



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**La asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de
pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES:

Agreda Licas, Jamir Paul (ORCID: 0000-0001-8625-3196)

Zavala Agreda, Katherine Julissa (ORCID: 0000-0003-2460-3626)

ASESOR:

Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul (ORCID: 0000-0001-9996-3787)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedicamos nuestro trabajo de investigación primeramente a Dios, ya que ha sido el creador de todas las cosas, así mismo nos ha dado fortaleza para continuar firmemente paso a paso, con toda la humildad de nuestro corazón.

De igual manera, a nuestros Padres, quienes nos brindaron la vida, y agradecemos el cariño y su comprensión, también a nuestro asesor quien ha sabido guiarnos y apoyarnos, buscando siempre el mejor camino para el desarrollo de nuestra tesis.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de nuestro trabajo de investigación está dirigido primero a Dios por su bendición y haber podido concluir satisfactoriamente, a nuestra familia que estuvieron pendientes y apoyándonos siempre, y a nuestro docente asesor por brindarnos sus conocimientos y permitirnos elaborar nuestra tesis con éxito.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| CARÁTULA..... | i |
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| ÍNDICE | iv |
| ÍNDICE DE TABLAS | vi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS..... | vii |
| RESUMEN..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 10 |
| II. MARCO TEÓRICO | 14 |
| III. METODOLOGÍA | 20 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 20 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 21 |
| 3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis | 21 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 22 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 23 |
| 3.7. Aspectos éticos..... | 23 |
| IV. RESULTADOS | 24 |
| V. DISCUSIÓN | 38 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 42 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 43 |
| REFERENCIAS | 44 |
| ANEXOS..... | 49 |
| Anexo N° 01 Declaratoria de Originalidad del Autor | |
| Anexo N° 02 Declaratoria de Autenticidad del asesor | |
| Anexo N° 03 Matriz de Operacionalización de las variables | |
| Anexo N° 04 Matriz de consistencia | |
| Anexo N° 05 Instrumento de recolección de datos | |
| Anexo N° 06 Validación de Instrumento | |
| Anexo N° 07 Fórmula para determinar la muestra | |

Anexo N° 08 Validez de instrumento de recolección de datos

Anexo N° 09 Rangos de coeficiente de confiabilidad: Alfa de Crombach

Anexo N° 10 Resultado del análisis de confiabilidad de las variables

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Descripción de los niveles de la variable Asociatividad..... | 24 |
| Tabla 2 Descripción de los niveles de la variable Competitividad | 25 |
| Tabla 3 Descripción de los niveles de la dimensión Cooperación..... | 26 |
| Tabla 4 Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Necesidades | 27 |
| Tabla 5 Descripción de los niveles de la dimensión Recursos de Capital | 28 |
| Tabla 6 Variable Asociatividad y Variable Competitividad..... | 29 |
| Tabla 7 Dimensión Cooperación y Variable Competitividad..... | 30 |
| Tabla 8 Dimensión Necesidades y Variable Competitividad | 31 |
| Tabla 9 Dimensión Recursos de capital y variable Competitividad | 32 |
| Tabla 10 Correlación entre la Asociatividad y la Competitividad..... | 34 |
| Tabla 11 Correlación entre Cooperación y Competitividad | 35 |
| Tabla 12 Correlación entre Necesidades y Competitividad | 36 |
| Tabla 13 Correlación entre Recursos de Capital y Competitividad | 37 |

NDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Descripción gráfica de la variable Asociatividad..... | 24 |
| Figura 2 Descripción gráfica de la variable Competitividad | 25 |
| Figura 3 Descripción gráfica de la dimensión Cooperación..... | 26 |
| Figura 4 Descripción gráfica de la dimensión Necesidades | 27 |
| Figura 5 Descripción gráfica de la dimensión Recursos de Capital..... | 28 |
| Figura 6 Descripción gráfica de la variable Asociatividad y Competitividad | 29 |
| Figura 7 Descripción gráfica de la dimensión Cooperación y variable Competitividad | 30 |
| Figura 8 Descripción gráfica de la dimensión Necesidades y la variable Competitividad..... | 31 |
| Figura 9 Descripción gráfica de la dimensión Recursos de Capital y la variable Competitividad..... | 33 |

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo de estudio determinar la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. El estudio es, tipo aplicada, con diseño de investigación no experimental-transversal, de nivel correlacional. La población que se tomó en cuenta fue de 33 Pymes, para ello se empleó un cuestionario como instrumento de medición, el cuestionario posee 36 preguntas en el nivel de la escala ordinal, siendo sometido al programa estadístico SPSS25 para lograr medir la fiabilidad y validez y obtener los resultados estadísticos.

Se llegó a la conclusión de esta investigación, los resultados reflejan que existe la asociatividad si tiene relación en la competitividad de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Palabras claves: Asociatividad, Competitividad y Exportación.

ABSTRACT

The objective of this research study is to determine the relationship between associativity and competitiveness of Pymes producing pisco from Lunahuaná for export, 2020. The study is, applied type, with a non-experimental-cross-sectional research design, of correlational level. The population that was taken into account was 33 SMEs, for this a questionnaire was used as a measurement instrument, the questionnaire has 36 questions at the ordinal scale level, being subjected to the SPSS25 statistical program to measure the reliability and validity and get the statistical results.

The conclusion of this research was reached, the results reflect that there is associativity if it is related to the competitiveness of SMEs that produce pisco from Lunahuaná for export, 2020.

Keywords: Associativity, Competitiveness and Export.

I. INTRODUCCIÓN

Ante la creciente competencia de la globalización, la asociatividad ha surgido como un instrumento de apoyo entre los pequeños productores con el objetivo de poder responder a las exigencias de un mundo globalizado y enfrentar nuevos retos; es así, que la actividad empresarial de las empresas pequeñas y medianas sigue siendo un componente indispensable para la economía peruana, sin embargo van perdiendo cada vez mayor posicionamiento frente a la oferta que tienen las grandes empresas, ya que en muchos de los casos la capacidad de su producción es la que limita atender las demandas del mercado. Es por ello que nace la implementación de los modelos asociativos para suscitar el desarrollo socioeconómico de las regiones del país, ya que los beneficios que se obtienen al aplicar un sistema asociativo en los diferentes sectores productivos generan estabilidad socioeconómica en el desarrollo de las PYMES y su participación en los diferentes mercados internacionales.

Actualmente la provincia de Cañete cuenta con importantes marcas de piscos que son impulsados por emprendedores productores que vienen ganando presencia y reconocimiento en nuestro país y aspiran conquistar el mundo. Es así que el Comité de Pisco de ADEX ha tenido previsto coordinar con Promperú para contactar a nuevos compradores de la Unión Europea (Polonia, Inglaterra, Alemania y Bélgica) con el fin de pactar citas con empresarios y productores de pisco para concretar acuerdos de exportación y desarrollar nuevas estrategias de internacionalización. Así mismo la OCEX de Colombia, Brasil y Panamá trabajará con el gremio de exportadores para conocer a detalle las oportunidades de mercado que tiene el pisco. Para el presidente de ADEX, Alfonso Velásquez Tuesta, uno de los principales temas ha sido fortalecer las bodegas de pisco a través de la estandarización de su oferta y la asociatividad entre ellas, a fin de que en un plazo ya sea corto o mediano puedan incursionar en los mercados internacionales. Por ello ADEX, Perucámaras, la Sociedad Nacional de Industrias y la Cámara de Comercio de Lima, propusieron el “Reto 75”, el cual consiste que las exportaciones de pisco hasta el 2021 sumen 75,000 millones de dólares, con el propósito de generar más empleos formales, desarrollo al interior del país y reducir

la pobreza. Por ello mismo, las empresas que están dedicadas a la producción de pisco se encuentran trabajando en la diversificación y búsqueda de nuevos mercados, para poder captar nuevos compradores; ya que al poseer un destilado de alta calidad se debe incidir en su promoción, tal como lo menciona Moquillaza (2019): “Tener una oferta de calidad e incrementar los contactos comerciales son dos puntos importantes para la exportación”.

En la provincia de Cañete la mayoría de las pequeñas bodegas pisqueras están orientadas al mercado interno, siendo sus principales consumidores los restaurantes, supermercados, licorerías y hoteles, aunque hay algunas que están orientadas al mercado exterior; aunque no hay duda que su orientación podría estar al mercado exterior. Tomando ello como base es que nuestra investigación se centrará en el distrito de Lunahuaná, en el cual ubicamos un aproximado de 500 hectáreas de cepas pisqueras según Minagri (2018), en este distrito principalmente se cultiva la variedad Uvina y su producción se desarrolla en instalaciones (bodegas) exclusivamente diseñadas para cada etapa del proceso de su elaboración. Entre los establecimientos para la producción tradicional del pisco se encuentran: Santa María, El Sol, Los Reyes, De la Motta, Rivadeneyra, Mi Rosedal, De la Cruz, El Paso, Los Olimpos y El Abuelo (López, 2015). Estas bodegas en la localidad de Lunahuaná, son nombradas como pequeñas y medianas empresas acordes a su capacidad de producción que van desde los 500 litros y logran alcanzar 15 mil litros; teniendo en cuenta que para la producción de un litro de pisco es necesario de 6 a 7 kilos de vid. Así mismo, es importante mencionar que aquellos productores toman la oportunidad de vender su totalidad de producción considerando un precio final por botella de S/20.00 como mínimo.

Por otro lado, tenemos que mencionar que la mayoría de los productores de pisco presentan una limitación hacia su internacionalización debido a la capacidad de producción limitada, desigualdad en el volumen y calidad de producción, limitado acceso a un financiamiento formal y la falta de capacitación en gestión empresarial moderna. Tal es el caso de la bodega Don Camilo-Lunahuaná, que cuenta con cinco hectáreas de vid, pero éstas no son suficientes para abastecer la demanda; dada la circunstancia recurre a terceros para aumentar el volumen (Ramos, 2017). Ante lo

descrito se plantea la asociatividad de los productores de pisco como la primera herramienta para la exportación de su producto, ya que al formar una asociatividad pueden compartir personal, tecnología y generar valores agregados al producto final. Según lo mencionado los autores formulan la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?, la causa de este problema se debe principalmente porque las bodegas productoras de pisco de Lunahuaná no poseen conocimientos sobre como exportar su pisco, así que solo lo comercializan dentro de su localidad, obteniendo bajas utilidades, por lo cual con la asociatividad tendrían mayor ventaja de insertarse a los grandes mercados, innovar tecnología que generen valor agregado y ofrecer piscos con mejores estándares de calidad lo cual les generaría mayor rentabilidad. Así mismo, se formularon los siguientes problemas específicos, el primero es: ¿Cuál es la relación que existe entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?, el segundo: ¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020? y el tercer problema es: ¿Cuál es la relación que existe entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?.

El presente proyecto se desarrollará con la finalidad de conocer si la asociatividad entre los productores de pisco logrará que éstos puedan internacionalizar su producto, tomando como estudio a las PYMES productoras de pisco. Del mismo modo este proyecto se justifica por tener una relevancia social que está focalizada en ayudar a los productores a ver cómo año a año la producción del pisco ha favorecido a las grandes empresas, de manera que se genere en ellos un impulso a querer incursionar en el mercado exterior y del mismo modo comprendan que la competitividad debería empezar por ellos mismos, entendiendo que su gestión y las capacidades comerciales los llevarán a un mundo globalizado, es decir, cambiar la visión de las bodegas, que aun siendo antiguas no es una limitación para que sus volúmenes de producción satisfagan al mercado internacional . Del mismo modo este proyecto presenta un valor

teórico porque existe la necesidad de implementar una asociación para que los conocimientos y estrategias de los productores de pisco conlleven a mejorar sus niveles de ventas y así mismo no hacer caso omiso a las dificultades que se les presenta como: la falta de capital, falta de nuevas tecnologías, ausencia de controles fitosanitarios, escasas capacitaciones de buenas prácticas agrícolas, limitados programas de capacitación por parte de Senasa y el Ministerio de Agricultura y Producción.

