores como decisiones acertadas, tasa de éxito, nivel de riesgo e impacto de resultados, se determinó que en el nivel alto presenta un 33.96%, el nivel medio alcanzó un 43.40% y el nivel bajo obtuvo un 22.64%, indicando como los jóvenes emprendedores de la Untumbes poseen la capacidad de analizar situaciones mostrando cierta habilidad para decidir, pero con limitaciones en cuanto a asumir riesgos y ejecuciones oportunas. Por consiguiente, la variable emprendimiento se distribuye en un 11.32% en el nivel alto, el nivel medio, con un 69.81% y el nivel bajo alcanzó un 18.87%, demostrando como los emprendimientos están en proceso de consolidación.

Para el objetivo específico 3: Identificar la relación de las habilidades blandas en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 11

Nivel de relación de las habilidades blandas en el emprendimiento

Niveles	Habilidades blandas			Emprendimiento		
	Puntuación	Nº Enc.	%	Puntuación	Nº Enc.	%
Ato	15 - 20	13	24.53%	55- 75	6	11.32%
Medio	9 - 14	32	60.38%	35 - 54	37	69.81%
Bajo	4 - 8	8	15.09%	15 - 34	10	18.87%
Total		53	100%		53	100.00%

Fuente: Encuestas aplicadas

La dimensión habilidades blandas, fundamentada en indicadores como comunicación interpersonal, resolución de conflictos, retroalimentación positiva y empatía, se determinó que la dimensión habilidades blandas en el nivel alto presenta un 24.53%, el nivel medio alcanzó un 60.38% y el nivel bajo obtuvo un 15.09%, revelando que una parte de los jóvenes universitarios emprendedores de la Untumbes posee un buen desarrollo de competencias como la comunicación efectiva, trabajo en equipo, empatía y manejo emocional, lo cual favorece el clima organizacional y el trato con los clientes. Por consiguiente, en cuanto a la variable emprendimiento, el 11.32% de los encuestados se encuentra en el nivel alto, el 69.81% está en el nivel medio y el 18.87% se ubica en el nivel bajo, demostrando negocios más consolidados y con mayor capacidad de gestión en vías de desarrollo y fortalecimiento para sostenibilidad del emprendimiento.

Para el objetivo específico 4: Determinar la relación del espíritu emprendedor en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 12

Nivel de relación de conocimiento estratégico en el emprendimiento

Niveles	Espíritu emprendedor			Emprendimiento		
	Puntuación	N° Enc.	%	Puntuación	N° Enc.	%
Ato	11 - 15	19	35.85%	55- 75	6	11.32%
Medio	7 - 10	34	64.15%	35 - 54	37	69.81%
Bajo	3 - 6	0	0.00%	15 - 34	10	18.87%
Total		53	100%		53	100.00%

Fuente. Encuesta aplicada

La dimensión espíritu emprendedor, basada en indicadores como iniciativa, idea de negocio, participación en incubadoras y grado de innovación, se determinó que en el nivel alto presenta un 35.85%, el nivel medio alcanzó un 64.15% y el nivel bajo obtuvo un 0.00% indicando como los jóvenes universitarios emprendedores de la Untumbes poseen una alta motivación para iniciar un negocio propio, mostrando confianza, autonomía y disposición para asumir riesgos. En relación con la variable emprendimiento, el 11.32% de los encuestados se encuentra en el nivel alto, el 69.81% en el nivel medio, y el 18.87% en el nivel bajo. Estos resultados permiten determinar que el espíritu emprendedor se relaciona directamente con la creación del emprendimiento y los jóvenes con un alto nivel de actitud emprendedora tienden a lograr un mejor desempeño en sus negocios, reflejando mayor iniciativa y creatividad.

Resultados inferenciales

Para su hipótesis general:

H_A: El liderazgo estratégico se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes, 2025.

H₀: El liderazgo estratégico no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes, 2025.

Tabla 13

Correlación entre liderazgo estratégico y emprendimiento

rho de Spearman		Liderazgo estratégico	Emprendimiento
Liderazgo estratégico	Coeficiente de correlación	1.000	,646**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,646**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**Significación bilateral de 0,01

En la Tabla 13 se evidencia una correlación positiva considerable entre el liderazgo estratégico y el emprendimiento, con un coeficiente de Spearman de 0.646 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Este resultado indica una relación directa estadísticamente significativa al 1%, lo que permite rechazar la hipótesis nula. En consecuencia, se concluye que, a mayor liderazgo estratégico, mayor es el nivel de emprendimiento en los jóvenes encuestados.

Para su hipótesis específica 1:

H_A: La dimensión visión estratégica se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión visión estratégica no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 14*Correlación entre visión estratégica y emprendimiento*

Rho Spearman		Visión estratégica	Emprendimiento
Visión estratégica	Coefficiente de correlación	1.000	,518**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,518**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**Significación bilateral de 0,01

En la tabla 14 se evidencia una correlación positiva considerable entre la visión estratégica y el emprendimiento, con un coeficiente de Spearman de 0.518 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Esto indica que la relación es estadísticamente significativa al 1%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. En conclusión, una mayor visión estratégica se asocia con un mayor nivel de emprendimiento en los jóvenes universitarios de la Untumbes.

Para su hipótesis específica 2:

H_A: La dimensión toma de decisiones se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión toma de decisiones no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 15*Correlación entre toma de decisiones y emprendimiento*

Rho de Spearman		Toma de decisiones	Emprendimiento
Toma de decisiones	Coefficiente de correlación	1.000	,703**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,703**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**Significación bilateral de 0,01

En la tabla 15 se evidencia una correlación positiva considerable con un coeficiente de Spearman de 0.703 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Esto indica que existe una relación directa y significativa al 1%, por lo que se acepta la hipótesis alterna. Es decir, a mayor capacidad de toma de decisiones, mayor es el nivel de emprendimiento en los jóvenes encuestados.

Para su hipótesis específica 3:

H_A: La dimensión de habilidades blandas se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión de habilidades blandas no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 16*Correlación entre habilidades blandas y emprendimiento*

Rho de Spearman		Habilidades blandas	Emprendimiento
Habilidades blandas	Coefficiente de correlación	1.000	,489**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Emprendimiento	Coefficiente de correlación	,489**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**Significación bilateral de 0,01

En la tabla 16 se muestra una correlación positiva media con un coeficiente de Spearman de 0.489 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Esto indica que la relación es estadísticamente significativa al 1%, lo que permite aceptar la hipótesis alterna. En consecuencia, a mayor desarrollo de habilidades blandas, mayor es el nivel de emprendimiento en los jóvenes universitarios.

