



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación
de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari - Cusco 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR :

Yupanqui Quispe, Henry Bradi (orcid.org/0009-0008-8041-6298)

ASESOR

Mg. Infante Takey, Henry Ernesto (orcid.org/0000-0003-4798-3991)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2024

DEDICATORIA

Dedicó mi investigación a mis padres, que siempre me han orientado y guiado para cumplir mis metas y objetivos propuestos en mi proyecto de vida, y principalmente dedicó también a mi querida sobrina Arianita que es mi mayor fuerza a seguir adelante, por el gran amor y cariño que le tengo, ya que la considero como si fuera mi propia hija.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud y poder estar los días presentes con mis seres queridos, en este momento especial una nueva etapa profesional, agradecer a mi familia por su apoyo incondicional, por haber aportado con su apoyo incondicional con sus palabras y consejos que me han dado una nueva visión hoy en la vida, es por ellos que estoy. cumpliendo las metas que me he trazado en la vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	17
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	20
3.6. Método de análisis de datos	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	40
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de Dirección Estratégica	21
Tabla 2. Nivel de dimensión 01: Posición estratégica	23
Tabla 3. Nivel de dimensión 02: Elección estratégica	24
Tabla 4. Nivel de dimensión 03: Estrategia puesta en acción	26
Tabla 5. Respecto al objetivo general – Establecer la relación entre la dirección estratégica y la competitividad empresarial	28
Tabla 6. Respecto al objetivo específico 1 - Establecer la relación entre la posición estratégica con la competitividad empresarial	29
Tabla 7. Respecto al objetivo específico 2 - Establecer la relación entre la elección estratégica con la competitividad empresarial	30
Tabla 8. Respecto al objetivo específico 3 - Establecer la relación entre la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de dirección estratégica	22
Figura 2 Nivel de dimensión nro 01 Posición estratégica	24
Figura 3 Nivel de dimensión nro 02 Elección estratégica	25
Figura 4 Nivel de dimensión nro 03 Estrategia puesta en acción	27

RESUMEN

El objetivo de análisis en este estudio investigativo se realizó acerca de la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco 2023. La metodología realizada fue descriptiva, no experimental, correlacional, transversal estimando el rango principal sobre las variables analizadas. En cuanto a datos se recopiló por medio de encuesta, empleando el cuestionario bajo herramienta en la indagación, la muestra se fijó a 67 administrativos y socios de la empresa comercializadora, Para ser corroborados luego por expertos con experiencia. La información recopilada luego fue procesada por el instrumento estadístico descriptiva, en tanto la credibilidad se efectuó con coeficiente Alfa de Cronbach, en cuando a la comprobación de las hipótesis se empleó la técnica rho Spearman. Las evidencias encontradas dan como resultado que se da el nexo positivo fuerte (0.805) de las variables dirección estratégica y la competitividad empresarial. Ello implica que, a mejor dirección estratégica, mayor será la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao.

Palabras clave: Dirección estratégica, competitividad, ventaja.

ABSTRACT

The objective of analysis in this investigative study was carried out on the strategic direction and its influence on business competitiveness for the export of cocoa beans from the Otari's association, Pichari – Cusco 2023. The methodology carried out was descriptive, non-experimental, correlational, transversal, estimating the main range on the analyzed variables. As for data, it was collected through a survey, using the questionnaire as a tool in the investigation, the sample was set to 67 administrators and partners of the marketing company, to be later corroborated by experienced experts. The information collected was then processed by the descriptive statistical instrument, while credibility was carried out with Cronbach's Alpha Coefficient, while the Spearman rho technique was used to verify the hypotheses. The evidence found results in a strong positive link (0.805) between the strategic management variables and business competitiveness. This implies that the better the strategic direction, the greater the business competitiveness for the export of cocoa beans.

Keywords: Strategic management, competitiveness, advantage.

I. INTRODUCCIÓN

Dentro del nivel global, la cantidad de consumo del cacao (chocolate) en el mercado internacional se da en Suiza, Alemania, Irlanda y Reino Unido como primordiales compradores y/o demandantes del chocolate, por el interés de hábito en consumo de productos saludables, de gourmet de origen natural. En cuanto a las propiedades y niveles de bienestar en salud del chocolate, va generar la disminución en la hipertensión y el control de arterioesclerosis por sus efectos vasodilatadores, como también contiene propiedades antioxidantes (contiene polifenoles), que va proporcionar una variable disminución en niveles de tensión sanguínea, por el impulso de creación de prostaciclina, contra restando temas de riesgo de colesterol en las personas (Midagri, 2020).

La Organización Internacional del Cacao en cuanto a las exportaciones mundiales de granos de cacao, pronosticó que la producción de cacao de los periodos 2021/2022 la reducción en un 6.0% en relación al periodo 2020/2021, esto debido a los resultados de factores climatológicos desfavorables y las enfermedades que se dio principalmente en los países más importantes productoras a nivel global. (Icco, 2022).

El incremento de los fertilizantes y otros factores (climatológicos) afectó la producción de cacao en África en un 8.0%, siendo este último el principal exportador de granos de cacao en el mundo; más, empero en cuanto al continente de América, la producción de cacao aumento en un 0.2% (940 miles de toneladas), primordialmente por las condiciones climatológicas favorables que se da y que no han sido afectadas de manera drástica en la producción de cacao, manifestando índices favorables en la producción (Midagri, 2022).