Por otro lado, el resultado de este proyecto va a posibilitar a las PYMES que producen pisco, plantear soluciones acertadas para incrementar su producción, teniendo en cuenta todas las dificultades que existen en sus procesos; empezando porque no se vean obligadas a comprar a terceros los granos de uva para cubrir las necesidades de su producción. Además, facultará a los organismos responsables como Promperú a descubrir nuevas oportunidades de gestión empresarial y fomentar la formalización para que los productores de pisco sean los propulsores de la asociatividad, lo cual consecuentemente permitirá mejorar la calidad del pisco, del mismo modo permitirá reducir ciertos costos innecesarios, incrementar el número de exportaciones y generar calidad de vida próspera para los productores. Por último, presenta una justificación metodológica ya que para la recopilación de información se utilizó libros y repositorios, los cuales han ayudado a que esta investigación sirva como antecedente de estudio para próximas investigaciones relacionadas al tema.

Según los problemas planteados, el proyecto tiene por objetivo general: Determinar la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Del mismo modo se plantearon tres objetivos específicos, el primero: determinar la relación que existe entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. El segundo: determinar la relación que existe entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Y el tercero: determinar la relación que existe entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Así mismo se tiene como hipótesis general: Existe una relación significativa entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Así mismo se cuenta con tres hipótesis específicas, la primera: existe una relación significativa entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. La segunda: existe una relación significativa entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Y la tercera: existe una relación significativa entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Para el presente proyecto se considerarán los siguientes trabajos previos, tanto nacionales como internacionales, los cuales guardan relación con nuestro tema y objeto de estudio. En los antecedentes nacionales tenemos a los autores Bastidas y Rutte (2017), en su tesis titulada *“La asociatividad de los productores de pisco en Lunahuaná, como herramienta para la exportación, 2017”*, el cual tuvo como principal objetivo demostrar que la asociatividad es la primera herramienta para internacionalizar su producto. La metodología de investigación fue descriptiva ya que se buscaba identificar las peculiaridades de los productores pisqueros, incluyendo datos cualitativos y desarrollándose con análisis estadísticos bajo un diseño transversal simple. Concluyendo que la asociatividad es la herramienta útil y esencial para la exportación del pisco en Lunahuaná, del mismo los productores manifestaron que la cantidad de hectáreas, la capacidad económica, la tecnología y el nivel de gestión empresarial son las características fundamentales que influyen para que los productores se puedan asociar. Así mismo tenemos a Carazas y Quillahumán (2018), en su tesis *“Asociatividad de los pequeños productores del distrito de San Jerónimo – Cusco como la estrategia para aumentar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas, 2015”*, el cual tuvo como principal objetivo identificar que la

asociatividad de los productores de hortalizas del distrito de San Jerónimo contribuye a la competitividad de las cadenas de producción, desarrollándose bajo una ruta cuantitativa, del diseño no experimental de corte transversal correlacional ya que se requiere encontrar la relación que existe entre ambas variables, teniendo como muestra a 73 pequeños productores. Concluyendo que las dimensiones que presenta la asociatividad indican un bajo nivel de correlación; pero es significativa; por ello para probar la hipótesis se realizó una prueba de medias, en cual los resultados confirmaron que el proceso de asociación mejorará los niveles de ingresos económicos de cada unidad productora, cooperando así mismo al crecimiento de la competitividad en el mercado.

Seguidamente tenemos a Chávez (2018) en su tesis titulada *“Factores estratégicos que intervienen en el desarrollo del proceso de asociatividad empresarial de los productores de pisco del distrito de Lunahuaná, provincia de Cañete”*, teniendo como objetivo, conocer la influencia de los factores estratégicos en el proceso asociativo empresarial de los productos de pisco, siendo una investigación de tipo aplicada de enfoque cualitativo de nivel descriptivo porque se cuenta con dos variables. La población a estudiar estuvo constituida por 33 productores de pisco, de los cuales 22 son informales y 11 formales. Concluyendo que los factores estratégicos si están presentes en el desarrollo de la asociatividad de los productores de pisco de Lunahuaná.

Por consiguiente, tenemos los antecedentes internacionales, iniciando con la autora Pinargote (2020), en su tesis titulada *“El análisis de la asociatividad como alternativa para la internacionalización de licores producidos por microempresarios de la Provincia de Esmeraldas”*, el cual tuvo como objetivo principal demostrar que la unión de productores sería la alternativa para que los microempresarios de Esmeralda pueden optar por introducción en los mercados extranjeros. Por este motivo, se planteó como propuesta la creación de un consorcio de exportación como un modelo de asociatividad con dichas empresas y así aspiren a ubicar satisfactoriamente su oferta en los mercados en los internacionales, y de esta forma encontrar solución a aquellos problemas que limita a los productores para fortalecer su sector productivo y a su vez

los que llevan más tiempo en el mercado puedan compartir su experiencia con quienes están iniciando. Esta investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo ya que se estudió un caso real con el fin de describir datos que establezcan la unión de cuatro microempresas como una alternativa de oferta exportable. Así mismo en este estudio se utilizó el método inductivo dado que las conclusiones se obtendrán a partir de las observaciones, de tal modo se concluyó que una alternativa para ingresar a los mercados extranjeros consiste en establecer un consorcio de exportación.

Por otro lado, tenemos al autor Tovar (2017), en su tesis titulada *“Asociatividad, como estrategia para mejorar la competitividad de los productores de Ñame del departamento de Sucre”*, en el cual se tuvo como objetivo plantear elementos que establezcan una figura estratégica al interior de las organizaciones productoras de ñame, de manera que permitan mejorar las condiciones de competitividad. El estudio se orientó bajo un enfoque cualitativo del nivel descriptivo, bajo un diseño no experimental de corte transversal. Concluyendo que la asociatividad es la estrategia y base fundamental para aumentar la competitividad e iniciar un nuevo desarrollo social y económico de los productores de ñame del departamento de Sucre. Del mismo modo se identificó que para lograrlo se debe determinar los siguientes aspectos: disminuir costos de producción, legalización, educación, ser transparentes con el ministerio de agricultura y aumentar el poder de negociación. De igual manera, se considera al autor Pabón (2020) por el artículo de investigación publicado en la revista *Observatory of the Latin American Economy* titulado *“Competitive strategies of the micro, small and medium workshops that produce wood crafts, from San Antonio de Ibarra, Imbabura, Ecuador”* cuya traducción es estrategias competitivas de Mypymes que manufacturan artesanías en madera, de San Antonio de Ibarra, Imbabura, Ecuador, la cual tuvo como objetivo primordial establecer cuál es la correlación entre la asociatividad empresarial y la competitividad de los micro, pequeños y medianos talleres de artesanías en madera, ésta investigación fue de nivel descriptivo correlacional, la muestra de estudio fue de 348 talleres de San Antonio de Ibarra. Así mismo se identificó una fuerte correlación entre la asociatividad empresarial y la competitividad de los micro, pequeños y medianos talleres que elaboran artesanías en madera, con significancia

de 0,135, y r de Pearson = 0,083. Concluyendo que la asociatividad abrirá paso a nuevos mercados y a la disminución de los costos en la producción.

Para el presente trabajo de investigación consideramos dos teorías, la ventaja absoluta y la ventaja comparativa, las cuales se centran en el beneficio de la asociatividad; así mismo encontramos la teoría del diamante de la ventaja de competitividad nacional, el cual está enfocado a la competitividad. Daniels et ál., (2013) mencionan en su libro de *Negocios Internacionales, ambientes y operaciones* lo siguiente: si los países requieren de una comercialización entre sí, no debería existir limitación alguna para las importaciones y de igual manera para las exportaciones. Así mismo la ventaja absoluta y la ventaja comparativa están integradas a promover el comercio libre, tienen las necesidades de intercambiar productos entre naciones, también están relacionadas en incrementar la producción y practicar la especialización. Según Adam Smith (1776) sostiene que, al existir naciones que elaboren productos o bienes similares, una variación de precios generaría un incremento de producción, el cual permitiría volver competente a una nación a través de la producción con un proceso tecnológico correspondiente. Esto indica que los países poseen la capacidad de producir una determinada cantidad de productos empleando menos recursos y equipos tecnológicos que permitan una producción más eficiente. Por otro lado, David Ricardo (1817) afirma que en el comercio internacional la ventaja comparativa a pesar de existir países productores de similares características puede haber una rentabilidad a través de una especialización en la producción. En otros términos, indica que los países deberán considerar la especialización si se busca una producción de calidad y brindar un producto atractivo en el mercado internacional; así mismo que las naciones empleen equipos de alta tecnología para así brindar un producto factible.

A continuación, tenemos las definiciones teóricas de la variable asociatividad, las cuales respaldan nuestra investigación, es importante tener en cuenta éstas definiciones porque permitirán contextualizar el desarrollo de la realidad problemática. Entonces para definir la variable asociatividad se tendrá en cuenta los siguientes conceptos que han sido planteados por diversos autores. Para el autor Maldonado (2012) la asociatividad es un sistema de organización que se basa en un contrato

social que responde a la necesidad de un grupo humano para sumar ventaja y mayores beneficios de manera colectiva. Por otro lado, los autores Peña y Bastidas (2004) dan énfasis a la asociatividad como la herramienta para la apertura del comercio exterior, obteniendo nuevas ventajas competitivas como nuevos clientes y precios de escala. Sin embargo, para el autor Enríquez (2011) la asociatividad es el instrumento de cooperación entre las PYMES, donde cada una de ellas sostiene su autonomía e independencia jurídica, pero a la vez decide de manera voluntaria colaborar y cooperar en un esfuerzo conjunto con otros participantes porque tienen un objetivo en común, desarrollar ventajas competitivas, es así, que crean la misión de aumentar su rendimiento y su colocación en algún mercado determinado. Sin embargo, para la construcción de un interés mutuo se entre lazan las dimensiones de cooperación, necesidades y recursos de capital por cada uno de los participantes. Ante lo mencionado podemos indicar que la asociatividad es el factor clave para una alianza voluntaria entre emprendedores y empresas, que deciden compartir riesgos y nuevos retos con el objetivo de disminuir los costos en sus producciones para obtener productos y servicios de alta rentabilidad en el mercado.

En cuanto a las dimensiones de la variable asociatividad, éstas son integración, cooperación, necesidades, tecnología en recursos, recursos de capital y capacitación en mejora de procesos. El autor Enríquez (2011) que la cooperación infiere en las decisiones en conjunto de todos los socios de la organización respecto a los niveles de producción, comercialización del producto y las alianzas estratégicas realizadas con entidades públicas y privadas, ya que con ello se logra un trabajo unificado y participativo en favor de la institución. En cuanto a las necesidades mencionó que son imprescindibles para que la organización tenga éxito, entre ellas tenemos que manejar el precio del producto, ver los nuevos mercados y cartera de clientes para asegurar el éxito de la organización. Del mismo modo conceptualizó a los recursos de capital como el soporte que tiene la organización para poder lograr sus objetivos, y es parte de los factores de producción, ya que sin ello no se puede realizar las demás acciones, entre ellos tenemos la capacidad de uso de tierras, recursos financieros y recursos humanos.

En cuanto a la teoría en base a la competitividad, según Porter (1990), en el libro *La ventaja competitiva de las Naciones*, explica en su teoría del Diamante de la ventaja de competitividad nacional que el éxito de un país no se debe a sus ventajas comparativas y si a las ventajas competitivas, así mismo afirma que la competitividad requiere de la suficiencia de su industria, en mejorar y realizar cambios de modernización.