Para su hipótesis específica 4:

H_A: La dimensión del espíritu emprendedor se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

H₀: La dimensión del espíritu emprendedor no se relaciona de manera positiva y ni significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Untumbes.

Tabla 17*Correlación entre espíritu emprendedor y emprendimiento*

Rho de Spearman		Espíritu emprendedor	Emprendimiento
Espíritu emprendedor	Coeficiente de correlación	1.000	,941**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	53	53
Emprendimiento	Coeficiente de correlación	,941**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	53	53

**Significación bilateral de 0,01

En la tabla 17 se muestra una correlación positiva muy fuerte con un coeficiente de Spearman de 0.941 y una significancia bilateral de $0.000 < 0.05$. Esto indica que la relación es estadísticamente significativa al 1%, permitiendo aceptar la hipótesis alterna. Como resultado, a mayor desarrollo del espíritu emprendedor mayor es el nivel de emprendimiento en los jóvenes universitarios.

4.2. Discusión

En la tabla 8 se observó que el nivel de relación entre liderazgo estratégico y los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes, se ubicó en el nivel medio con el 62.26% y con 69.81% respectivamente ambas variables de estudio. Estas cifras porcentuales indicaron que la visión holística de los emprendedores se encuentra en desarrollo esto implica que están aumentando la percepción de su entorno competitivo universal. Al respecto Arocha (2016) manifiesta, a través de la observación de nuevas oportunidades en el mercado se identifican las capacidades de innovaciones empresariales, reconocen posibles amenazas y desarrollan una visión clara que guíe el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

Al determinar un coeficiente de correlación de Spearman: 0.646, reveló una correlación positiva considerable y al obtener una significación bilateral de $0.000 < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna obteniendo resultados estadísticamente significativos. Expresando que a mayor liderazgo estratégico se incrementara el emprendimiento. Esta asociatividad entre variables indica que la visión estratégica, la toma de decisiones, las habilidades blandas relacionadas con el liderazgo estratégico han sido consideradas notablemente. Así mismo la innovación, la propuesta de valor y el espíritu emprendedor involucrados presentan un desarrollo en incremento. Sugiriendo que se concluya en su totalidad el empoderamiento en los emprendedores aumentando capacidades de un liderazgo más proactivo y adaptable, orientado a la sostenibilidad de sus negocios en un entorno cambiante y competitivo.

En su estudio, Fontalvo (2023) encontró; resulta crucial cómo estos estilos de liderazgo son determinantes para el desarrollo sostenible y el crecimiento de las EBT en el mercado; mientras, Hernandez (2022) descubrió; las competencias inciden de forma notable en la formulación e implementación de estrategias basadas en el capital intelectual, lo que contribuye directamente a mejorar los resultados empresariales de las empresas estudiadas; estos hallazgos son similares a los encontrados en la investigación realizada en la Untumbes.

Estos resultados explican que cuando los gerentes y/o emprendedores constituyen organización empresarial su propósito es asegurar una vida próspera y sostenible, lo cual implica un desenvolvimiento organizacional óptimo y la capacidad de superar los obstáculos propios de la dinámica empresarial. Para lograrlo, resulta esencial tomar decisiones efectivas basadas en la articulación entre la información actual y las nuevas tendencias, con el fin de mantenerse a la vanguardia y responder adecuadamente a los cambios organizacionales. En este sentido, se sugiere la preparación y capacitación de ejecutivos con una visión holística.

En la tabla 9 se observó que el nivel de relación entre visión estratégica y los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes, se ubicó en el nivel medio con 60.38% para la dimensión y con 69.81% para la variable de estudio. Estos resultados porcentuales indicaron que una proporción considerable de los estudiantes emprendedores presenta un desarrollo moderado de la visión estratégica, entendiéndose que poseen ciertas habilidades para planificar, anticipar cambios en el entorno y orientar sus decisiones empresariales hacia metas futuras, aunque estas capacidades aún no están completamente consolidadas. En tanto Lussier y Achua (2011) sostienen, mediante un punto de vista ambicioso e innovador de un posible futuro en el que todos en la empresa puedan tener conocimiento, aunque no se obtiene de manera inmediata, orienta hacia un propósito superior y significativo en comparación con la situación actual.

Al determinar un coeficiente de correlación de Spearman de 0.518 reveló una correlación positiva considerable y al obtener una significación bilateral de $0.000 < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna obteniendo resultados estadísticamente significativos. Expresando que este vínculo entre dimensión y variable indica que las metas alcanzadas, transformación y optimismo relacionadas con la visión estratégica se encuentran en un estado de desarrollo en los jóvenes universitarios emprendedores de la Untumbes. De tal manera se propone fortalecer la visión estratégica de los emprendedores universitarios que permita establecer metas claras, anticiparse a los cambios del entorno y tomar decisiones con enfoque a largo plazo.

En su investigación Moreno (2020) evidenció causas y consecuencias al proponer una visión estratégica, en el marco de una transformación interna y externa, tal como el criterio y lineamiento para entender el desarrollo y sostenibilidad del ámbito social con los emprendimientos. Mientras, Romero et.al (2022), encontraron en el perfil emprendedor una correlación favorable con la visión emprendedora de estudiantes de la facultad de ciencias de la empresa.

El mundo empresarial se desenvuelve en un entorno globalizado y cambiante, lo que hace indispensable que los emprendedores fortalezcan su visión estratégica. En este contexto los jóvenes universitarios de la Untumbes, tener una visión clara no solo les ayuda a innovar y adaptarse a las exigencias del mercado, también les permite dar mayor sostenibilidad a sus emprendimientos. Reflejando la relación entre visión estratégica y emprendimiento es clave, pues no solo impulsa el crecimiento personal y profesional de los jóvenes, sino que además aporta al desarrollo económico y social de la región.

En la tabla 10 se evidencio que el nivel de relación entre toma de decisiones y los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes, se ubicó en el nivel medio con 43.40% para la dimensión y con 69.81% para la variable de estudio. Los porcentajes revelados indicaron que, si bien la relación se clasifica dentro de un nivel medio, este es relativamente bajo en la de toma de decisiones ya que refleja un desarrollo limitado en esta competencia por parte de los jóvenes emprendedores. Al respecto Escalante et al. (2020) indicaron, por medio de un proceso integral que involucra habilidades cognitivas, emocionales y conductuales, permitiendo analizar, evaluar y gestionar información relevante sobre las circunstancias de una situación con el propósito de comparar distintas alternativas y seleccionar la opción más adecuada para alcanzar los objetivos establecidos.