Por ende, las asociaciones empresariales cumplen una tarea pública principal, fundamental y significativa, ya que aportan al planteamiento de políticas de impulso en el sector productivo; en los últimos años ha generado una progresión primordial, reflejadas en la las ejecuciones de implementaciones en cooperaciones de sectores públicas y privadas (Bravo, Dini & Rueda, 2020) ;más aún frente al impacto dado por la post pandemia COVID, bajo este escenario, el sector empresarial e industrial van cumplir un rol protagónico en el curso de incremento y la transformación en la economía (Cepal, 2020).

Bajo esta perspectiva en el contexto nacional post pandemia COVID el gobierno mediante el ministerio de Economía y Finanzas proporciona el apoyo económico, financiero y programas, permitiendo a las empresas de los diferentes sectores en todo el país puedan tener más facilidades en financiamiento, generando la fomentación empresarial para reactivar la economía (MEF, 2023).

Las empresas hoy en día deben adecuarse a las variaciones comerciales actuales, en cuanto a los procesos tradicionales están variando, y surgiendo nuevos entornos, escenarios de alianzas estratégicas comerciales (gobierno y organizaciones), tanto local, regional y nacional (Albino, Ruiz, & Medina, 2022).

El Ministerio de Agricultura y Riego tiene como compromiso de asesoramiento en gestión empresarial, ya que fue elegido como representante de vicepresidencia del ICCO que significa promocionar la economía cacaotera de sostenibilidad para obtener altos rendimientos económicos tanto sociales; como también las decisiones están orientadas para el involucramiento de la cadena de valor de manera principal a los pequeños productores y comercializadores. Bajo esta perspectiva tuvo la opción de generar los accesos de nuevos mercados en el rubro del cacao, como también buscando soluciones de para evitar barreras de aranceles y para arancelarias (Midagri, 2020).

Dentro de la producción de cacao, el nivel de biodiversidad de cacao a nivel mundial (60%), se da en nuestro país y se realiza la producción de variedades y grupos de genética en cacao: Trinitario 53.3% (Junín), Forastero amazónico 37.3% (Cusco y Ayacucho) y Criollo 9.4% (Zona norte). Los lugares donde se ha convertido en de mayor importancia de la producción de cacao son: San Martín (48,4 mil toneladas – 35.6% participación), Junín (25.5 mil toneladas – 18.8% participación), Ucayali (17 mil toneladas – 12.5% participación), Huánuco (13 mil toneladas), Cusco (10 mil toneladas), estas primeras cinco regiones son las que van en representación del 84% de toda la producción en su totalidad del Perú y está actividad lo comprende de más de 100 mil hogares de 16 entre las 24 regiones (Midagri, 2020).

Por este motivo la Dirección estratégica es muy vital y necesario dentro del nivel institucional (directivo) empleando una mayor determinación en el estudio de alternativas estratégicas más conveniente para asumir los desafíos del ambiente, para convertir a la organización más competitiva frente al complicado ámbito actual (Guerras & Navas, 2022, p. 6); ya que en el ambiente empresarial los análisis determinan un enfoque fundamentado en el manejo de los recursos, y su utilización (falencias en la competitividad) y la permanencia entre organizaciones frente a los competidores (Ubieta & Leiva, 2019).

Por tal razón, en reflexión a lo expuesto, a nivel local se localiza la asociación de productores de cacao Otari's, Pichari – Cusco, correspondiente al sector privado en el comercio de granos de cacao, la cual busca restablecerse de la crisis económica, ocasionada del contexto de la pandemia, desarrollar el mejoramiento de la dirección estratégica para la competitividad empresarial; ya que la región de Cusco contribuye en la dinámica de las exportaciones de granos de cacao con un 8.2% (Comex, 2023).

Dentro de este escenario se buscó determinar soluciones que se relacionen de la dirección estratégica con la competitividad empresarial, con el fin de impulsar la apertura comercial internacional, búsqueda de nuevos mercados, retroalimentación de procesos comerciales de los granos de cacao, generando mayor desarrollo organizacional, económico, institucional y primordialmente aumentando la calidad de vida de los socios y parte directiva de la asociación Otari's.

Por lo expuesto se realiza la siguiente formulación del problema ¿Cómo se relaciona la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Siendo los problemas específicos, (a) ¿Cuál es la relación entre la posición estratégica con el cliente - mercado?, (b) ¿Cuál es la relación de la elección estratégica con el económico – financiero?, (c) ¿Cuál es la relación de la estrategia puesta en acción con las técnicas de competitividad?

La justificación de dicho estudio, es teórica por la contribución de aporte en discernimiento ya existente (Cruz, 2015) ,en relación a la dirección estratégica y la competitividad empresarial en el sector de las asociaciones privadas de comercio. Teniendo como justificación práctica, la aceptación de una opción factible para afrontar los cambios de nivel en competitividad de las asociaciones, disponiendo resultados de soluciones, promoviendo la determinación de las empresas en el restablecimiento comercial debido a la pandemia COVID-19. Como también de justificación metodológica por la contribución de un instrumento confiable y ratificado, generando un desarrollo creciente de conocimiento en relación a la dirección estratégica y competitividad empresarial.