Para nuestra segunda variable, tenemos a Labarca (2007) quien indica que la competitividad es la facultad que poseen todas las empresas para lograr un éxito sostenido en comparar a sus competidores foráneos, sin protecciones o subsidios. Así mismo Muller (1995) comenta que la competitividad es la agrupación de condiciones y habilidades exigidas para la competencia, disponiendo de algún atributo que le permitan un desempeño empresarial superior para la creación de productos de gran valor. Por otra parte, Porter (1990) quien define a la competitividad como la capacidad que tiene cada organización para producir, innovar y mejorar sus productos y servicios con altos indicadores de calidad, manejando correctamente sus recursos; ya que la importancia está centralizada en saber cómo organizar y dirigir los recursos de la empresa, acrecentar su productividad y estar siempre prevenido a exigencias y necesidades de cada mercado. Según lo mencionado por Porter podemos indicar que la competitividad de una empresa es la habilidad para dar a conocer su producto o servicio cumpliendo satisfactoriamente las exigencias de sus clientes, es decir, generar la mayor satisfacción posible. A nivel micro empresarial se pueden diferir 3 dimensiones, que se encargan de determinar la potencialidad una organización y el grado de éxito que ésta presenta para el mercado. Entre ellas están la planeación estratégica, producción y operaciones, y la calidad de productos. Según Porter (1990) éstas son definidas de la siguiente manera, la planeación estratégica está enfocada en los objetivos y metas a plazo, que tienen las empresas. Para ello es necesario realizar investigaciones sobre el ambiente, los planes de contingencia y las amenazas, es por ello que esta dimensión está adaptada en su totalidad a la empresa. La producción y operaciones en base a la competitividad de las empresas éstas se centran en los procesos de producción, certificaciones, flexibilidad en procesos

productivos, uso de herramientas modernas de producción, desarrollo de nuevos productos, planeación de materias primas e insumos y manejo de inventarios, los cuales con llevan a que en un corto plazo, las empresas puedan reaccionar rápidamente a los cambios en la demanda u otros factores externos; por lo tanto, se tiene que considerar que a mayor modernización en los procesos y operaciones, mayor será el nivel de la competitividad en la organización. La calidad de productos es la dimensión que define el grado de funcionamiento de normas de calidad, las certificaciones y los programas para enfrentar todas las contingencias. La convicción señala que las empresas que presentan mayores niveles de competitividad son porque los procesos de calidad y la calidad de los productos son certificados.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El proyecto de investigación es de tipo aplicada, puesto que se utilizó conocimientos ya existentes para encontrar la relación entre la asociatividad y la competitividad. De acuerdo a Murillo (2008) define a ésta investigación como el empleo de conocimientos en la práctica, para utilizarlos en beneficio de los grupos y de la sociedad que en general participan como el objeto de estudio. Por lo tanto, para analizar las variables se desarrollará bajo una ruta cuantitativa ya que se cuenta con dos variables: asociatividad y competitividad, las cuales serán estudiadas para dar respuesta al problema de investigación y probar las hipótesis establecidas. En cuanto al diseño de investigación es no experimental ya que no se realizarán modificaciones de las variables para el beneficio del proyecto, se mostrarán los resultados tal cual se obtengan, para Hernández y Mendoza (2018) la investigación de diseño no experimental logra observar los hechos y los efectos en las variables, pero no es viable manipular o influir en ellas ya que son resultado de un estudio ex post facto o encuestas de opinión. En cuanto a los tipos de diseño no experimental, se clasifican en investigación transeccional o transversal y longitudinal, siendo así nuestro trabajo una investigación transversal, es decir, se

recolectará datos de un solo instante. El nivel de investigación es correlacional, por lo dicho anteriormente el estudio busca la relación entre la asociatividad y la competitividad en un momento determinado.

3.2. Variables y operacionalización

En el actual proyecto de investigación se plantean dos variables: la asociatividad y la competitividad, las cuales se estudiarán cada una a través de tres dimensiones según los autores Enríquez y Porter. (Ver anexo 1).

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

Para Hernández y Mendoza (2018) la población está considerada como el conjunto finito o infinito de componentes que presentan igualdad en determinadas características. Considerando lo mencionado, para el actual proyecto de investigación se tomó como población a las PYMES productoras de pisco del distrito de Lunahuaná, provincia de Cañete. Para el estudio se consideró los siguientes criterios de inclusión: PYMES formales con más de un año de producción.

Para seleccionar la muestra se tomó en cuenta la fórmula de proporción poblacional para población finita, el cual equivale a 35 PYMES, considerando un nivel de confianza de 1,96 y asumiendo un margen de error del 5%. Obteniendo como resultado una muestra de 33 PYMES. Por lo tanto, se determina que el tamaño de la muestra son 33 PYMES productoras de pisco. Calculado de la siguiente manera (Ver anexo 5). Cabe mencionar que el estudio usará un método probabilístico de muestreo aleatorio simple donde cada individuo de la población tiene el mismo nivel de probabilidad de ser incluido en la muestra. (Hernández y Mendoza, 2018).

La unidad de análisis de esta investigación son las PYMES productores de pisco del distrito de Lunahuaná, provincia de Cañete.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se empleará la técnica de encuesta, la cual Hernández y Mendoza (2018) mencionan que es un método que recolecta datos precisos brindados por un grupo de personas, que dan respuestas a preguntas específicas y necesarias para desarrollar una investigación. En cuanto al instrumento para recolectar y registrar los datos, se utilizará el cuestionario, el cual López-Roldán y Fachelli (2015), indican que este instrumento recoge la información de las preguntas de forma ordenada, obteniendo así las respuestas mediante un registro sencillo.

La validación del instrumento se ejecutará a través de un juicio de expertos, por lo que se recurrirá a especialistas en el tema de estudio. En el transcurso de la validez del instrumento, los jueces pueden realizar observaciones del contenido, de manera que se identifique las fortalezas o debilidades que se tiene del mismo, para que ello permita al investigador cambiar, añadir o eliminar algún ítem (Hernández y Mendoza, 2018). Según lo mencionado la validez del instrumento para esta investigación será realizada por tres expertos en la materia de estudio, siendo docentes y expertos en el ámbito temático y metodológico, los cuales verificaron y validaron el instrumento de recolección de datos, siendo aprobada por el Doctor Fernández Caro, Fernando Luis, el Magister Máximo Fidel Pasache Ramos y el Magister Paul Mike Berta Hinostroza, dictaminando unánimemente que el instrumento es aplicable. (Ver anexo 6).

Según Hernández y Mendoza (2018) la confiabilidad es la medida que señala el grado de ausencia de errores aleatorios en el instrumento, por ello se debe de tener en cuenta que la medición de la confiabilidad es diversa, sin embargo se emplean rangos de coeficientes de confiabilidad que oscilan entre 0 y 1, representando al coeficiente 0 con una confiabilidad nula y representando a 1 con una confiabilidad máxima (perfecta, fiabilidad total), para observar los rangos de coeficiente de confiabilidad. (Ver anexo 7). Para poder calcular la confiabilidad del instrumento se trabajará con el coeficiente alfa de Cronbach, éste mide la

confiabilidad del instrumento en escala de Likert, a través del software estadístico IBM SPSS 25. (Ver anexo 8).

3.5. Procedimientos

Para medir las variables, se realizará un cuestionario de un total de 30 preguntas, las cuales serán aplicadas a 33 PYMES productoras de pisco, de los cuales se recogerá información relevante para la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

El trabajo de investigación procesará los datos conseguidos mediante el instrumento empleado, a través del software estadístico SPSS versión 25.0, el cual es una herramienta que nos permite recabar los resultados para su interpretación a través de la estadística descriptiva e inferencial. Finalmente para la representación de los resultados se usarán tablas y gráficos.

3.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se consideró trabajos previos, nacionales como internacionales, los cuales han sido necesarios para unificar información, cabe resaltar que se respetaron las propiedades intelectuales de cada autor, del mismo se tuvo en cuenta las normas actualizadas del manual APA, trabajando con la séptima edición. Así mismo, este trabajo pasó por el software TURNITIN, obteniendo un resultado del 16% de similitud, siendo un porcentaje aceptable dentro de las normas establecidas.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo univariado

4.1.1 Análisis descriptivo de los resultados de la variable Asociatividad

Tabla 1 Descripción de los niveles de la variable Asociatividad

| | | Asociatividad | | | |
|--------|-------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 6 | 18,2 | 18,2 | 18,2 |
| | MEDIO | 13 | 39,4 | 39,4 | 57,6 |
| | ALTO | 14 | 42,4 | 42,4 | 100,0 |
| | Total | 33 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Spss 25

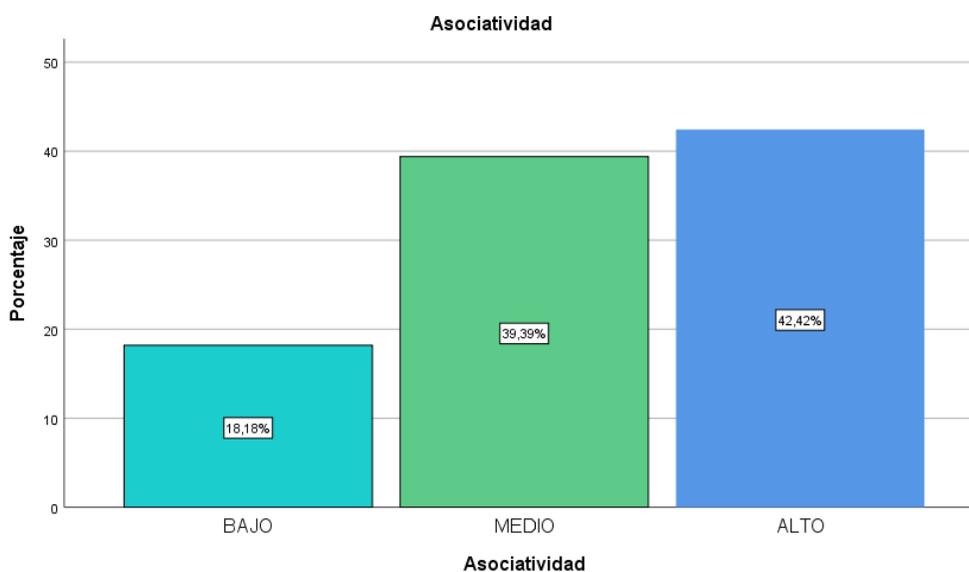


Figura 1 Descripción gráfica de la variable Asociatividad

INTERPRETACION:

En cuanto a la tabla 1 y figura 1, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de Pisco; se deduce que la asociatividad se encuentra representado por un regular índice de alto del 42%, sucesivamente se muestra el 39% que representa al nivel medio y finalmente se muestra un índice bajo de 18%. Por lo tanto, se

demuestra que existe una eficaz relación de asociatividad en la PYMES productoras de pisco ubicadas en el valle de Lunahuaná.