Al identificar un coeficiente de correlación de Spearman de 0.703, revelo una correlación positiva considerable y al obtener una significación bilateral de $0.000 < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna obteniendo resultados estadísticamente significativos.

Indicando que esta relación entre dimensión y variables expresa que las decisiones acertadas, nivel de riesgo e impacto de resultados relacionadas con la toma de decisiones que, aunque existe un cierto manejo, los datos muestran que aún no están plenamente consolidadas. Por ello, es fundamental impulsar iniciativas educativas y prácticas que fortalezcan el juicio crítico y la toma de decisiones informadas en el ámbito emprendedor universitario.

En su estudio Requejo y Sanchez (2020) identifico; al adquirir beneficios potenciales como la eficacia en las soluciones, disminución de riesgos en decisiones estratégicas, incremento paulatino en la productividad, se toma con mayor frecuencia las sugerencias e ideas planteadas por colaboradores, consiguiendo más proactividad y durabilidad de las empresas. En tanto, Gutierrez (2022) comprende el impacto que genera la agilidad en la toma de decisiones para el emprendimiento en serie individual y corporativo como impacto importante.

El mercado cambia con rapidez y la incertidumbre es una constante, la toma de decisiones acertada se convierte en un elemento esencial para la gestión de los emprendimientos universitarios. Esta capacidad no solo permite enfrentar los retos del entorno, sino que también impulsa la innovación y la adaptabilidad, factores determinantes para que los jóvenes emprendedores logren mantener la competitividad y asegurar el crecimiento sostenible de sus proyectos.

En la tabla 11 se observó que el nivel de relación entre habilidades blandas y los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes, se ubicó en el nivel medio con el 60.38% para la dimensión y con 69.81% para la variable de estudio. Estas cifras porcentuales indicaron que las capacidades comunicativas de los emprendedores se encuentran en un nivel intermedio con enfoque al desarrollo. Al respecto Prince (2019) menciona, mediante estas habilidades representan un conjunto de competencias personales esenciales que permiten a cada individuo afrontar de manera más efectiva los cambios, retos y oportunidades que se presentan empresarialmente.

Al identificar un coeficiente de correlación de Spearman de 0.489, revelo una correlación positiva media y al obtener una significación bilateral de $0.000 < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna obteniendo resultados estadísticamente significativos. Indicando que esta relación entre dimensión y variable expresa que la comunicación interpersonal, solución de conflictos y empatía relacionadas con las habilidades blandas tienen influencia acertada en el desempeño emprendedor de los jóvenes universitarios. En ese contexto es conveniente fortalecer este tipo de competencias en los universitarios, ya que son fundamentales para potenciar el emprendimiento juvenil.

Ayala (2022) evidencio; las capacidades emprendedoras están estrechamente relacionadas con los niveles adecuados de competencias y habilidades blandas y de la misma forma, la formación en emprendimiento para los estudiantes los orienta para un mundo laboral altamente competitivo y los incentiva a crear empresas propias. En la misma línea Huaita (2021) identifico a través de esta competencia que los estudiantes universitarios pueden lograr habilidades profesionales que les posibilite tener una mejor adaptación a un mercado laboral competitivo.

En un entorno empresarial marcado por la competencia y la constante transformación, el fortalecimiento de las habilidades blandas se ha vuelto indispensable para los jóvenes universitarios de la Untumbes que emprenden. Estas competencias favorecen la capacidad de afrontar los desafíos con mayor seguridad, consolidar equipos de trabajo cohesionados y establecer vínculos de confianza, aspectos que resultan decisivos para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de sus iniciativas emprendedoras.

En la tabla 12 se observó un nivel de relación entre espíritu emprendedor y los emprendimientos de los jóvenes universitarios de la Untumbes, se situó en el nivel medio con 64.15% para la dimensión y con 69.81% para la variable de estudio. Estos resultados porcentuales indicaron que, los estudiantes universitarios muestran una inclinación adecuada hacia actitudes emprendedoras como la iniciativa y la creatividad,

por ende, manifiestan una actitud emprendedora perseverante para llevar adelante sus proyectos con autonomía y constancia. En tanto Flores (2020) plantean, que, aquel que actúa como un innovador social, tomando responsabilidad por los aspectos de la sociedad y abordando diferentes contextos para identificar y resolver problemas, transformando la vida cotidiana de las personas y genera un impacto es quien posee espíritu emprendedor.

Al comprobar un coeficiente de correlación de Spearman de 0.941, revelo una correlación positiva considerable y al obtener una significación bilateral de $0.000 < 0.05$ se acepta la hipótesis alterna obteniendo resultados estadísticamente significativos. Expresando que a mayor espíritu emprendedor se incrementara el emprendimiento. Esta asociatividad entre dimensión y variable indica que la iniciativa, idea de negocio y grado de innovación relacionadas con el espíritu emprendedor han sido consideradas predominantes. Por lo que se plantea fomentar espacios que conserven la generación de ideas creativas, la validación de modelos de negocio y el desarrollo de proyectos innovadores, con el fin de fortalecer el compromiso emprendedor y la capacidad de los jóvenes para concretar sus iniciativas en contextos reales.

En su estudio Agudelo (2024) identifico; el espíritu emprendedor entre los estudiantes de administración de empresas adquiere una relevancia particular, ya que estos futuros profesionales tienen el potencial de convertirse en agentes de cambio y desarrollo empresarial en sus comunidades. En tanto, Morales (2021) evidencio; la sociedad actualmente requiere de jóvenes que además de su formación profesional, desarrollen un espíritu emprendedor que coadyuve a la sociedad en la formación de empresas para aprovechar sus recursos, los mismos que contribuyan a generar valor.