El objetivo general fue comprobar la relación de la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco 2023 y teniendo como objetivos específicos siendo, (a) establecer la relación de la posición estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, (b) establecer la relación de la elección estratégica con la competitividad empresarial de la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, (c) establecer la relación de la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial de la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's.

La hipótesis planteada fue que existe la influencia directamente de la dirección estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco 2023 y teniendo como las hipótesis específicas: (h1) Se da la relación significativa de la posición estratégica con la competitividad empresarial, (h2) Se da la relación de nivel de la elección estratégica con la competitividad empresarial, (h3) Se da la relación de la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro de la investigación, se realizó la indagación preliminar mediante nivel:

En cuanto a los antecedentes internacionales: Velasco (2020). Universidad Autónoma de ciudad Juárez, México, planteó una investigación acerca de las escuelas de dirección estratégica, como así de una perspectiva del emprendimiento, que generó proposiciones de modelo de negocio de las variaciones en cambio de tecnología como así de mercados. El método se dio en investigación básica que determinó el marco teórico del objetivo propuesto, en las conclusiones refiere que las estrategias son determinantes de importancia e influyente del emprendimiento y la innovación de modelos en los negocios, quiere decir que en la primera etapa de iniciación del emprendimiento dio a conocer la generación de los tipos de modelo de negocio.

Cevallos (2020). Universidad Estatal Península de Santa Elena (Ecuador), en su tesis de investigación determinó las causas de factores que incidieron en la dirección estratégica en la organización “Químicos Guerrero”, de tipo investigativo desarrollado de la exploratoria, con muestreo por conveniencia de conformación en totalidad de 10 agentes de experimentación de la organización, donde se encuentra de la mención a jefes de los departamentos y operativos de mayor experiencia; en los resultados se detectó dentro de las labores de trabajo continuo la indicación de análisis que van incidir en la elección de resoluciones dadas en forma interna en la empresa, donde está llevándose a cabo las reuniones de alta dirección, determinación de objetivos y otros.

Chuquin, Villagómez, & Oleas (2020). Escuela superior Politécnica de Chimborazo (Ecuador), en su investigación se analizó la competitividad empresarial de modelo de funcionalidad en las aplicaciones de pequeñas y medianas empresas (MYPE); esto con el fin de la determinación para la prioridad de productividad adecuada de sistemas productivos, en cuanto a la determinación del problema que surge de la investigación fue de metodología de proyecciones de los niveles de costos que se realizan en el rubro de las organizaciones del mercado, influenciados en modelos de determinantes de matemáticas financieras. En la aplicación de la

metodología fue analítico tipo transversal. Como resultado de la investigación se determinó la forma de aplicación de escenarios de representación de los niveles óptimos en costo de traslado de MYPE.

Calvo, Ponce, & Juarez (2020). Universidad Vizcaya (México), en su tesis investigación se desarrolló el análisis de conjunto de maneras que dan a conocer el significado de competitividad empresarial dentro de los escenarios económicos, político, social, y cultural a un nivel local, macro regional, nacional y también internacionalmente, que se desarrolló la investigación documental que es de mayor importancia en el sector de industrias; Se logró determinar en resultado que existen factores determinantes en la competitividad empresarial que es la innovación, flexibilización, productividad, y la calidad que generó satisfacción en los clientes relacionado a la mejora continua ligado a la tecnología, en las conclusiones se dio las pautas para el rediseño de estrategias como fortalecimiento de los recursos y procesos del sector de producción en la competitividad.

A nivel nacional, los estudios de más importancia, son los siguientes:

Suarez & Ugarte (2022). Universidad Cesar Vallejo (Arequipa), dentro de su tesis de investigación de Dirección estratégica y competitividad empresarial en A&G, Arequipa, está investigación se realizó en el contexto de Post Pandemia COVID, con la relación de reactivación económica, dentro de su propósito principal fue de determinar la influencia de Dirección estratégica (primera variable) en la competitividad laboral (segunda variable). De tipo metodológico aplicado, diseño no experimental, de corte transversal, en nivel descriptivo correlacional, en población 55 trabajadores de la constructora en donde se aplicó encuesta con instrumento cuestionario en escala de Likert, de autenticidad 0.936 en la primera variable y rango medio de la segunda variable. Dando resultados, Rho de Spearman (0.814), indicando relación de las dos variables.

Nole (2020). Universidad Cesar Vallejo (Piura), tesis de investigación se determinó la interrelación de la dirección estratégica y la actitud frente a la variación de organización. Dicho estudio fue encuadrado adentro de metodología de investigación básica, como también de forma correlacional, colaborando en evidencias de causalidades de fenómenos; el estudio fue de investigación cuantitativa, ya que existió la recopilación de procesos de datos en forma matemática de verificar hipótesis y evidenciarlo a través de los cuadros de estadística, población y muestreo del estudio fue conformada por 20 educadores, tipo de muestra utilizado fue de no probabilístico intencional. Instrumento de aplicación fue cuestionario. Como resultado final la Dirección estratégica se relaciona notablemente con la actitud de procesos de transformación organizacional, afirmando en los resultados correlacionados.