4.1.2. Análisis descriptivo de los resultados de la variable Competitividad

Tabla 2 Descripción de los niveles de la variable Competitividad

| | | Competitividad | | | |
|--------|-------|----------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 5 | 15,2 | 15,2 | 15,2 |
| | MEDIO | 12 | 36,4 | 36,4 | 51,5 |
| | ALTO | 16 | 48,5 | 48,5 | 100,0 |
| | Total | 33 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: SPSS 25

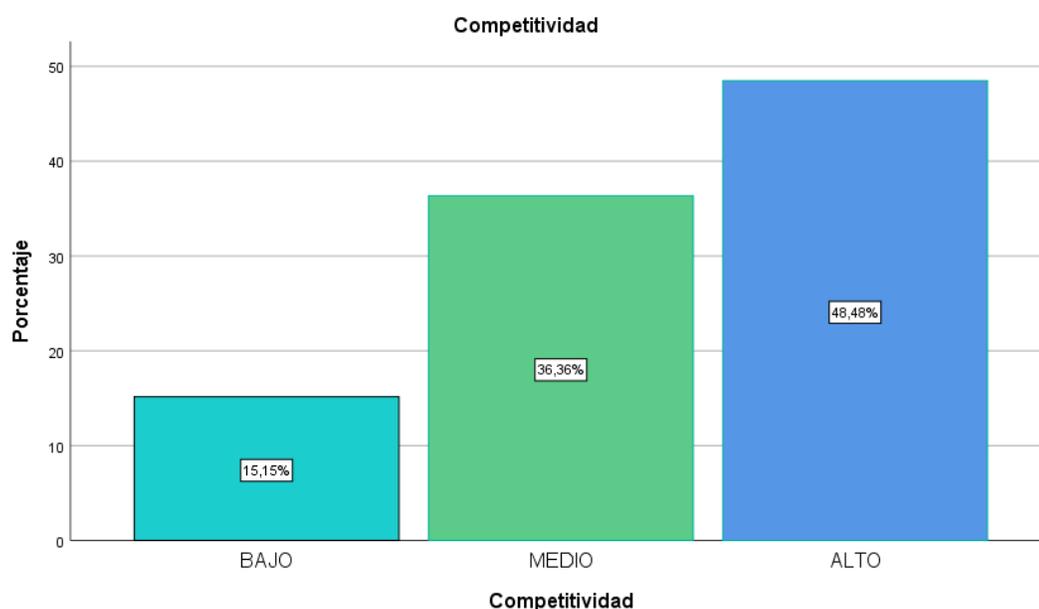


Figura 2 Descripción gráfica de la variable Competitividad

DESCRIPCIÓN:

Como se visualiza en la tabla 2 y figura 2, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se obtiene que la competitividad, se encuentra representado por un índice alto del 48%, sucesivamente se muestra un índice medio del 36%, finalmente se identifica un índice de nivel bajo del 15%. Por lo tanto, se demuestra una relación

de competitividad en las PYMES productoras de pisco ubicadas en el Valle de Lunahuaná.

4.1.3 Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Cooperación.

Tabla 3 Descripción de los niveles de la dimensión Cooperación

| | | Cooperación | | | |
|--------|-------|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| | BAJO | 7 | 21,2 | 21,2 | 21,2 |
| | MEDIO | 22 | 66,7 | 66,7 | 87,9 |
| | ALTO | 4 | 12,1 | 12,1 | 100,0 |
| | Total | 33 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: SPSS 25

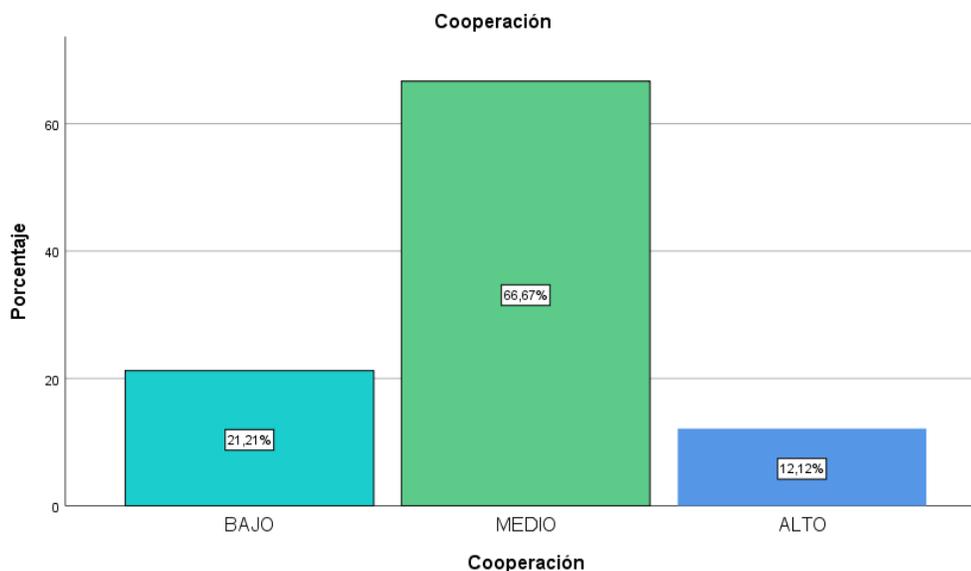


Figura 3 Descripción gráfica de la dimensión Cooperación

INTERPRETACION:

En cuanto a la tabla 3 y figura 3, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se deduce que la cooperación se encuentra representado por un regular índice de alto del 12%, sucesivamente se muestra el 66% que representa

al nivel medio y finalmente se muestra un índice bajo de 21%. Por lo tanto, se demuestra que existe una relación de índice medio de cooperación en la PYMES productoras de pisco ubicadas en el valle de Lunahuaná.

4.1.4. Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Necesidades.

Tabla 4 Análisis descriptivo de los resultados de la dimensión Necesidades

| | | Necesidades | | | |
|--------|-------|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 9 | 27,3 | 27,3 | 27,3 |
| | MEDIO | 24 | 72,7 | 72,7 | 100,0 |
| | Total | 33 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: SPSS 25

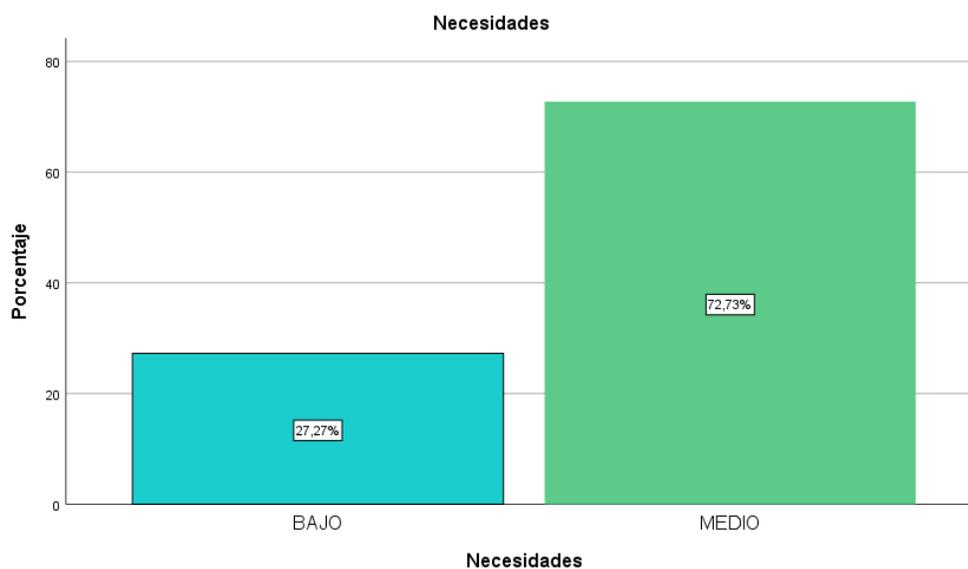


Figura 4 Descripción gráfica de la dimensión Necesidades

INTERPRETACION:

Como se puede apreciar en la tabla 4 y figura 4, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se obtiene que las necesidades, se encuentra representado por un índice medio del 72%, sucesivamente se muestra un índice bajo

del 27%. Por lo tanto, se demuestra un índice de relación medio de Necesidades en las PYMES productoras de pisco ubicadas en el Valle de Lunahuaná.

4.1.5. Análisis descriptivo de los resultados de la Dimensión Recursos de Capital.

Tabla 5 Descripción de los niveles de la dimensión Recursos de Capital

| | | Recursos de capital | | | |
|--------|-------|---------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 3 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | MEDIO | 21 | 63,6 | 63,6 | 72,7 |
| | ALTO | 9 | 27,3 | 27,3 | 100,0 |
| | Total | 33 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: SPSS 25

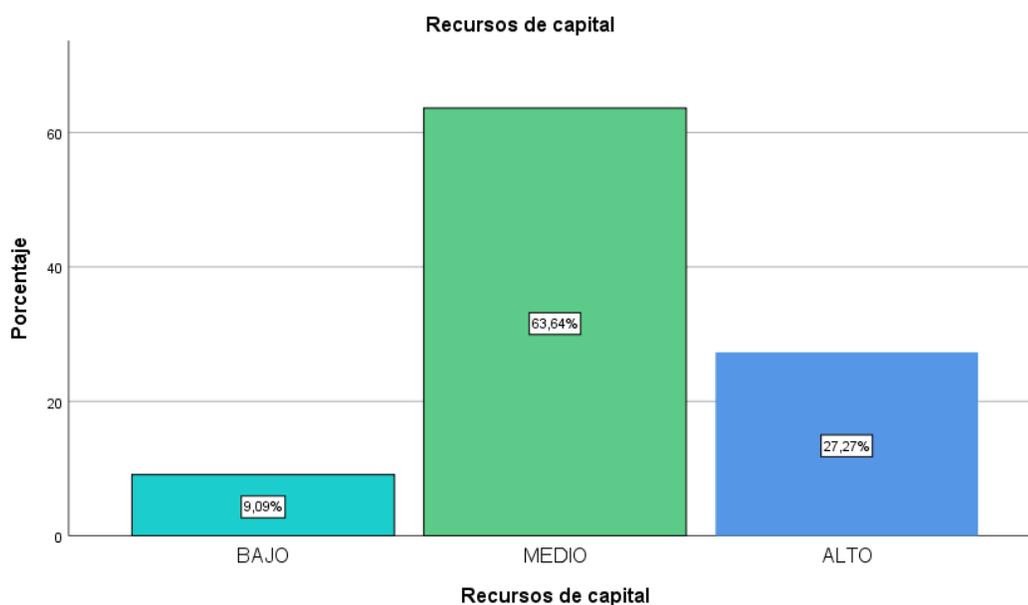


Figura 5 Descripción gráfica de la dimensión Recursos de Capital

INTERPRETACION:

Con respecto a la tabla 5 y figura 5, en representación al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco, se interpreta que el recurso de capital está representado por un índice alto del 27%, seguido de un índice medio del 63% y finalmente un índice bajo

del 9%. Por lo tanto, se observa que existe un índice de relación medio en los Recursos de Capital en las PYMES productoras de pisco ubicadas en el Valle de Lunahuaná.

4.2 Análisis Descriptivo Bivariado

4.2.1 Análisis descriptivo de los resultados en medio de las variables Asociatividad y Competitividad.

Tabla 6 Variable Asociatividad y Variable Competitividad

| | | Competitividad | | | Total | |
|---------------|-------------|----------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| Asociatividad | BAJO | Recuento | 4 | 2 | 0 | 6 |
| | | % del total | 12,1% | 6,1% | 0,0% | 18,2% |
| | MEDIO | Recuento | 1 | 6 | 6 | 13 |
| | | % del total | 3,0% | 18,2% | 18,2% | 39,4% |
| | ALTO | Recuento | 0 | 4 | 10 | 14 |
| | | % del total | 0,0% | 12,1% | 30,3% | 42,4% |
| Total | Recuento | 5 | 12 | 16 | 33 | |
| | % del total | 15,2% | 36,4% | 48,5% | 100,0% | |

Fuente: SPSS 25

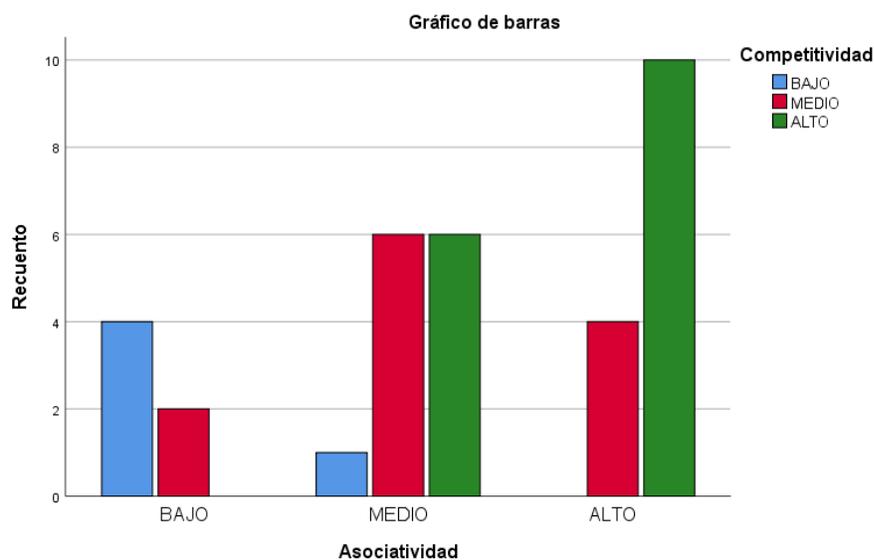


Figura 6 Descripción gráfica de la variable Asociatividad y Competitividad

INTERPRETACION:

Como se puede apreciar en la tabla 6 y figura 6, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se interpreta que el 48.5% es el índice alto en relación a la asociatividad; seguido del índice de nivel medio con respecto a las variables del 36.4%, así mismo el índice de nivel bajo está representado con el 15.2%. Por lo que se deduce, que la relación en medio de dichas variables en investigación define que, a mejor grado de asociatividad, mejor es la competitividad.