La innovación y la autonomía tienen un papel cada vez más importante, el espíritu emprendedor se presenta como un motor fundamental para los jóvenes universitarios de la Untumbes. Reflejándose en la proactividad, la creatividad y la disposición a asumir riesgos, cualidades que impulsan a transformar ideas en proyectos viables. Así el espíritu emprendedor se convierte en un factor decisivo para la consolidación y

crecimiento de sus emprendimientos, aportando al desarrollo personal y al progreso de la región.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó una relación positiva considerable y significativa entre las variables liderazgo estratégico y emprendimiento de los jóvenes universitarios de la universidad nacional de tumbes, resultados que revelan que el liderazgo estratégico está comprometido con el emprendimiento, situación que establece la supervivencia empresarial; y se piensa en la perdurabilidad del emprendimiento con factores en desarrollo, expresado con rho de Spearman de 0.646, y una significación bilateral $0.000 < p - \text{valor}$.
2. Con un rho de Spearman: 0.518 se determinó una relación positiva considerable y significativa entre la visión estratégica y el emprendimiento de los jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Asimismo estadísticamente significativa al 1%. Demostrando que la visión estratégica está considerablemente desarrollada, haciendo posible el alcance de metas a largo plazo y la anticipación efectiva de cambios en el entorno, contribuyendo a la consolidación y crecimiento de los emprendimientos.
3. Se encontró una relación positiva y significativa entre la toma de decisiones y el emprendimiento de los jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, sin embargo, la toma de decisiones presenta un desarrollo limitado, lo que afecta la capacidad de los emprendedores para evaluar riesgos y seleccionar las mejores opciones, dificultando la sostenibilidad y crecimiento de sus proyectos,

expresando un rho de Spearman de 0.703 y significación bilateral de $0.000 < p$ -valor.

4. Con un rho de Spearman: 0.489 se determinó una relación positiva y significativa entre las habilidades blandas y el emprendimiento de los jóvenes universitarios de la UNTUMBES, Asimismo estadísticamente significativa al 1%. Demostrando que estas competencias se encuentran en un nivel intermedio y en proceso de consolidación, reflejando efectividad en los emprendedores para comunicarse, resolver conflictos y adaptarse a los retos empresariales, favoreciendo así el desarrollo y sostenibilidad de sus proyectos

5. Se determinó una relación positiva y significativa entre el espíritu emprendedor y el emprendimiento de los jóvenes universitarios de la Untumbes, esta sólida relación evidencia que el espíritu emprendedor se encuentra en un nivel favorable, destacando la presencia activa de la iniciativa y la creatividad, lo que a su vez fortalece la perseverancia y la autonomía necesarias para impulsar proyectos con visión sostenible, con un rho de Spearman de 0.941 y significación bilateral de $0.000 < p$ -valor.

VI. RECOMENDACIONES

1. Es conveniente que los emprendedores universitarios fortalezcan sus competencias profesionales y digitales, incorporando de manera continua estrategias de liderazgo que les permitan actuar de forma integral y sostenible. Para ello, resulta necesario implementar capacitaciones orientadas a la construcción de visión y objetivos estratégicos, considerando tanto las tendencias nacionales como internacionales, a fin de potenciar la perdurabilidad y competitividad de sus emprendimientos.
2. Es apropiado implementar programas de capacitación en la Universidad Nacional de Tumbes orientados al fortalecimiento de la visión estratégica en los jóvenes emprendedores. Programas que deben incluir herramientas para la planificación a largo plazo, el análisis del entorno y la formulación de metas claras, con el fin de potenciar su capacidad para anticiparse a los cambios, tomar decisiones estratégicas e impulsar proyectos sostenibles y con proyección de crecimiento.
3. Es necesario que los jóvenes universitarios emprendedores de la UNTUMBES fortalezcan sus habilidades en la toma de decisiones a través de experiencias aplicadas que promuevan el análisis crítico, la evaluación de riesgos y la identificación de alternativas viables. El desarrollo de estas competencias contribuirá a una gestión más eficaz de sus emprendimientos, permitiéndoles afrontar entornos complejos con mayor seguridad, optimizando así la sostenibilidad y el crecimiento de sus iniciativas en un mercado dinámico.

4. Es conveniente que los emprendedores fortalezcan sus habilidades blandas a través de talleres y actividades prácticas centradas en la comunicación efectiva, resolución de conflictos y adaptabilidad. Mejorar estas competencias contribuirá a una mejor gestión de sus relaciones interpersonales y enfrentar con mayor éxito los desafíos del entorno empresarial, lo que impactará positivamente en el desarrollo y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

5. Los universitarios presentan un buen espíritu emprendedor, específicamente en aspectos como la perseverancia y la autonomía. Para mantener esta destacada aprobación es viable promover entornos que estimulen la creatividad y el trabajo autónomo permitirá consolidar iniciativas con alto potencial de impacto, sostenibilidad y compromiso con el entorno, generando así un ecosistema emprendedor dinámico y transformador.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Mintzberg, H. (1997). El proceso estratégico. México: Pearson Education.
- Agudelo, P. F. (2024). Estudio del espíritu emprendedor en estudiantes de administración de la universidad del valle. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Alcaraz, R. (2011). El emprendedor de éxito. México: Mc Graw-Hill.
- Alzamora, J. (2018). Emprendimientos en fase temprana.
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. Caracas: Editorial episteme, C.A.
- Arocha, J. (2016). Liderazgo estratégico más allá de los hábitos efectivos. Maracaibo - Venezuela: Inver-Group.
- Ayala, M. L. (2022). Emprendimiento y fomento de habilidades blandas en los estudiantes universitarios. España: Universidad Pontifica de Salamanca.
- Baena, P. G. (2017). Metodología de la investigación. México: Grupo Editorial Patria.
- Boveda, J. E. (2015). Manual de emprendedorismo. Paraguay: Productiva.
- Cantillon, R. (2021). La naturaleza del comercio en general. Madrid: Unión editorial.
- Guajardo, D. (2021). Emprendimiento y empleabilidad. Edith library.
- Chiavenato, I. (2016). Planeación estratégica fundamentos y aplicaciones. México: Mc Graw- Hill.
- Pfoccori, V. B. y Sánchez, B. L. (2020). El liderazgo y su relación con el emprendimiento corporativo en los jefes de área de la empresa Botica “Tony” S.R.L San Marcos, Cajamarca – 2020. San Marcos - Cajamarca: Universidad Privada del Norte.