Tipismana (2018). Universidad Inca Garcilaso de la Vega (Lima), en su tesis en investigación fue la finalidad de resolver la relación de eficiencia dentro de la dirección estratégica conjuntamente con el desarrollo de presupuestos de la Universidad Tecnológica de Lima Sur. Dicho estudio fue de nivel aplicativo, descriptivo, el método de diseño correlacional; población fue establecido por autoridades y parte administrativa de la Universidad Tecnológica de Lima Sur, siendo la muestra por 50 autoridades y administrativos que proporcionaron información. El instrumento aplicado fue de cuestionarios por medio de las encuestas. La prueba de recopilación de datos (estadística) fue de coeficiente correlación Rho de Spearman. Dando como conclusión la demostración de la eficiencia en la dirección estratégica mantiene una interrelación positiva en el desarrollo de presupuestos de la Universidad Tecnológica de Lima – Sur.

López (2021). Universidad Alas Peruanas (Juliaca), dentro de su tesis de investigación de Dirección estratégica y desarrollo organizacional de la Municipalidad distrital de Huatasani; se tomó en cuenta el objeto general y primordial establecer la relación existente de la dirección estratégica frente a desarrollo organizacional dentro de la Municipalidad, de nivel básico, cuantitativo.

Por lo que se infirió en la recopilación obtenida de aplicación de instrumentos de estudio que se realizó en las encuestas, de tal manera se tuvo que agregar del tipo no experimental y transversal, de tipo censal, determinada por 50 trabajadores y colaboradores de la Municipalidad distrital de Huatasani. Dentro de los resultados obtenidos se determinó a la conclusión primordial de la siguiente manera; el nexo que se da entre la dirección estratégica y el compromiso económico es positivo (valor 0.762), lo que en razón determinó una interrelación de manera significativa, dando a entender que ambas variables se conectan significativamente.

Apaza (2022). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann (Tacna), en su tesis de investigación comprendió de objeto primordial de determinar la relación entre la gestión financiera y competitividad de micro y pequeñas empresas textil de confecciones del gran Centro Comercial Patricio Meléndez; investigación en grado de maestro, perspectiva cuantitativa y diseño no experimental. La recopilación de información se alcanzó por medio de utilización en instrumentos de gestión financiera y competitividad empresarial adoptado como también autenticada, con este propósito se eligió a 50 microempresarios de confecciones, confiabilidad de alfa de Cronbach de 0.938 y 0.812. De manera principal dando como conclusiones la interrelación entre gestión financiera y competitividad empresarial de valor de entidad de Rho 0,509 ubicando en niveles de alcance de correlación efectiva aceptable.

Como referencia se adiciona las investigaciones de ámbito local, que son los siguientes:

Díaz (2019). Universidad Andina del Cusco, en su tesis de investigación, tuvo de objeto la determinación de medición de la Dirección estratégica en base a su predominio con la competitividad de Mype Donidu EIRL, Cusco 2021, la perspectiva de investigación fue cuantitativo, tipo de estudio aplicada, nivel explicativo de diseño pre experimental, población conformada en conjunto de colaboradores de la organización DONIDU EIRL, donde se les empleo encuesta de recojo de datos.

De acuerdo a los resultados recabados, la planeación estratégica, dio un aumento de 40%, como también a la logística y operaciones un aumento de 43.24% respectivo a la calidad; en deducción de los resultados finales se obtuvo conclusión de la Dirección estratégica interviene directamente y en significancia de la competitividad.

Aquehua & Castillo (2019). Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, dentro de su tesis de investigación acerca de los factores críticos de la dirección estratégica de la Asociación Rosales de Mandorani en la comunidad de Paucarpata, Provincia de Cusco, en asegurar la ventaja competitiva, por medio de análisis descriptivo y laborar en campo de la asociación. Respecto al progreso del estudio, dándose como inicio a la propuesta de propósito investigativo, según trata el estudio de caso. Como segundo punto, se abarcó el marco teórico, se desarrolló el análisis detallado de la organización como fin de comprender los factores interorganizacionales y factores de ambiente. Como cuarto punto. Dando resultado de investigación de sobrevenir el proceso de exploración de investigación, que acontece la realización de factores interorganizacionales de puntos analíticos y los índices ambientales

Céspedes (2020). Universidad Andina del Cusco, de su tesis de investigación de competitividad empresarial de la central de Cooperativas Agrarias del Valle de la Convención, región Cusco, la metodología de estudio fue de tipo básico, de perspectiva cuantitativo y diseño no experimental transversal, de alcance descriptivo, en tal forma la cantidad a estudiar fue formada en totalidad por 33 colaboradores y para la recolección de datos se utilizó el uso de materiales, en este suceso del cuestionario de percepción de competitividad empresarial. Dentro de los resultados más importantes se dedujo que la competitividad empresarial consigue nivel elevado de promedio 3,58; legitimando en los índices mayores de innovación y en promedio de 3,53; en transigencia de producción de promedio 6,63 y en términos de calidad de productos de promedio 3,85; siendo esta última dimensión la más desarrollada en las organizaciones.