4.2.2. Análisis descriptivo entre los resultados Cooperación y Competitividad.

Tabla 7 Dimensión Cooperación y Variable Competitividad

| | | Competitividad | | | Total | |
|-------------|-------------|----------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| Cooperación | BAJO | Recuento | 4 | 3 | 0 | 7 |
| | | % del total | 12,1% | 9,1% | 0,0% | 21,2% |
| | MEDIO | Recuento | 1 | 9 | 12 | 22 |
| | | % del total | 3,0% | 27,3% | 36,4% | 66,7% |
| | ALTO | Recuento | 0 | 0 | 4 | 4 |
| | | % del total | 0,0% | 0,0% | 12,1% | 12,1% |
| Total | Recuento | 5 | 12 | 16 | 33 | |
| | % del total | 15,2% | 36,4% | 48,5% | 100,0% | |

Fuente: SPSS 25

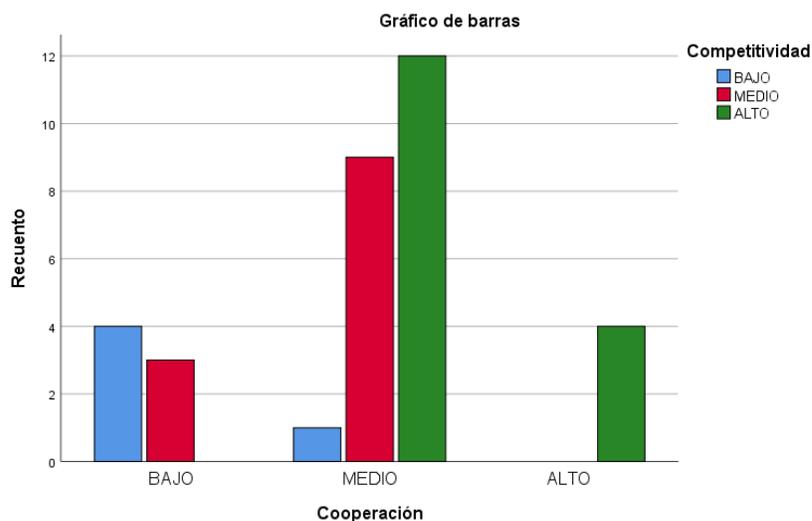


Figura 7 Descripción gráfica de la dimensión Cooperación y variable Competitividad

INTERPRETACION:

Como muestra la tabla 7 y figura 7, con referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se interpreta que el 48.5% es el índice de nivel alto en relación a la competitividad y la cooperación; seguido del índice de nivel medio del 36.4%. Así mismo el índice de nivel bajo del 15.2%. Por lo tanto, se deduce, que la relación entre dimensión y variable en estudio define que, a mayor Cooperación, mejor es la Competitividad en la PYMES productoras de pisco del Valle de Lunahuaná.

4.2.3. Análisis descriptivo entre los resultados Necesidades y Competitividad.

Tabla 8 Dimensión Necesidades y Variable Competitividad

| | | Competitividad | | | Total | |
|-------------|-------------|----------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| Necesidades | BAJO | Recuento | 4 | 3 | 2 | 9 |
| | | % del total | 12,1% | 9,1% | 6,1% | 27,3% |
| | MEDIO | Recuento | 1 | 9 | 14 | 24 |
| | | % del total | 3,0% | 27,3% | 42,4% | 72,7% |
| Total | Recuento | 5 | 12 | 16 | 33 | |
| | % del total | 15,2% | 36,4% | 48,5% | 100,0% | |

Fuente: Spss 25

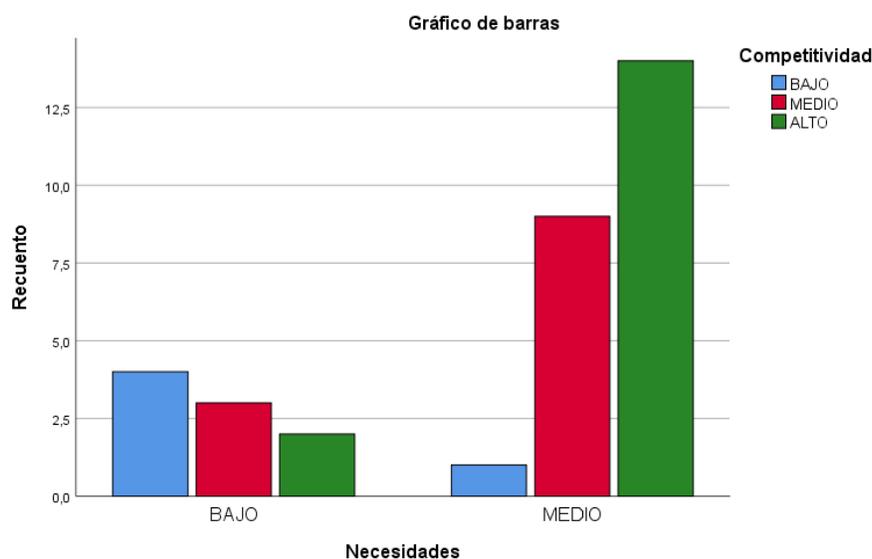


Figura 8 Descripción gráfica de la dimensión Necesidades y la variable Competitividad

INTERPRETACIÓN:

Como muestra la tabla 8 y la figura 8, con referencia al muestrario de 33 Pymes productoras de Pisco, se interpreta que el 48.5% es el índice de nivel alto en relación a la competitividad y las necesidades; seguido por el índice de nivel medio del 36.4%. Así mismo el índice de nivel bajo, está representado por el 15.2%. Por lo tanto, se deduce, que la relación en medio de la variable y la dimensión en estudio define que, a mayores necesidades, mejor es la competitividad entre las Pymes productoras de Pisco de Valle de Lunahuaná.

4.2.4. Análisis descriptivo entre los resultados Competitividad y Recursos de Capital.

Tabla 9 *Dimensión Recursos de capital y variable Competitividad*

| | | Competitividad | | | Total | |
|---------------------|-------------|----------------|-------|-------|--------|-------|
| | | BAJO | MEDIO | ALTO | | |
| Recursos de capital | BAJO | Recuento | 2 | 1 | 0 | 3 |
| | | % del total | 6,1% | 3,0% | 0,0% | 9,1% |
| | MEDIO | Recuento | 3 | 8 | 10 | 21 |
| | | % del total | 9,1% | 24,2% | 30,3% | 63,6% |
| | ALTO | Recuento | 0 | 3 | 6 | 9 |
| | | % del total | 0,0% | 9,1% | 18,2% | 27,3% |
| Total | Recuento | 5 | 12 | 16 | 33 | |
| | % del total | 15,2% | 36,4% | 48,5% | 100,0% | |

Fuente: SPSS 25

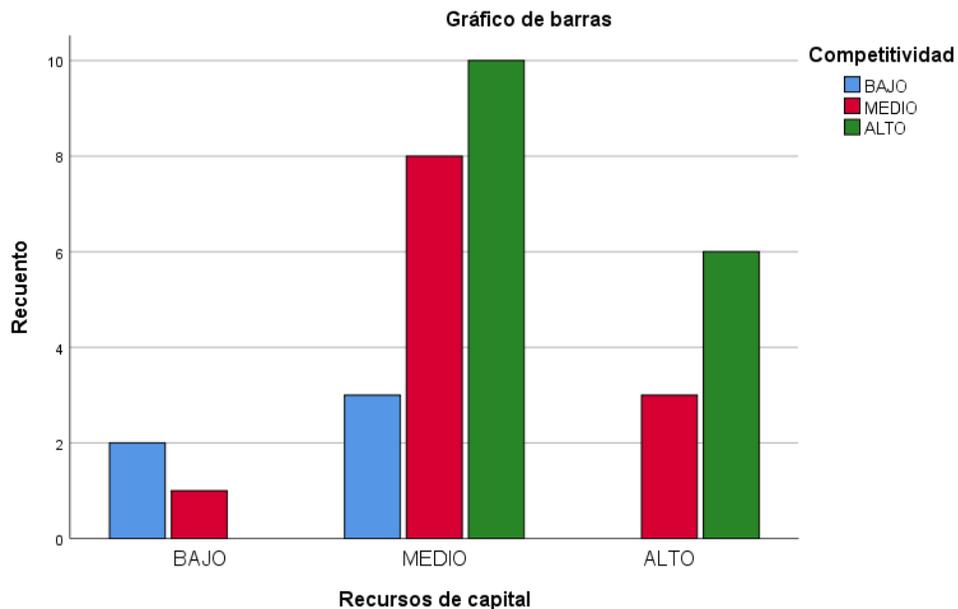


Figura 9 Descripción gráfica de la dimensión Recursos de Capital y la variable Competitividad

DESCRIPCIÓN:

Como muestra la tabla 9 y figura 9, en referencia al muestrario de 33 PYMES productoras de pisco; se interpreta que el índice de nivel alto está representado por el 48.5% en relación a la competitividad y recursos de capital; seguido por el índice de nivel medio del 36.4%. Así mismo el índice de nivel bajo del 15.2%. Por lo tanto, se deduce, que la relación que existe entre la variable y la dimensión en estudio define que, a mayor grado de recursos de capital, mejor es la competitividad entre las PYMES productoras de pisco del Valle de Lunahuaná.

4.3 Análisis Inferencial

Para compensar la hipótesis general y las hipótesis específicas, se empleó Rho Spearman como fundamento estadístico, que facilita establecer la relación existente en medio de las variables Asociatividad y Competitividad en las 33 Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

4.3.1 HIPÓTESIS GENERAL

H0: No existe una relación significativa entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

H1: Existe una relación significativa entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Regla de la decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05, se acepta la hipótesis nula.

Si el p-valor (sig.) < 0.05, se rechaza la hipótesis y se acepta la hipótesis alterna.

Tabla 10 *Correlación entre la Asociatividad y la Competitividad*

| | | Correlaciones | |
|-----------------|----------------|----------------------------|----------------|
| | | Asociatividad | Competitividad |
| Rho de Spearman | Asociatividad | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,587** |
| | | N | 33 |
| | Competitividad | Coeficiente de correlación | ,587** |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | 33 |

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

Se puede apreciar en la tabla 10, el coeficiente de correlación de Spearman = 0.587, lo cual expresa una relación positiva del nivel moderado, a alta percepción acerca de la Asociatividad, se tendrá además un excelente discernimiento con respecto a la Competitividad.

DECISIÓN:

Por otra parte, dado que el P= 0.005, evidencia que $p > 0.000$, entonces se rechaza la hipótesis nula, por ello, existe eficaz comprobación estadística para garantizar que la percepción sobre la Asociatividad está relacionada de modo significativo con la percepción referente a la Competitividad.