- Daniel, J. A. (2020). Propuesta de incubadora empresarial para generar emprendimiento en alumnos del programa académico de administración. Chimbote: Universidad San Pedro.
- Bustamante, C. A. (2020). El liderazgo estratégico en la gestión educativa desde el enfoque de mejoramiento continuo. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.
- Flores, F. (2020). El espíritu emprendedor. Edith library.
- Gamboa, I. Y. (15 de Julio de 2024). La cámara. <https://lacamara.pe/ecosistema-%20de-startups-en-peru-claves-para-el-crecimiento/>
- Dhigo, J. (2016). Metodología de la investigación para administradores. Bogotá: Ediciones de la U.
- Gutierrez, J. M. (2022). La agilidad en la toma de decisiones para el emprendimiento en serie individual y corporativo. Universidad de Deusto.
- Picado, S. M. (2022). Liderazgo estratégico moderno y capital intelectual como ejes para la mejora de los resultados empresariales en las Pymes. Universidad ADEN.
- Herrera, G. (2019). Ser un emprendedor . Lima: Ed. ediciones.
- Huaita, R. E. (2021). Habilidades blandas y el emprendimiento estudiantil de la Universidad Privada de los Olivos, 2021. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Huaman, J. (2024). Liderazgo estratégico y su incidencia en el manejo de conflictos, municipalidad distrital de Pampas de Hospital, Tumbes, 2023. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.
- Escalante, J. P. (2020). Haibilidades blandas. Lima: Grambs Corporación Gráfica S.A.C.
- Farias, N. (2023). Educación financiera y emprendimiento de las Mypes de la galería Ramos, Tumbes 2023. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.
- Lussier, R. N. y Achua, C. F. (2011). Liderazgo, teoría, aplicación y desarrollo de habilidades. México: Cengage Learning.
- Mohamed, M. M. (2003). Metodología de la investigación. Puno.
- Mondragon, M. A. (2014). Uso de correlación de Spearman. Artículos de Reflexión.

- Morales, R. D. (2021). Actitud emprendedora y espíritu empresarial en estudiantes de la escuela profesional de Ingeniería Agronómica. Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- Moreno, S. F. (2020). La responsabilidad social empresarial como una visión estratégica: una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años. Universidad Privada del Norte .
- Muñoz, J. J. y Zambrano, J. L. (2023). Emprendimientos y el desarrollo sostenible del Cantón Chone, año 2022. Manta - Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Ñaupas, H. E. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Ojeda, Z., y Escaraballone, P. (2018). Liderazgo Estratégico Eje Central de la Competitividad Empresarial. Maracai - Venezuela: Fondo editorial UBA.
- Ortega, C. E. (2017). Desarrollo de habilidades blandas desde edades tempranas. Guayaquil - Ecuador: Universidad Ecotec.
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2018). Diseñando la propuesta de valor . Teleco couk.
- Pimienta, J. H. y De la Orden, A. (2017). Metodología de la investigación. Pearson.
- Prieto, C. (2014). Desarrollo de habilidades directivas. México: Pearson.
- Ravina, A. G. (2018). El liderazgo estratégico una aproximación interdisciplinar. España: Ministerio de defensa.
- Rengifo, R. R. (2023). Gestión estratégica del conocimiento. Tarapoto: Libros de cabecera ed.
- Requejo, A. M. y Sánchez, O. S. (2020). Sistema de toma de decisiones en las pymes caso: Empresa la casa del tornillo de la ciudad de Chiclayo. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Fontalvo, H. M. (2023). Incidencia del liderazgo estratégico sobre la sostenibilidad empresarial de las Empresas de Base Tecnológicas – EBT en el Departamento del Atlántico. Barranquilla y cucuta . Colombia: Universidad Simón Bolívar.
- Rios, R. R. (2017). Metodología para la investigación y redacción . Malaga - España: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

- Rodríguez, E. (2023). Diario El Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/el-80-de-startups-que-se-crean-a-nivel-local-no-sobreviven-mas-de-dos-anos-senalan-expertos-noticia/>
- Rodriguez, J. (2024). Autónomos y emprendedores. <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/emprendedores/we-are-young-summer-edition-permitira-jovenes-autonomos-aprender-referentes-innovadores/20250602151232042958.html>
- Romero, R. M., Romero, J. L. y Barboza, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. Universidad Continental.
- Ruiz, H. M. (2012). Metodología de la investigación. Ciudad de México: Cengage Learning.
- Cornejo, E. (2020). Una Europa digital y emprendedora. <https://blogthinkbig.com/emprendimiento-en-europa/>
- Salinas, F. y Osorio, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. España: Ciriec.
- Sallago, C. (2019). El emprendimiento juvenil y su relación con la competitividad empresarial en la provincia de Talara, año 2019. Piura: Universidad Cesar Vallejo.
- Sampieri, R. H. (2003). Metodología de la investigación . Mc Graw-Hill.
- Sanchez, F. R. y Saldaña, Y. M. (2024). La gestión académica estratégica y su incidencia en la intención emprendedora universitaria. La Libertad - Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Sandoval, A. R. (2023). El Emprendimiento de negocios y su influencia sobre la generación de empleo, Post COVID 19, Distrito de Tumbes, Perú, 2022. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.
- Sanjines, A. D. y Mercado, G. C. (2015). ABC del emprendimiento. Bolivia: Procosi - Cense.
- Rudias, R. M. (2021). Programa educativo de innovación y emprendimiento para desarrollar el liderazgo en estudiantes. Chiclayo: Universidad Cersar Vallejo.

- Serida, J. (2018). La intención de emprender y el espíritu emprendedor en la población peruana.
- Sornoza, D. R. (2018). Fundamentos de emprendimiento. Área de innovación y desarrollo, S.L. .
- Venture, D. V. (2021). Libro de la innovación. Madrid: Libros de cabecera.
- Zapata, L. E. (2023). Marketing digital y la publicidad online en el emprendimiento de los jóvenes del distrito de tumbes, 2022. Tumbes: Universidad Nacional de Tumbes.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología y diseño
<p>Problema general ¿Cuál es la relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2025?</p> <p>Problemas específicos 1. ¿Cuál es la relación de la visión estratégica en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes? 2. ¿Cuál es la relación de la toma de decisiones en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes? 3. ¿Cuál es la relación de las habilidades blandas en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes? 4. ¿Cuál es la relación del espíritu emprendedor en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes?</p>	<p>Objetivo general Analizar la relación de liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes, Tumbes 2025.</p> <p>Objetivos específicos 1. Describir la relación de la visión estratégica en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes. 2. Explicar la relación de la toma de decisiones en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes. 3. Identificar la relación de las habilidades blandas en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes. 4. Determinar la relación del espíritu emprendedor en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes.</p>	<p>Hipótesis general El liderazgo estratégico se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes, Tumbes 2025.</p> <p>Hipótesis específicas 1. La dimensión visión estratégica se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes. 2. La dimensión toma de decisiones se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes. 3. La dimensión de habilidades blandas se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes. 4. La dimensión del espíritu emprendedor se relaciona de manera positiva y significativa en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la universidad nacional de Tumbes.</p>	<p style="text-align: center;">Variable 1</p> <p>Liderazgo estratégico</p> <p style="text-align: center;">Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visión estratégica 2. Toma de decisiones 3. Habilidades blandas 4. Conocimiento estratégico <p style="text-align: center;">Variable 2</p> <p>Emprendimiento</p> <p style="text-align: center;">Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación 2. Propuesta de valor 3. Espíritu emprendedor 4. Creatividad 	<p style="text-align: center;">Lugar de ejecución: Universidad Nacional de Tumbes</p> <p style="text-align: center;">Tipo descriptivo - correlacional</p> <p style="text-align: center;">No experimental</p> <p style="text-align: center;">Transversal</p>