Ccorahua & Chávez (2022). Universidad Andina del Cusco, dentro de su tesis investigativo fue de los factores que inciden en la competitividad del mercado de abastos Tancarniyoc del distrito de San Sebastián, Cusco 2019, que se ciñe como fin la demostración de incidencias dentro de los factores de limitación de competitividad delante de otros mercados, donde se incurrió a la recopilación de datos primaria de aplicación de encuestas orientado a ofertante y demandantes del mercado de Tancarniyoc. Tipo de diseño determinado de la investigación es la de no experimental porque no hay una existencia de manejo de variables, tipo de investigación fue descriptivo y correlativo. Resultados finales del estudio verifican de la infraestructura física, funcionalidad y administración son factores que demarcan el mercado Tancarniyoc para su mejoramiento de competitividad, como también el mercado posee atributos que podrían potencializar la competitividad del presente.

Bajo esta perspectiva, se tiene en contemplación las definiciones de variables estudiadas de la dirección estratégica y competitividad empresarial, de relación a múltiples enfoques, con el propósito de un mejor entendimiento teórico del entorno estudiado.

Por ende, se parte principalmente a partir de administración, que es la conducción razonable de procesos de un organismo, institución; gestionando desde la planeación, organización, dirección y control de todos los procesos, siendo vital para su subsistencia y desarrollo de los logros, ya que, sin la administración, las instituciones se dificultarían en su existencia y crecimiento (Chiavenato, 2019, p 16). Como también es definido como la gestión, que es considerado como el mediador de cambio primordial, ya que, con utilización en la alta dirección, da como resultado el cambio en la población, de desarrollo y confort; y de manera significativa va depender de los actores, representantes, empresarios, gerentes, administradores llevar a cabo el cumplimiento de los principios de la administración (Ramírez & Ramírez, 2022).

Por esto se remarca que la estrategia y táctica, se definen como el compuesto de actividades, que se integran y armonizan como componentes fundamentales en la planificación estratégica. La estrategia constituye el conjunto de acciones, permitiendo el logro de resultados organizacionales (Arroyo, 2023).

Se fundamenta a la dirección estratégica en el análisis de tres contextos: análisis estratégico, formulación de estrategias e implementación de estrategias; definiendo un método analítico para la elección de estrategias de las organizaciones en el logro de los resultados (Guerras & Navas, 2022).

Con el análisis estratégico se busca conseguir información para la resolución acerca del conocimiento del entorno y la situación interna de la organización, buscando la definición la disposición en referencias a misión, visión y objetivos.

Con la formulación de estrategias busca alternativas legítimas de cumplimiento de objetivos. Las organizaciones deben proponerse competir más convenientemente, desarrollando sus procesos en el futuro.

Con la implementación de las estrategias se busca conducir de análisis y las decisiones a la acción, de la puesta en práctica de estrategias.

Otro enfoque de dirección estratégica determina en la preocupación fundamental y relevante para el futuro, siendo necesario para anticiparse a eventos que afecten los proceso en la organización, capacitándose en las planeaciones, elevando el grado de éxito, este propósito permite manejar y de prevención, utilizando información de referencia a las condiciones que está rodeado la organización (factores internos y externos). De esta forma el riesgo puede reducirse y manejarse adecuadamente (Palacios, 2023).

A su vez en otro contexto se determina a la dirección estratégica que se encarga de las dificultades dadas en escenarios confusos, siendo inusuales con implicaciones afectando a las organizaciones, más no a un solo sector en la toma de decisiones; por lo que el ámbito de la dirección estratégica es de amplio complejo de una sola área determinada, sino que se ocupa de las diversas situaciones surgidas que afecta a toda la organización y no solamente a una determinada operación, es un gran desafío para los gerentes, ya que están habituados a la gestión de recursos. Concibiendo en composición de tres dimensiones principales y constituyendo el marco de enfoque que son: la posición estratégica, la elección estratégica y la estrategia puesta en acción (Johnson, Scholes & Whittington, citado por Suarez & Ugarte, 2022).

Por tal razón, de acuerdo a las teorías de punto de partida y como base de la dirección estratégica, la primera dimensión fue la posición estratégica, considerando como la identificación de los efectos de las estrategias y su impacto en el medio exterior, las capacidades estratégicas de una empresa (recursos), su perspectiva y su dominio en los grupos de interés organizacionales. Todo esto conllevado a la fase de desarrollo de la organización, con la necesidad de expansión, de dinamismo en procesos de oportunidad del mercado, fortaleciéndose en tecnología digital y la expectativa de consecuencia financiera (Johnson, Scholes & Whittington, citado por Suarez & Ugarte, 2022).

La segunda dimensión de la dirección estratégica fue de la elección de estrategias, comprenden del entendimiento de principios básicos subyacentes a fin de determinar las estrategias posteriores, desde la perspectiva en la unidad básica organizacional hasta el nivel de la alta dirección. Todo esto para el desarrollo de estrategias, tanto el funcionamiento de la dirección, que debe ser de empuje de las metodologías desarrolladas. Hay elecciones de estrategias en razón a de que manera va competir la organización de ámbitos de unidades de gestión, exigiendo una mayor progresión para fortalecerse en ventaja competitiva, ya que surge de el entendimiento en el mercado y de los competidores (Johnson, Scholes & Whittington, citado por Suarez & Ugarte, 2022).