HIPOTESIS ESPECÍFICA 1

H0: No existe una relación significativa entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

H1: Existe una relación significativa entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Tabla 11 *Correlación entre Cooperación y Competitividad*

| | | Correlaciones | |
|-----------------|----------------|----------------------------|----------------|
| | | Cooperación | Competitividad |
| Rho de Spearman | Cooperación | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | . |
| | | N | 33 |
| | Competitividad | Coeficiente de correlación | ,656** |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | 33 |

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

Se puede prestar atención en la tabla 11, el coeficiente de correlación de Spearman = 0.656, nos muestra una relación positiva del nivel moderado, a alta percepción sobre la Cooperación, se tendrá además un excelente discernimiento sobre la Competitividad.

DECISIÓN:

Por otra parte, dado que el $P= 0.005$, evidencia que $p> 0.001$, por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe eficaz comprobación estadística para garantizar que la percepción sobre la Cooperación está relacionada de modo significativo con la apreciación referente a la Competitividad.

HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

H0: No existe una relación significativa entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

H1: Existe una relación significativa entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Tabla 12 *Correlación entre Necesidades y Competitividad*

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|----------------|----------------------------|-------------|----------------|
| | | | Necesidades | Competitividad |
| Rho de Spearman | Necesidades | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,434* |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,012 |
| | | N | 33 | 33 |
| | Competitividad | Coeficiente de correlación | ,434* | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,012 | . |
| | | N | 33 | 33 |

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

Se puede apreciar en la tabla 12, el coeficiente de correlación de Spearman = 0.434, lo cual muestra una relación positiva del nivel moderado, de mejor apreciación sobre las Necesidades, así mismo habrá una mejor percepción sobre la Competitividad.

DECISIÓN:

Por otro lado, dado que el $P = 0.005$, muestra que $p > 0.001$, por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la percepción sobre las Necesidades está relacionada significativamente con la percepción sobre la Competitividad.

HIPOTESIS ESPECÍFICA 3:

H0: No existe una relación significativa entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

H1: Existe una relación significativa entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Tabla 13 *Correlación entre Recursos de Capital y Competitividad*

Correlaciones

| | | | Recursos de capital | Competitividad |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------|
| Rho de Spearman | Recursos de capital | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,396* |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,023 |
| | | N | 33 | 33 |
| | Competitividad | Coeficiente de correlación | ,396* | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,023 | . |
| | | N | 33 | 33 |

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

Se puede apreciar en la tabla 13, el coeficiente de correlación de Spearman = 0.396, lo cual muestra una relación positiva del nivel moderado, a mejor percepción sobre los Recursos de Capital, así mismo habrá una mejor apreciación sobre la Competitividad.

DECISIÓN:

Por otro lado, dado que el $P= 0.005$, muestra que $p > 0.001$, por lo que se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la percepción sobre los Recursos de Capital está relacionada de modo significativo con la percepción sobre la Competitividad.

V. DISCUSIÓN

A continuación, se mencionará a los autores que apoyan favorablemente los resultados de la investigación:

Hipótesis General:

En relación con la hipótesis general, la variable de Asociatividad tiene un coeficiente de relación con la Competitividad de $p=587$ dándonos a entender que poseen una alta correlación entre ambas variables, siendo opuesta al resultado p menor 0,005. Por lo tanto, se llegó a concluir que la variable Asociatividad tiene relación con la variable de competitividad, donde la Hipótesis nula es rechazada y la Hipótesis alternativa es aceptada, mostrándose en la tabla 10.

Según los resultados la relación entre las variables Asociatividad y Competitividad, podemos establecer una relación y citar algunos autores que determinen de manera favorable la relación en sus conclusiones, así como Bastidas & Rutte (2017) que en su investigación concluye que la Asociatividad es empleada como una herramienta para impulsar una oferta exportable, esto permitiría la internacionalización e incrementar las exportaciones de aquellas Pymes que se encuentran exportando en la actualidad; así mismo generaría una mayor competitividad de las Pymes que los conforman, en el mercado exterior. También podemos citar a Carazas & Quillahuamán (2018) finaliza que al llevar a cabo alguna integración esto traería consigo alguna mejora en la capacidad productiva, lo cual demuestra que al existir una asociatividad entre las Pymes se podría lograr una mayor producción para así alcanzar una competitividad en el mercado.

Del mismo modo, el autor Del Rio (2017) plantea que la Asociatividad es la estrategia determinante para desarrollar una competitividad, donde demuestra que si se desea llegar al propósito de impulsar una competitividad se debe sacar provecho la

integración de diversas Pymes productoras de pisco teniendo en cuenta la viabilidad de internacionalización.

Primera Hipótesis Específica:

En la primera hipótesis específica, se presenta a la variable competitividad y a la dimensión cooperación, teniendo como resultado; $r=0,656$ y $\text{sig}=0,000$; interpretando que existe una relación significativa donde la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alternativa es aprobada en la competitividad de las Pymes productoras de Pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Según los resultados la relación entre la variable Competitividad y la dimensión Cooperación, podemos establecer una relación favorable y citar algunos autores que determinen de manera favorable la relación en sus conclusiones, así como Bastidas & Rutte (2017) que en su investigación finaliza que con un trabajo en conjunto se puede enfrentar diversas situaciones adversas como económico y comercial; es decir que al cooperar las Pymes de manera asociativa, esto podría permitir enfrentar situaciones negativas que se puedan presentar tanto en el mercado nacional e internacional, así mismo un trabajo organizacional permitiría superar deficiencias con una mayor competitividad .

Así mismo, el autor Chávez (2018) concluye en su investigación que la cooperación es un factor importante en una situación de asociación, esto fortalece una cultura organizacional para decisiones en conjunto respetando siempre sus valores y creencias adoptando un desarrollo competitivo; es decir que las Pymes productoras de Pisco opten por un trabajo en conjunto cooperando siempre en partes iguales, esto permitirá que sus lazos empresariales se puedan fortalecer volviéndose competitivos en el mercado, teniendo en cuenta en todo momento sus creencias enológicas, en este caso sus producciones artesanales y ecológicas.

Segunda Hipótesis Específica:

En la segunda hipótesis específica, se presenta a la variable competitividad y la dimensión necesidades, teniendo como resultado; $r=0,434$ y $\text{sig}=0,012$;

interpretándose que existe una relación significativa donde la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alternativa es aprobada en la competitividad de las Pymes productoras de Pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Según los resultados la relación entre la variable Competitividad y la dimensión Necesidades, podemos establecer una relación favorable y citar algunos autores que determinen de manera favorable la relación en sus conclusiones, así como Bastidas & Rutte (2017) en su investigación finaliza que la capacidad productiva, económica y agro industrial son necesidades determinantes que influyen en una asociatividad competitiva ; es decir que las Pymes de manera particular no logran ser altamente competitivos por ciertas necesidades que presentan razón por el cual al trabajar de manera conjunta esto permitiría incrementar su oferta en el mercado y poder enfrentar a la competencia en el mercado internacional, teniendo una accesibilidad mucho más viable.

Tercera Hipótesis Específica:

En la tercera hipótesis específica, se presenta a la variable competitividad y la dimensión recurso de capital, teniendo como resultado; $r=0,396$ y $sig=0,023$; interpretándose que existe una relación significativa donde la hipótesis nula es rechazada y la hipótesis alternativa es aprobada en la competitividad de las Pymes productoras de Pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Según los resultados la relación entre la variable Competitividad y la dimensión recursos de capital, podemos establecer una relación favorable y citar algunos autores que determinen de manera favorable la relación en sus conclusiones, así como Chávez (2018) en su investigación concluye que para lograr un bienestar económico por medio de inversiones, es sugerible una formalización empresarial lo cual generaría en conjunto una ventaja en la Pymes atrayendo entidades económicas muy importantes; es decir que a través de una formalización total y adecuada las Pymes podrían atraer nuevos inversionistas, esto permitirá que las empresas asociadas puedan lograr mayor competitividad y así mismo alcanzar sus objetivos empresariales e ingresos a nuevos mercados internacionales.

Así mismo, Carazas & Quillahuamán (2018) finaliza en su investigación que una asociatividad puede determinar un incremento en los recursos económicos de las empresas que las integran lo cual contribuye en sus niveles de competitividad en el mercado; es decir que las Pymes productoras de pisco al formar parte de una asociatividad mejoran sus recursos de capital, tanto en ingresos como en inversiones y esto aporta en su grado de competitividad frente a mercados internacionales.

VI. CONCLUSIONES

Luego del desarrollo y elaboración de tablas y gráficos se llegó a las siguientes conclusiones:

Conclusión 1:

Por medio de esta investigación se pudo rescatar las opiniones de las Pymes encuestadas con respecto a la relación entre la Asociatividad y competitividad de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020; finalizando que existe una relación favorable entre ambas variables, como lo demuestra la tabla presentada anteriormente.

Conclusión 2:

En cuanto a la dimensión número uno, se logró concluir que existe una relación favorable entre la variable competitividad y la dimensión cooperación de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Conclusión 3:

En cuanto a la dimensión número dos, se logró concluir que existe una relación favorable entre la variable competitividad y la dimensión necesidades de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

Conclusión 4:

En cuanto a la dimensión número tres, se logró concluir que existe una relación favorable entre la variable competitividad y la dimensión recurso de capital de las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.

VII. RECOMENDACIONES

1. En la presente investigación, se logró identificar una relación existente entre la asociatividad y competitividad en las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Por ello, recomendamos que los productores se unan a alguna asociación que se encuentre vigente, o inclusive crear una nueva con mayor organización considerando una visión y misión empresarial; porque esto permitiría evolucionar de manera competitividad y enfrentar a otras empresas de mayor escala, así mismo fidelizar nuevos mercados.
2. En la presente investigación, se logró identificar una relación existente entre la cooperación y competitividad en las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Por ello, recomendamos que los productores brinden aportes considerables y mantengan una asistencia participativa continua en la búsqueda de resultados equitativos; de tal manera hacer frente con una ventaja competitiva diferentes ámbitos y situaciones que se presenten para la asociación en conjunto, tales como el posicionamiento en un determinado mercado.
3. En la presente investigación, se logró determinar una relación existente entre las necesidades y competitividad en las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Por ello, recomendamos que los productores de la localidad al no encontrar una capacidad comercial competitiva de manera individual, deberían formar parte de una asociatividad y así poder lograr el apoyo de entidades nacionales que incentiven y contribuyan con el crecimiento comercial de estas Pymes.
4. En la presente investigación, se logró determinar una relación existente entre los recursos de capital y competitividad en las Pymes productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020. Por ello a los productores de la localidad que muchas veces no cuentan con una condición económica estable y esto limita la capacidad productiva por lo tanto no pueden ser competitivas; se le recomienda que a través de una asociación en conjunto puedan acceder a programas de apoyo económicos que el estado brinda a distintas organizaciones vitivinícolas.