Anexo 2: Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1 Liderazgo estratégico	Es la habilidad capacidad para prever y adaptarse a los cambios, mantener una mentalidad flexible, pensar estratégicamente y colaborar con los demás para promover transformaciones que aseguren un futuro sostenible para la organización.	A través de sus dimensiones	Visión estratégica	Metas alcanzadas Alineación Transformación Optimismo	Escala de Likert (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indeciso (2) En Desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo
			Toma de decisiones	Decisiones acertadas Taza de éxito Nivel de riesgo Impacto en los resultados	
			Habilidades blandas	Comunicación interpersonal Resolución de conflictos Retroalimentación positiva Empatía	
			Conocimiento estratégico	Planificación Competencia del mercado Conocimiento de tendencias Generación de estrategias	
Variable 2 Emprendimiento	Es reconocer y evaluar oportunidades de negocio, reunir y organizar los recursos necesarios y convertir estas oportunidades en ideas factibles	A través de sus dimensiones	Innovación	Avance tecnológico Investigación y desarrollo Novedad Nivel de competitividad	
			Propuesta de valor	Satisfacción del cliente Marca Calidad Fidelización	
			Espíritu emprendedor	Iniciativa Idea de negocio Participación en incubadoras Grado de innovación	
			Creatividad	Lluvia de ideas Mejora continua Reconocimientos Proyectos creativos	

Anexo 3: Cuestionario de la variable liderazgo estratégico

1. Presentación:

El presente cuestionario ha sido elaborado con el fin de recopilar información que contribuya al estudio “Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitario de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2025”.

Por lo tanto, se informa que el cuestionario es confidencial y se utilizará exclusivamente para el presente estudio.

2. Instrucciones:

A continuación, la presente encuesta consta de 16 preguntas relacionada con la variable liderazgo estratégico. Es fundamental que su respuesta sea sinceridad. Marque con “X” todas las preguntas. además, debe de tener en cuenta el significado de cada número de acuerdo al siguiente esquema:

Totalmente en desacuerdo (TD): “1”

En desacuerdo (ED): “2”

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (I): “3”

De acuerdo (DA): “4”

Totalmente de acuerdo (TA): “5”

3. Datos generales

Nivel educativo: _____

Cargo que ocupa: _____

Sexo: _____

Ítems		TA 5	DA 4	I 3	ED 2	TD 1
Nº	Dimensión 1: Visión estratégica					
1	Su negocio cuenta planes y estrategias alcanzable a largo plazo.					
2	A menudo, las metas y objetivos de su negocio le motivan a trabajar hacia un futuro exitoso.					
3	Siente que realiza procesos de innovación y transformación en su emprendimiento.					
4	Considera que su nivel de optimismo es el apropiado respecto al futuro de su negocio y oportunidades de crecimiento.					
	Dimensión 2: Toma de decisiones					
5	Considero que mi toma de decisiones en mi emprendimiento/negocio han sido acertadas para lograr los objetivos estratégicos					
6	Considero que mi emprendimiento ha alcanzado sus objetivos de manera exitosa					
7	Existe nivel de riesgo involucrado en las decisiones clave tomadas en mi emprendimiento/negocio					
8	Considero positivamente impactantes las decisiones estratégicas tomadas en los resultados financieros y operativos de tu emprendimiento/negocio					
	Dimensión 3: Habilidades blandas					
9	Consideras que la comunicación entre los miembros de tu equipo de emprendimiento es clara y efectiva para lograr los objetivos					
10	En tu emprendimiento/negocio, los conflictos se resuelven de manera rápida y efectiva, sin afectar el progreso del proyecto					
11	Considero que los resultados comerciales obtenidos influyen positivamente en mis persona o colaboradores.					
12	Sientes que los miembros de tu equipo de negocio muestran empatía cuando enfrentan dificultades o desafíos en el proyecto					

	Dimensión 4: conocimiento estratégico					
13	Tu emprendimiento cuenta con un plan estratégico claro que guía las decisiones a largo plazo					
14	Conoces a tus principales competidores y sus estrategias dentro del mercado en el que opera tu emprendimiento					
15	Estás al tanto de las principales tendencias del mercado que podrían afectar a tu emprendimiento					

Anexo 4: Cuestionario de la variable emprendimiento

1. Presentación:

El presente cuestionario ha sido elaborado con el fin de recopilar información que contribuya al estudio “Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitario de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2025”.

Por lo tanto, se informa que el cuestionario es confidencial y se utilizará exclusivamente para el presente estudio.

2. Instrucciones:

A continuación, la presente encuesta consta de 16 preguntas relacionada con la variable emprendimiento. Es fundamental que su respuesta sea sinceridad. Marque con “X” todas las preguntas. además, debe de tener en cuenta el significado de cada número de acuerdo al siguiente esquema:

Totalmente en desacuerdo (TD): “1”

En desacuerdo (ED): “2”

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (I): “3”

De acuerdo (DA): “4”

Totalmente de acuerdo (TA): “5”

3. Datos generales

Nivel educativo: _____

Cargo que ocupa: _____

Sexo: _____

Ítems		TA 5	DA 4	I 3	ED 2	TD 1
Nº	Dimensión 1: Innovación					
1	Tu emprendimiento utiliza tecnologías avanzadas para mejorar productos o procesos					
2	Tu emprendimiento invierte tiempo y recursos en la investigación y desarrollo de nuevos productos o servicios					
3	El producto o servicio que ofreces es percibido como novedoso o innovador en comparación con la competencia					
4	Consideras que tu emprendimiento se mantiene competitivo debido a la implementación de nuevas ideas o soluciones innovadoras					
	Dimensión 2: Propuesta de valor					
5	Tu emprendimiento posee una marca reconocida y bien definida en el mercado					
6	Los productos o servicios de tu emprendimiento cumplen con los estándares de calidad que esperas ofrecer a tus clientes					
7	Tus clientes están satisfechos con los productos o servicios que ofrece tu emprendimiento					
8	Has logrado que una parte significativa de tus clientes repitan la compra o continúen utilizando tus servicios regularmente					
	Dimensión 3: Espíritu emprendedor					
9	Tomas la iniciativa para identificar y aprovechar oportunidades de negocio en tu emprendimiento					
10	La idea de negocio de tu emprendimiento fue desarrollada a partir de una necesidad identificada en el mercado					
11	Tu emprendimiento ha sido apoyado y participe en programas o incubadoras de empresas para su desarrollo					
12	Consideras que tu emprendimiento introduce innovaciones significativas en su sector o mercado					
	Dimensión 4: Creatividad					