La tercera dimensión es la estrategia puesta en acción, se enfoca en respaldar acerca de las estrategias adoptadas, estén operando óptimamente en la organización, garantizando que las estrategias elegidas tengan el proceso de funcionamiento adecuado de la organización. La estructura y funcionalidad de la empresa es clave en la obtención de resultados, conllevando a el éxito en gestión, a su vez relacionándose de manera directa con procesos y la interrelación en todos los niveles, operativo, media y alta dirección (Johnson, Scholes & Whittington, citado por Suarez & Ugarte, 2022).

Bajo este panorama, considerando el aumento de competitividad, se analizó en su influencia en la producción, industrialización, gestiones del entendimiento y otros factores, que generan la transformación de organizaciones en relación a las que están en senda de desarrollo (Mancheno & Albán, 2019).

Por esto como segunda variable en el estudio, es del enfoque de competitividad empresarial, que refiere a eventos fundamentales ocurridos a nivel mundial alterando el devenir y dinamizando las actividades de los agentes de economía, creando nuevos ámbitos de competitividad entre nación, sectores y organizaciones empresariales; las innovaciones en tecnología de informaciones y comunicación han predispuerto el uso de desarrollos de tecnología en última generación, conllevando al mejoramiento de productos y procesos de producción; como también la predisposición en la globalización (Bermeo, 2018).

Por otra parte, la competitividad empresarial en un enfoque de proposición es la utilización de recursos y las aptitudes de la distribución de manera eficiente en las organizaciones, generando diferenciación en el transcurso de desarrollo de supervivencia de las organizaciones (Ubieta & Leiva, 2019).

La competitividad es conllevada como las estrategias de desarrollo fundamentales y de vital importancia para que las organizaciones puedan mantenerse en el mercado de manera principal a largo plazo, por lo que se debe saber y comprender dichos procesos y permitiendo la manera de competencia en el mercado, y solo así se podrá alcanzar el éxito de gestión. Es muy primordial la necesidad del trabajo con la innovación, generando aperturas de nuevos mercados, entendiendo nuevos procesos y también identificando el entorno de dirección de empresas. La ventaja competitiva es considerada como el conjunto de actividades encaminado al resultado de ventajas, de aquí es lo que una organización tiene una ventaja en procesos de productos, dándole atributos y valor agregado de superioridad con los competidores principales (Narváez, Aviles, & Galeas, 2018).

Bajo otro contexto la competitividad significa el enfrentamiento a los cambios actuales y principales como la globalización, desreglamentación, y el desarrollo de la información de las organizaciones, la gran parte de naciones que se han industrializado han tenido que adaptarse a los cambios, innovando sus procesos, identificando las dificultades principales y convirtiendo todo este proceso como una ventaja competitiva comparativa. Todo esto para generar un gran rendimiento globalizado de regiones y naciones (Coriat, 1997).

De manera significativa, se determina a la competitividad empresarial como la existencia de periodo de negocios constantemente más reducidos y las actualizaciones de los modelos de economía y desarrollo proyectando retos en las organizaciones y naciones, midiendo las capacidades, permitiendo la sustentación en mantenimiento sistemático de ventajas comparativas en la realización de alcance, sostenimiento y mejoramiento continuo un determinado entorno (Sarmiento & Delgado, 2021).

Por tal razón bajo estos enfoques de competitividad empresarial es una variable que se vincula dentro de las estrategias organizacionales, siendo la primera dimensión de cliente y mercado, ya existen indicadores de entorno al cliente y mercado con la competitividad; estos indicadores fundamentales de son: proveedores, clientes, satisfacción del cliente, nivel de inconformidad, inserción en el mercado internacional (Sarmiento & Delgado, 2021).

La dimensión de cliente y mercado tiene como objetivo fundamental, la identificación sobre la necesidad importante del trato y servicio con el cliente y la organización en el mercado, para poder evaluar y visibilizar la importancia de este proceso y también hacer los criterios de valuación de toma de decisión. Antes no era tomada en cuenta esta dimensión y se le ponía a un segundo plano, pero conforme se ha dado el contexto de la globalización y apertura con nuevos mercados, se le ha dado una gran notoriedad de la relación entre el cliente y mercado; de esta manera es un factor de importancia primordial y fundamental en la gestión empresarial (Morales, 2019).

La segunda dimensión fue de económico y financiero, se contempla factores claves en la competitividad con respecto a los procesos de finanzas de las organizaciones; estos factores son: Indicadores financieros, productividad (Sarmiento & Delgado, 2021).

La dimensión económico y financiero es la exploración en búsquedas para poder enfrentar las realidades económicas globales, esta dimensión es tomada como herramienta viable de competitividad, es vital la formulación de políticas internas dentro de la organización para conllevar los procesos de economía y finanzas, aplicando estrategias como la inversión, equilibrio financiero, políticas de

contabilidad y alianzas de cooperación, para poder desarrollar un crecimiento económico adecuado (Quisanga, 2019).