REFERENCIAS

- Algalobo, B. y Pusse, K. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo] Repositorio Institucional UNPRG. <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aragón, A., Rubio, A., Serna A. y Chablé, J., (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Investigación y Ciencia*, (47), 4-12.
- Barba, A. (2010). Frederick Winslow Taylor y La Administración científica: contexto, realidad y mitos. *Gestión y Estrategias* Nro. 38. <http://administracion.azc.uam.mx/descargas/revistagye/rv38/rev38art01.pdf>
- Bastidas, A. y Rutte, I. (2017). *La asociatividad como una herramienta para la oferta exportable de los Productores de pisco en Lunahuaná, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio Institucional USIL. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/9796>
- Bohórquez, M., y Ferrer, H. (2011). Propuestas de indicadores de gestión sostenible para mejorar la competitividad de las PYMES turísticas: Observaciones de empresarios en una prueba piloto. *Anuario Turismo y Sociedad*, XII, 27-46.
- Borja, C., Alarcón, G., y Quizhpe, V. (2017). La asociatividad de las organizaciones sociales del sector subtrópico de la provincia Bolívar. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/asociatividad-ecuador.html>
- Carro, F. (2012). La Administración científica de Frederick W. Taylor: una lectura contextualizada. Departamento Ciencias de la Administración, Universidad Nacional del Sur. <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar/vii-jornadas-2012/actas/Carro.pdf>

- Cabrera, A., López, P. y Ramírez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. *Documento de investigación, administración de empresas*, Universidad Central, (4).
- Carazas, M. y Quillahuamán, D. (2018). *La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015* [Tesis de maestría, Universidad Católica Sedes Sapientiae] Repositorio Institucional UCSS. http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/523/Quillahuaman_Carazas_tesis_maestria_2018c.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Chávez, R., (2018). *Factores estratégicos que influyen en el desarrollo del proceso asociativo empresarial de los productores de pisco del valle de Lunahuaná, provincia de Cañete* [Tesis de doctorado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega] Repositorio Institucional UIGV. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3134>
- Chujutalli, P. y Urquía, G. (2019). *Relación entre la asociatividad y nivel de ingresos en la Asociación de Productores Agropecuarios la Campiña, distrito de Cuñumbuqui, San Martín, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto] Repositorio Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación. <http://tesis.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3700/ECONOMIA%20-%20Pedro%20Bardales%20Chujutalli%20%26%20Greiss%20Janniver%20Urqu%20c3%ada%20Arista.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuevas-Vargas, H., Aguilera, L., González, M. y Servín, J. (2015). The use of icts and its relation with the competitiveness of Mexican SMEs. *European Scientific Journal*, 11(13), 294-310.
- Demuner, M., Ibarra, M. y González, L. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. Estudios fronterizos*, 18(35). <https://www.redalyc.org/jatsRepo/530/53051786006/html/index.html>

- Du, J. y Banwo, A. (2015). "Promoting SME competitiveness: Lessons from China and Nigeria". *American Advanced Research in Management*, 1(1), 1-12.
- Enríquez, A. (2011). *Estrategias de Asociatividad*. Pancho.
- Ferrando, A. (2015). Business partnerships for improving the competitiveness of small farmers. *Anales Científicos*, 76(1), 177-185
<http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>
- Hernández, R. y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación*. (7a ed.) México: Mcgraw-Hill Interamericana editores S.A. de C.V.
- Ibáñez, S., Patricia, D., Cabrera, C., Celerina, B., Acevedo, J., Ruíz, A. y Maldonado, J., (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *Mexicana de Agronegocios*, 36(), 1167-1177.
<https://www.redalyc.org/pdf/141/14132408003.pdf>
- Labarca, Nelson (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13 (2), 158-184. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=737/73713208>
- Llenque, D. (2019). *Gestión de calidad en la asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de la red de fabricantes de bicicletas de la ciudad de Lima, 2018* [Tesis de maestría, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote] Repositorio Institucional Uladech.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11873/ASOCIATIVIDAD_CALIDAD_LLENQUE_SIANCAS_DANTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Depósito Digital de Documentos Universidad Autónoma de Barcelona.
- Martínez, N. (2020). *Asociatividad de los pequeños productores de banano y sus perspectivas de exportación, cantón la troncal* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Del Sur De Manabí] Repositorio Institucional UNESUM.

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2336/1/TESIS%20FINAL%20NESTOR%20MARTINEZ.pdf>

Medina, M. y Naranjo, I. (2014). Variables relevantes en el diseño de estrategias para la competitividad en PYMES. *Revista Científica Ciencias Humanas*, 9(27), 116-129.

Mejía, R. (2011). *Asociatividad empresarial como estrategia para la internacionalización de las pyme* [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar] Repositorio Institucional UASB <http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2269/1/T0937-MBA-Mej%c3%ada-Asociatividad.pdf>

Mendoza, C. y Guerrero, C. (2020). *Análisis de factores relacionados con la asociatividad en el sector confección área metropolitana de Bucaramanga* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <http://hdl.handle.net/20.500.12494/18335>

Morales, M. y Pech, J. (2020). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*, 47-63. <https://www.biblioteca.org.ar/libros/91537.pdf>

Muller, G. (1995). El caleidoscopio de la competitividad. *CEPAL*, 137-148.

Pabón, H. (2020) Competitive strategies of the micro, small and medium workshops that produce wood crafts, de San Antonio de Ibarra, Imbabura, Ecuador, *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/01/estrategias-competitivas-talleres.html>

Pardo, O. (2010). Taylor y Fayol: vigencia de los principios clásicos. Biblioteca digital Fundación Universitaria Colombo Digital. <http://hdl.handle.net/123456789/39>

Peña, A. E., y Bastidas, M. C. (2004). La pequeña y mediana empresa ante el fenómeno inmanente de la globalización. *Actualidad Contable FACES*, 52-60.

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/17340/articulo5.pdf;jsessionid=BDDA066C18D1C7EB81B7724E4AE3BDEE?sequence=1>

Pinargote, K. (2020). *Análisis de la asociatividad como alternativa para la exportación de licores producidos por microempresarios de la provincia de esmeraldas* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas] Repositorio Institucional PUCESE <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2056/1/PINARGOTE%20RUBIO%20KATHERINE%20BETSABET%20.pdf>

Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.

Ramírez, J. y Pedraza J. (2020). *La Asociatividad como estrategia competitiva en el sector agroindustria en el departamento de Santander* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia]. Repositorio Institucional UCC. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/18438>

Riveros, E., Umbarila, F., Bohórquez, M., Morales, E., Orozco, A., Huertas, L., Pacheco, M., Ramírez, M., Ferrer, H. y Murillo, Y. (2010). *Bases conceptuales para establecer indicadores de Gestión Sostenible y Asociatividad: Un aporte a la competitividad de las Pyme desde el desarrollo sostenible*. Editorial Universidad Los Libertadores, Bogotá D.C

Rodríguez, H. y Ramírez, C. (2016). Análisis de la sostenibilidad de los procesos de fortalecimiento de la asociatividad rural: el caso de Asomora. *Ciencias Agrícolas*, 33(1), 9-21.

Salas, R. (2011). *Mecanismos de asociatividad*. Bogotá: Libertad.

Serrano, L., y Lady, A. (2019). Economía Popular y Solidaria: Base para el Desarrollo Asociativo y Buen Vivir. *Espacios*, 40(14), 25. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n14/19401425.html>

Tovar, O. (2017). *Asociatividad: estrategia para mejorar la competitividad de los productores de Ñame del departamento de Sucre*. [Tesis de pregrado,

Universidad Tecnológica de Bolívar]. Repositorio Institucional UTB.
<https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0072914.pdf>

Suñol, Sandra (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 31(2), 179-198. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

Zumaran, O., Gutiérrez, B., Calero, R., Villanueva, R., Ramírez, A., Maguiña, Guillen, E., Vega, C., Vilcapoma C., Jiménez, K., Príncipe, G., Valverde, J., y Valderrama, S., (2017). *Estadística para la investigación*. Universidad César Vallejo.

ANEXO N°03

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES: ASOCIATIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|----------------|--|---|--|--|--------------------|
| Asociatividad | Es un instrumento de cooperación entre empresas pequeñas y medianas en donde cada una de ellas mantiene su autonomía e independencia jurídica, pero a la vez decide de manera voluntaria colaborar y participar en un esfuerzo conjunto con otras empresas porque tienen un objetivo en común, desarrollar ventajas competitivas, es así, que crean la misión de mejorar su productividad y el posicionamiento en el mercado. Sin embargo, para la construcción de un interés mutuo se entre lazan las dimensiones de cooperación, necesidades y recursos de capital por cada uno de los participantes. Enríquez (2011). | Medición por cuestionario conteniendo 18 ítems, mediante el cual se recoge los datos en escala Tipo Likert. | Cooperación Necesidades Recursos de capital | Alianzas estratégicas Uso de estrategias Trabajo en equipo Identificar problemas Nuevos mercados Cartera de clientes Capacidad de tierras Capacidad financiera Personal idóneo | Ordinal |
| Competitividad | Es la capacidad que tiene cada organización para producir, innovar y mejorar sus bienes con patrones de calidad específicos, manejando eficientemente sus recursos. A nivel micro o empresarial se pueden distinguir tres dimensiones, las cuales se encargan de determinar qué tan competitiva es una organización y el grado de éxito que ésta presenta para el mercado. Entre ellas están la planeación estratégica, producción y operaciones y calidad de productos. Porter (1990). | Medición por cuestionario conteniendo 18 ítems, mediante el cual se recoge los datos en escala Tipo Likert. | Planeación estratégica Producción y operaciones Calidad de productos | Objetivos y metas Análisis del entorno Planes de contingencia Procesos de producción Desarrollo de nuevos productos y procesos Niveles de producción Precio del producto Valoración de Ventas Satisfacción de clientes | |

ANEXO N°04

MATRIZ DE CONSISTENCIA: La asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|-------------------------------|--------------------------|---|---------|--------|
| | | | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | ESCALA | | |
| <p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020?</p> | <p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación que existe entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Determinar la relación que existe entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar la relación que existe entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> | <p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación significativa entre la asociatividad y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Hipótesis Especificas:</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe una relación significativa entre la cooperación y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe una relación significativa entre las necesidades y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> <p>Hipótesis específica 3</p> <p>Existe una relación significativa entre los recursos de capital y la competitividad de las PYMES productoras de pisco de Lunahuaná para su exportación, 2020.</p> | <p>A</p> <p>S</p> <p>O</p> <p>C</p> <p>I</p> <p>A</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>V</p> <p>I</p> <p>D</p> <p>A</p> <p>D</p> | <p>Es un instrumento de cooperación entre empresas pequeñas y medianas en donde cada una de ellas mantiene su autonomía e independencia jurídica, pero a la vez decide de manera voluntaria colaborar y participar en un esfuerzo conjunto con otras empresas porque tienen un objetivo en común, desarrollar ventajas competitivas, es así, que crean la misión de mejorar su productividad y el posicionamiento en el mercado. Sin embargo para la construcción de un interés mutuo se entre lazan las dimensiones de cooperación, necesidades y recursos de capital por cada uno de los participantes. Enríquez (2011).</p> | <p>Medición por cuestionario conteniendo 18 ítems, mediante el cual se recoge los datos en escala Tipo Likert.</p> | <p>Cooperación</p> | Alianzas estratégicas | 1,2, | Ordinal | |
| | | | | | | | Uso de estrategias | 3,4, | | |
| | | | | | | | Trabajo en equipo | 5,6, | | |
| | | | | | | | Necesidades | Identificar problemas | | 7,8, |
| | | | | | | | | Nuevos mercados | | 9,10, |
| | | | | | | | | Cartera de clientes | | 11,12 |
| | | | | | | | Recursos de capital | Capacidad de tierras | | 13,14, |
| | | | | | | | | Capacidad financiera | | 15,16, |
| | | | | | | | | Personal idóneo | | 17,18 |
| <p>C</p> <p>O</p> <p>M</p> <p>P</p> <p>E</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>T</p> <p>I</p> <p>V</p> <p>I</p> <p>D</p> <p>A</p> <p>D</p> | | | | <p>Es la capacidad que tiene cada organización para producir, innovar y mejorar sus bienes con patrones de calidad específicos, manejando eficientemente sus recursos. A nivel micro o empresarial se pueden distinguir 4 dimensiones, las cuales se encargan de determinar qué tan competitiva es una organización y el grado de éxito que ésta presenta para el mercado. Entre ellas están la planeación estratégica, producción y operaciones y calidad de productos. Porter (1990).</p> | <p>Medición por cuestionario conteniendo 18 ítems, mediante el cual se recoge los datos en escala Tipo Likert.</p> | <p>Planeación estratégica</p> | Objetivos y metas | 1,2, | Ordinal | |
| | | | | | | | Análisis del entorno | 3,4, | | |
| | | | | | | | Planes de contingencia | 5,6, | | |
| | | | | | | | Producción y operaciones | Procesos de producción | | 7,8 |
| | | | | | | | | Desarrollo de nuevos productos y procesos | | 9,10 |
| | | | | | | | | Niveles de producción | | 11,12, |
| | | | | | | | Calidad de productos | Precio del producto | | 13,14, |
| | | | | | | | | Valoración de ventas | | 15,16, |
| | | | | | | | | Satisfacción de clientes | | 17,18 |