13	Regularmente realizas sesiones de lluvia de ideas para generar nuevas soluciones o mejorar tu emprendimiento					
14	Tu emprendimiento implementa cambios o mejoras de manera constante para optimizar productos, servicios o procesos					
15	Has recibido reconocimientos o premios por la creatividad e innovación de tu emprendimiento					

Anexo 5: Validación del instrumento



Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACION																						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		X			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		X			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		X			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		X			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		X			



Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO



Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACION																						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	X				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	X				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		X			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		X			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		X			



Relación del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, 2025.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACION																						
1 Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		X			
3 Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			X		
4 Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5 Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			X		

Anexo 6: Alfa de Cronbach

Variable 1: Liderazgo estratégico

ENCUESTADO	D.1				D.2				D.3				D.4			VARIABLE
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	5	4	5	5	3	4	5	5	3	3	5	4	3	4	5	63
2	4	4	5	5	5	2	4	3	2	3	3	4	3	5	3	55
3	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	3	4	3	4	3	61
4	3	5	5	5	5	2	5	5	2	4	3	5	3	5	5	62
5	3	4	5	5	5	2	4	4	2	4	5	4	3	2	5	57
6	4	4	4	2	4	3	2	5	3	2	3	5	3	2	3	49
7	2	5	4	3	2	3	4	4	3	5	5	4	2	4	5	55
8	4	5	4	2	2	3	4	5	3	2	3	5	4	2	3	51
9	2	3	5	1	2	3	2	1	2	3	5	2	1	3	5	40
10	5	4	5	2	2	4	2	1	2	4	2	2	2	4	5	46
11	2	3	5	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	3	5	36
12	4	4	2	1	2	5	2	2	2	4	1	2	1	3	5	40
13	4	5	1	2	2	3	2	1	2	5	2	2	2	3	5	41
14	1	2	2	1	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	5	30
15	4	5	2	3	2	5	3	2	2	5	2	2	2	3	5	47
16	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	4	2	1	3	5	40
17	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	5	46
18	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	5	1	1	4	5	51
19	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	5	2	5	3	5	47
20	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	2	3	3	5	63
21	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	69
22	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	5	46
23	4	4	5	5	5	5	3	5	2	4	5	5	5	4	5	66
24	5	3	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	2	3	5	64
25	4	5	5	5	5	5	3	5	2	5	3	2	3	3	5	60
26	2	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	5	5	3	58
27	4	5	5	3	5	2	3	5	2	5	3	2	3	3	2	52
28	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	5	66
29	5	3	5	2	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	2	60
30	4	5	4	5	2	4	2	5	2	5	5	2	5	3	5	58
31	4	4	2	2	3	5	2	2	3	4	2	3	2	3	5	46
32	5	4	5	2	3	4	2	5	3	4	3	3	3	3	5	54
33	5	4	5	2	3	4	2	2	3	4	2	3	2	3	5	49
34	2	3	5	3	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	5	41
35	5	4	3	2	2	4	2	3	2	4	2	2	2	4	5	46
36	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	3	5	32
37	4	4	2	1	2	5	2	2	2	4	1	2	1	3	5	40
38	4	5	1	2	2	3	2	1	2	5	2	2	2	3	5	41
39	1	2	2	1	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	5	30
40	4	5	2	3	2	5	3	2	2	5	2	2	2	3	5	47
41	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	5	37
42	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	5	46
43	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	5	47
44	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	5	39
45	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	5	45
46	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	5	37
47	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	5	46
48	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	5	47
49	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	5	39
50	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	5	45
51	2	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	5	5	3	58
52	4	5	1	1	2	2	3	1	2	5	3	2	3	3	2	39
53	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	5	66

OMEGA DE MC DONALD

	CARGAS FACTORIALES (SPSS)	λ^2	$1 - \lambda^2$
P1	0.183	0.034	0.966
P2	0.203	0.041	0.959
P3	0.615	0.379	0.621
P4	0.750	0.562	0.438
P5	0.774	0.600	0.400
P6	0.177	0.031	0.969
P7	0.729	0.532	0.468
P8	0.707	0.499	0.501
P9	0.645	0.416	0.584
P10	0.099	0.010	0.990
P11	0.721	0.520	0.480
P12	0.655	0.429	0.571
P13	0.765	0.585	0.415
P14	0.318	0.101	0.899
P15	-0.355	0.126	0.874
	6.986		10.136

Formula:

$$\omega = \frac{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2}{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2 + \left[\sum_{i=1}^i 1 - \lambda_i^2 \right]} \quad (2)$$

Cuadrado de la suma de las cargas	48.7991348
Denominador	58.935
Omega Mc Donald	0.828