La tercera dimensión fue de Técnicas de competitividad,) indica la importancia de elementos relacionadas con técnicas en competitividad empresarial, dichos elementos son: innovación, eficiencia, capacidad instalada (Sarmiento & Delgado, 2021).

La dimensión de técnicas de competitividad comprende como una concepción de complejidad, multifactorial que comprende factores propios de una organización, de aspectos internas y externas en competitividad. Es la suficiencia de capacidades en poder ofrecer productos en excelentes calidades, con menor costo y en las cantidades requeridas por el mercado, dando resultados de eficiencia, innovación, desarrollo de máxima producción (Durán, Mora, Gonzales, & Vargas, 2018).

III. METODOLOGÍA

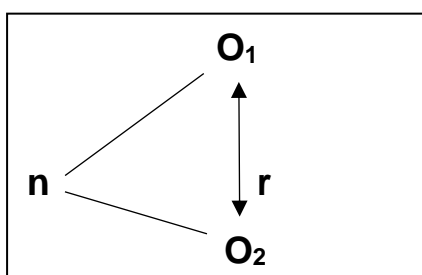
3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

De tipo de estudio fue aplicada, según (Vara, 2012) se procura vincular y descubrir la resolución en problemas reales empresariales en la Asociación Otari's.

3.1.2 Diseño de investigación

De diseño no experimental, según (Hernández, 2018) las variables no se manipulan, se observan en su estado naturalmente, siendo de corte transversal porque su desarrollo es en un solo lapso de tiempo continuo, como también se considera de nivel descriptivo correlacional, porque tiene como propósito determinar la relación existente de la variable dirección estratégica y la variable competitividad empresarial.



Dónde:

n = Muestra

O₁ = Dirección estratégica

O₂ = Competitividad empresarial

r = Relación de variables.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1 Definición Operacional

Variable Cualitativa 1: Dirección estratégica

(Johnson, Scholes & Whittington, citado por Suarez & Ugarte, 2022, p19) se define de la dirección estratégica se concibe en composición de tres elementos principales y constituyendo el marco de enfoque que son: la posición estratégica, la elección estratégica y la estrategia puesta en acción

Indicadores: Entorno, capacidad estratégica, expectativas de los propósitos, ventaja competitiva, valor agregado, desarrollo interno, capacidad de coordinación, fortalezas de recursos.

Escala de Medición: Dentro de la escala de medición de los indicadores y dimensiones de la variable, se midió en escala ordinal, con cuestionario de escala Likert.

Variable Cualitativa 2: Competitividad empresarial

3.2.4 Definición operacional

La competitividad empresarial se midió por las dimensiones de Sarmiento & Delgado (2021) que son cliente – mercado, económico – financiera y técnicas, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert.

Indicadores: Proveedores, clientes, satisfacción del cliente, nivel de inconformidad, inserción en el mercado internacional, indicadores financieros, productividad, innovación de productos y servicios, eficiencia y capacidad instalada.

Escala de Medición: Dentro de la escala de medición de los indicadores y dimensiones de la variable, se midió es escala ordinal, con cuestionario de escala Likert.

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población

Gutiérrez & Vladimirovna (2017) dan como afirmación que un grupo de numeración se consigue con conteo o en medición de los elementos conformados por individuos o cosas, asegurando que una agrupación es un conjunto de todos los componentes que se necesita a saber. Este estudio investigativo consideró como población, a los 67 socios de la Asociación Otari's, Pichari – La Convención, Cusco.

Criterios de inclusión

Se consideró a todos los socios que forman parte de la asociación.

Criterios de exclusión

No se tomó en cuenta a los socios que no forman parte de la asociación

3.3.2 Muestra

Gutiérrez & Vladimirovna (2017) se denomina a la muestra a el subgrupo de la población, lo que mas importa en un estudio es los subconjuntos no vacíos y finitos. La muestra que fue considerada en el estudio fue censal, de manera, que se laboró a los 67 socios en la asociación.

La conformidad a analizar de la investigación se dio para cada individuo. (socios)

3.3.3 Muestreo

Gutiérrez & Vladimirovna (2017) denomina a el muestreo considerándolo a una agrupación de métodos para la obtención de muestras.

El muestreo utilizado fue de probabilístico aleatorio simple (Férrandez, 2021). La selección de muestra se realizó en una sola etapa.

3.3.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis fue de los 67 socios colaboradores de la asociación Otari's.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Santos (2022) Deduce que los instrumentos para la compilación de datos o informaciones de la investigación son cuestionario, hojas de cálculo, escalas y cualquier medio de lo necesario, en la recopilación de toda lo que se va necesitar para el logro de resultados.

Técnicas

La técnica empleada para el cálculo de medida de las variables fue de la encuesta.

Instrumentos

Arias (2020) Afirma a los instrumentos en la verificación de la operacionalización de las variables, ya que de aquí parte las preguntas del cuestionario, dependiendo la complejidad del indicador será el nivel de las respuestas.

El instrumento que fue empleada en el estudio fue de cuestionario en escala de Likert, ya que el nivel analizado en las preguntas fue de cinco respuestas. (muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto)

Validez

La validez refiere de nivel en donde el instrumento va medir a la variable, en principio a discernimiento de comprensión, como asunto y correspondencia (Hernández y Mendoza, 2018). De tal manera, la validación de los cuestionarios se determinó mediante la validez de juicio de tres expertos. (anexo)

Confiabilidad

La confiabilidad refirió con el nivel de fiabilidad de los instrumentos para determinar respuestas sólidas y coherentes (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014).