ANEXO N°05

| INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS | | | | | | |
|---|---|----------------------|------------|---------|--------------|---------|
| SEÑOR(A): | | | | | | |
| Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con la asociatividad y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada. | | | | | | |
| INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente: | | | | | | |
| Considere lo siguiente: Nunca (1) – Casi Nunca (2) – A veces (3) – Casi siempre (4) – Siempre (5) | | | | | | |
| CUESTIONARIO | | | | | | |
| VARIABLE: ASOCIATIVIDAD | | | | | | |
| DIMENSIONES | INDICADORES | VALORES DE LA ESCALA | | | | |
| | | NUNCA | CASI NUNCA | A VECES | CASI SIEMPRE | SIEMPRE |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| COOPERACIÓN | ALIANZAS ESTRATÉGICAS | | | | | |
| | 1. ¿Las Pymes del distrito de Lunahuaná conocen y emplean alianzas estratégicas? | | | | | |
| | 2. ¿Considera que asociarse con otras empresas productoras resultaría una ventaja para ingresar a nuevos mercados? | | | | | |
| | USO DE ESTRATEGIAS | | | | | |
| | 3. ¿La empresa aplica estrategias competitivas en forma constante? | | | | | |
| | 4. ¿La empresa aplica estrategias de Marketing para lograr una venta eficiente? | | | | | |
| | TRABAJO EN EQUIPO | | | | | |
| | 5. ¿Las capacitaciones y especializaciones que se brinda a los colaboradores es primordial si se busca un buen trabajo en equipo? | | | | | |
| 6. ¿Considera usted que se logra mejores resultados en la empresa cuando se trabaja en equipo? | | | | | | |
| NECESIDADES | IDENTIFICAR PROBLEMAS | | | | | |
| | 7. ¿La empresa ha llevado acabo estudios en base a las necesidades de sus clientes? | | | | | |
| | 8. ¿Se informa constantemente sobre las deficiencias y dificultades encontradas en el mercado exterior? | | | | | |
| | NUEVOS MERCADOS | | | | | |
| | 9. ¿La empresa plantea dentro de sus objetivos el ingreso a nuevos mercados internacionales? | | | | | |
| | 10. ¿Considera a la internacionalización como una oportunidad de expansión para la empresa? | | | | | |
| | CARTERA DE CLIENTES | | | | | |
| 11. ¿La fidelización de clientes es una oportunidad para ampliar la cartera de clientes? | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | 12. ¿Considera que el segmento socio económico al que está dirigido sus productos, es importante para lograr un posicionamiento entre los clientes? | | | | | |
| RECURSOS DE CAPITAL | CAPACIDAD DE TIERRAS | | | | | |
| | 13. ¿La empresa dispone de viñedos propios para el respectivo proceso de elaboración de los productos? | | | | | |
| | 14. ¿Considera que la compra de materia prima a otros agricultores reduciría el costo de producción? | | | | | |
| | CAPACIDAD FINANCIERA | | | | | |
| | 15. ¿Ha recurrido a entidades financieras para solicitar préstamos? | | | | | |
| | 16. ¿Cree usted que a través de una absorción empresarial mejoraría la capacidad financiera la empresa? | | | | | |
| | PERSONAL IDÓNEO | | | | | |
| | 17. ¿Confía usted en el trabajo que desempeña su personal? | | | | | |
| | 18. ¿Sus trabajadores han sabido enfrentar las situaciones difíciles que afronta la PYME? | | | | | |
| VARIABLE: COMPETITIVIDAD | | | | | | |
| PLANEACIÓN ESTRATÉGICA | OBJETIVOS Y METAS | | | | | |
| | 1. ¿Los objetivos trazados se logran cumplir en su totalidad? | | | | | |
| | 2. ¿Considera que los objetivos y metas de la empresa han permitido una mayor competitividad en el mercado? | | | | | |
| | ANÁLISIS DEL ENTORNO | | | | | |
| | 3. ¿Usted cree que la amenaza de productos sustitutos disminuye el crecimiento de la empresa en el mercado? | | | | | |
| | 4. ¿La toma de decisiones se realiza a través de un diagnóstico obtenido por una herramienta de análisis? | | | | | |
| | PLANES DE CONTINGENCIA | | | | | |
| | 5. ¿Considera que la diversificación de productos es una estrategia a largo plazo para hacer frente a nuevos competidores? | | | | | |
| | 6. ¿La asociatividad es un recurso para el acceso y aceptación en nuevos mercados internacionales? | | | | | |
| PRODUCCIÓN Y OPERACIONES | PROCESOS DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| | 7. ¿Cree usted que los estándares de calidad mejoran su proceso de producción? | | | | | |
| | 8. Ha mostrado mejoras en su proceso tecnológico dentro de la producción para la exportación | | | | | |
| | DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y PROCESOS | | | | | |
| | 9. ¿La empresa realiza actividades de investigación para innovar sus productos al mercado internacional? | | | | | |
| | 10. ¿Considera que la diversificación de productos es indispensable para cubrir una mayor demanda en el mercado internacional? | | | | | |
| | NIVELES DE PRODUCCIÓN | | | | | |
| | 11. ¿Considera que la empresa ha logrado un nivel óptimo de producción al emplear los factores productivos? | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | 12. ¿La empresa cuenta con la capacidad necesaria de producción para abastecer un mercado internacional? | | | | | |
| CALIDAD DE PRODUCTOS | PRECIO DEL PRODUCTO | | | | | |
| | 13. Al incrementar el precio del producto, este se percibirá como un producto de alta calidad | | | | | |
| | 14. ¿Considera que las certificaciones, acreditaciones y galardones obtenidos, reflejan un valor agregado al producto para posicionarse con un precio exclusivo en el mercado internacional? | | | | | |
| | VALORACIÓN DE VENTAS | | | | | |
| | 15. ¿El volumen de venta es considerado un elemento para medir la calidad del producto? | | | | | |
| | 16. ¿Los valores agregados que tienen sus productos influyen en el crecimiento de las ventas? | | | | | |
| | SATISFACCIÓN DE CLIENTES | | | | | |
| | 17. ¿Considera que la calidad del producto ha mejorado la satisfacción del cliente? | | | | | |
| | 18. ¿Conocer la satisfacción del cliente es fundamental si la PYME pretende ser exitosa? | | | | | |

ANEXO N°06



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: BERTA HINOSTROZA MIKE PAUL
- I.2. Especialidad del Validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION Y RRII
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autores del instrumento: Agreda Licas, Jamir Paul y Zavala Agreda Katherine Julissa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Bueno 41-60% | Muy bueno 61-80% | Excelente 81-100% |
|------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | X |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | | X |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | X |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | X |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | X |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | X |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | X |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los Olivos, 30 de SETIEMBRE del 2020.

Firma de experto informante

DNI: 07861796

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |
| Ítem 9 | | X | |
| Ítem 10 | | X | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | X | | |

Variable 2:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | | X | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | | X | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | X | | |



 Firma de experto informante
 DNI: 07861796
 Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Márquez Caro Fernando Luis
- I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Agreda Licas, Jamir Paul y Zavala Agreda, Katherine Julissa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Bueno 41-60% | Muy bueno 61-80% | Excelente 81-100% |
|-------------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | X |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | | X |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | X |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | X |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | X |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | X |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | X |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Los Olivos, 30 de setiembre del 2020.



Firma de experto informante

DNI: 08728589

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | | X | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | | X | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | | X | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | X | | |

Variable 2:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | | X | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | | X | |
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | | X | |



Firma de experto informante

DNI: 08728589

Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Pasache Ramos, Máximo Fidel
- I.2. Especialidad del Validador: Ing. Economista y Mgtr. En docencia universitaria
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autores del instrumento: Agreda Licas, Jamir Paul y Zavala Agreda Katherine Julissa

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Bueno 41-60% | Muy bueno 61-80% | Excelente 81-100% |
|-------------------------------|---|---------------------|-------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado | | | | | X |
| OBJETIVIDAD | Esta expresado de manera coherente y lógica | | | | | X |
| PERTINENCIA | Responde a las necesidades internas y externas de la investigación | | | | | X |
| ACTUALIDAD | Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables | | | | | X |
| ORGANIZACIÓN | Comprende los aspectos en calidad y claridad. | | | | | X |
| SUFICIENCIA | Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| INTENCIONALIDAD | Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación | | | | | X |
| CONSISTENCIA | Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando. | | | | | X |
| COHERENCIA | Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento | | | | | X |
| METODOLOGÍA | Considera que los ítems miden lo que pretende medir. | | | | | X |
| PROMEDIO DE VALORACIÓN | | | | | | |

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los Olivos, 28 de Octubre del 2020.



.....
Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | X | | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | X | | |
| Ítem 8 | X | | |
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | | X | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | X | | |

Variable 2:

| INSTRUMENTO | SUFICIENTE | MEDIANAMENTE SUFICIENTE | INSUFICIENTE |
|-------------|------------|-------------------------|--------------|
| Ítem 1 | X | | |
| Ítem 2 | | X | |
| Ítem 3 | X | | |
| Ítem 4 | X | | |
| Ítem 5 | X | | |
| Ítem 6 | X | | |
| Ítem 7 | | X | |
| Ítem 8 | X | | |
| Ítem 9 | X | | |
| Ítem 10 | X | | |
| Ítem 11 | X | | |
| Ítem 12 | X | | |
| Ítem 13 | X | | |
| Ítem 14 | X | | |
| Ítem 15 | X | | |
| Ítem 16 | X | | |
| Ítem 17 | X | | |
| Ítem 18 | X | | |



Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: _____

ANEXO N°07

FÓRMULA PARA DETERMINAR LA MUESTRA

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

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)*(35)}{(0.05^2)(22-1)+(1.96)^2(0.5)(0.5)} = 7.959932748$$

$$n = 33$$

Donde:

N = Es la población de estudio señalada: 35

Z = Es el nivel de confianza: 1,96

p = Representa el éxito de nuestra investigación: 0.5

d = Señala el margen de error: 0.05

n = Muestra real a encuestar: 33

ANEXO N°08

VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

| Grado académico | Nombres y Apellidos | Dictamen |
|-----------------|-------------------------------|-----------|
| Magister | Berta Hinostroza, Paul Mike | Aplicable |
| Doctor | Fernandez Caro, Fernando Luis | Aplicable |
| Magister | Pasache Ramos, Maximo Fidel | Aplicable |

Fuente: Elaboración propia

ANEXO N°09

Rangos de coeficiente de confiabilidad: Alfa de Cronbach

| Intervalos | Interpretación |
|----------------|------------------------|
| De 0,01 a 0,20 | Muy baja confiabilidad |
| De 0,21 a 0,40 | Baja confiabilidad |
| De 0,41 a 0,60 | Moderada |
| De 0,61 a 0,80 | Alta confiabilidad |
| De 0,81 a 1,00 | Muy alta confiabilidad |

Fuente: Zumaran (2017).

ANEXO N°10

Resultado de análisis de confiabilidad de la variable Asociatividad

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 33 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 33 | 100,0 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,806 | 18 |

Resultado de análisis de confiabilidad de la variable Competitividad

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 33 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 33 | 100,0 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,809 | 18 |