Variable 2: Emprendimiento

ENCUESTADO	D.1				D.2				D.3				D.4			SUMATORIA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	VARIABLE
1	3	2	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	5	5	58
2	4	4	5	1	1	2	2	3	1	2	5	3	2	3	3	41
3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	66
4	4	5	3	1	2	4	5	1	1	4	3	4	1	4	4	46
5	3	4	5	1	1	2	4	2	1	2	5	1	2	1	3	37
6	4	4	4	2	2	3	5	2	2	3	4	2	3	2	3	45
7	2	5	4	1	2	3	4	2	1	3	4	3	3	3	3	43
8	4	5	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	3	2	3	45
9	1	2	3	1	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	3	28
10	4	5	4	1	2	2	4	2	1	2	4	2	2	2	4	41
11	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	3	28
12	3	4	4	2	1	2	5	2	2	2	4	1	2	1	3	38
13	2	4	5	1	2	2	3	2	1	2	5	2	2	2	3	38
14	2	1	2	2	1	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	27
15	3	4	5	2	3	2	5	3	2	2	5	2	2	2	3	45
16	2	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	34
17	3	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	44
18	3	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	45
19	3	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	37
20	4	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	44
21	2	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	34
22	3	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	44
23	3	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	45
24	3	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	37
25	4	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	44
26	3	2	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	5	5	58
27	4	4	5	1	1	2	2	3	1	2	5	3	2	3	3	41
28	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	66
29	4	5	3	1	2	4	5	1	1	4	3	4	1	4	4	46
30	3	4	5	1	1	2	4	2	1	2	5	1	2	1	3	37
31	4	4	4	2	2	3	5	2	2	3	4	2	3	2	3	45
32	2	5	4	1	2	3	4	2	1	3	4	3	3	3	3	43
33	4	5	4	2	2	3	4	2	2	3	4	2	3	2	3	45
34	1	2	3	1	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	3	28
35	4	5	4	1	2	2	4	2	1	2	4	2	2	2	4	41
36	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	1	3	28
37	3	4	4	2	1	2	5	2	2	2	4	1	2	1	3	38
38	2	4	5	1	2	2	3	2	1	2	5	2	2	2	3	38
39	2	1	2	2	1	3	1	1	2	3	2	1	2	1	3	27
40	3	4	5	2	3	2	5	3	2	2	5	2	2	2	3	45
41	2	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	34
42	3	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	44
43	3	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	45
44	3	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	37
45	4	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	44
46	2	3	5	1	1	2	3	2	1	2	5	1	2	1	3	34
47	3	4	5	2	3	2	5	2	2	2	5	2	2	2	3	44
48	3	4	4	5	1	2	5	3	5	2	4	1	1	1	4	45
49	3	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	3	37
50	4	4	5	1	1	2	5	3	1	2	5	3	2	3	3	44
51	3	2	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	5	5	58
52	4	4	5	1	1	2	2	3	1	2	5	3	2	3	3	41
53	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	66

<i>k (N° Items)</i>	15															
<i>Varianza</i>	1.01596517	1.22060958	0.77140784	1.42162554	1.12554427	1.10014514	1.32656023	0.36066763	1.42162554	1.10014514	0.77140784	1.75907112	0.44847605	1.75907112	0.31349782	

Formula:

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

K : El número de ítems
 Si²: Sumatoria de Varianzas de los Items
 ST²: Varianza de la suma de los Items
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

$\frac{\sum S_i^2}{S_T^2}$	<i>Sumatoria de las Varianzas de los Items</i>	15.92	K = 15
	<i>Varianza de la Suma Total de los Items</i>	83.85	K - 1 = 14

<i>Alfa de Crombach</i>	= 0.868
-------------------------	---------

Se obtiene como resultado de alfa de Cronbach 0,868 para la segunda variable emprendimiento.

OMEGA DE MC DONALD

	CARGAS FACTORIALES (SPSS)	λ^2	$1 - \lambda^2$
P1	0.714	0.510	0.490
P2	0.308	0.095	0.905
P3	0.275	0.076	0.924
P4	0.426	0.181	0.819
P5	0.76	0.578	0.422
P6	0.789	0.623	0.377
P7	0.635	0.403	0.597
P8	0.335	0.112	0.888
P9	0.426	0.181	0.819
P10	0.789	0.623	0.377
P11	0.275	0.076	0.924
P12	1.099	1.208	-0.208
P13	0.25	0.063	0.938
P14	1.099	1.208	-0.208
P15	0.204	0.042	0.958
	8.384		9.023

Formula:

$$\omega = \frac{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2}{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2 + \left[\sum_{i=1}^i 1 - \lambda_i^2 \right]} \quad (2)$$

Cuadrado de la suma de las cargas	70.291456
Denominador	79.315
Omega Mc Donald	0.886

Anexo 7: Interpretación de rho de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragon (2014)

La presente tabla corresponde a una de las interpretaciones más utilizadas, la cual esta expresada en valores o parámetros numéricos.

Anexo 8: Solicitud y autorización para ejecución de tesis

**"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la
conmemoración de las Heroicas Batallas de Junín y Ayacucho"**

Tumbes, 12 diciembre 2024.

Mg. Dorian Yasser Aguirre Campos
Director de Incubadora de empresas de la Universidad Nacional de Tumbes
Ciudad.

Asunto: Autorización y facilidades de información para ejecución de tesis

Tengo el agrado de saludarlo muy cordial y hacerle de conocimiento que el suscrito alumna del Programa de licenciada de Administración de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, en su propósito de optar el grado de licenciada en Administración, presenta la Universidad Nacional de Tumbes, el proyecto de tesis; **"Incidencia del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2024 "** y para lograr su cometido solicita la PEA laboral de su representada y facilidades para aplicación de encuestas e información conexas, que será utilizada para fines estrictamente académicos

En tal sentido, señor director. Solicito a usted, brindarme la debida autorización para que proporcione la información indicada y facilidades para la aplicación técnicas de recolección de datos (Encuestas e información pertinente) en su institución, información que será empleada de manera confidencial por el suscrito.

Atentamente,

Zapata Ocampo Jahel Mitsumi
Tesisista


UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
DIRECCIÓN DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS

Mg. Dorian Yasser Aguirre Campos
DIRECTOR

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

DIRECCION DE INCUBADORA DE EMPRESAS UNTUMBES

Tumbes, 16 de diciembre del 2024

CARTA N°001-2024/ACDY

Srta.

JAHEL ZAPATA OCAMPO

TUMBES

Asunto: Autorización y facilidades de información para ejecución de tesis.

Referencia: CARTA N° 006-2024 /ZOJ

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi saludo cordial en nombre de la Dirección de Incubación de Empresas Untumbes, y al mismo tiempo hacer de conocimiento lo siguiente:

Que el documento en referencia ha sido recibido, donde solicita aplicar el proyecto de tesis titulado “Incidencia del liderazgo estratégico en los emprendimientos de jóvenes universitarios de la Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes 2024”, cabe precisar que se le **OTORGA EL PERMISO** requerido para el acceso a información y la aplicación de técnicas de recolección de datos bajo las siguientes condiciones:

- Toda información recopilada será utilizada únicamente con fines académicos, respetando estrictamente la confidencialidad y privacidad de los datos.
- Las encuestas y otras técnicas deberán ser aplicadas en coordinación con el área designada de la Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Tumbes.
- Al finalizar el proyecto, se solicita la entrega de un resumen ejecutivo con los resultados obtenidos, que pueda servir de evidencia para el fortalecimiento de nuestras actividades institucionales.

Por favor, comuníquese con nuestra oficina al correo institucional/teléfono: **938308358**

(BRIAN JHEFERSON BALLADARES ZAPATA) para coordinar los detalles logísticos necesarios.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,


UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
VICERECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION DE INCUBADORA DE EMPRESAS

Mg. Dorian Tasser Aguirre Campos
DIRECTOR

Anexo 9: Evidencia de aplicación de encuestas