3.5. Procedimientos

Este estudio fue con la petición para la ejecución en la Asociación Otari's, que otorgo la carta de autorización y luego se elaboró la encuesta para la medición de variables dirección estratégica y competitividad empresarial, que se aplicara de manera personal y presencialmente a los 67 socios de la asociación, con los resultados obtenidos, se va procesar con herramientas de estadística SPSS versión 26 y Microsoft Excel, con objeto de analizar los resultados y contrastar la hipótesis.

3.6. Método de análisis de datos

Dentro de análisis en datos se inició en recopilación de resultados por medio de la herramienta Microsoft Excel, que los datos fue llevada al SPSS, que se realizó un análisis de estadística descriptiva al establecer frecuencias y mediciones de orientación fundamental, usando el método estadístico inferencial en aplicación de comprobación de normalidad de Kolmogorov Smirnov siempre en cuando sea la muestra mayor a 50, por lo que se va determinar que la asignación de datos es normal o no normal, se aplicará el estadístico de contraste de correlación de Pearson (paramétrica) o Rho de Spearman (no paramétrica) que generó el esclarecimiento de la especulación del estudio.

3.7. Aspectos éticos

La investigación obedeció la pertenencia privada de fuentes recabadas, en soporte a las normas APA, y como también obedeciendo la configuración de procedimientos establecida por la Universidad.

Así como también se tuvo en cuenta el código de integridad científica al momento de aplicar instrumento de forma no invasiva, ni presionar a ningún integrante y en todo momento con la autorización de la presidenta de la asociación Otari's, para garantizar la veracidad del estudio (Concytec, 2019).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados Descriptivos

Los resultados se presentan de acuerdo a los objetivos formulados para el presente estudio, para esto se realizó encuesta a los 67 socios y socias colaboradores de la asociación; dicho evento permite la obtención de resultados para la obtención de las frecuencias y porcentajes de las variables y dimensiones, que se muestran en las tablas y figuras.

Respecto al objetivo específico 1. Identificar el nivel de dirección estratégica.

Tabla 1.

Nivel de Dirección Estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1	1,5	1,5	1,5
	Bajo	12	17,9	17,9	19,4
	Medio	45	67,2	67,2	86,6
	Alto	8	11,9	11,9	98,5
	Muy Alto	1	1,5	1,5	100%
	Total	67	100%	100%	

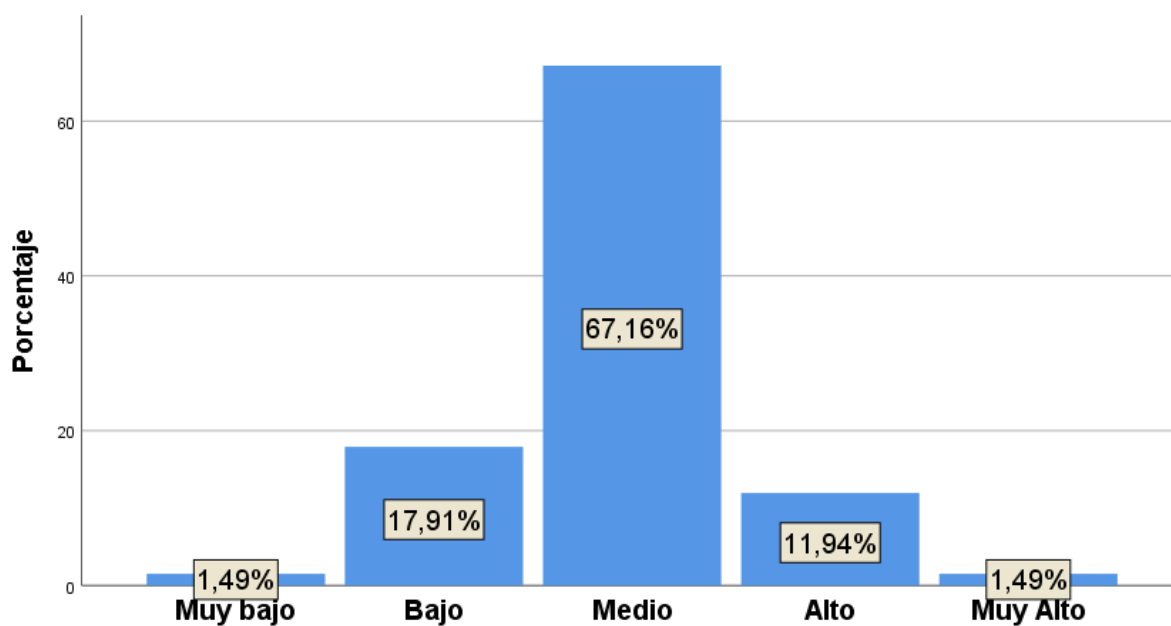
Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS

Interpretación

En el análisis del nivel de variable 1, Dirección Estratégica, se evidencia que el 1,49% es de nivel muy bajo; por lo que es un factor menor que no afecta en consideración a la variable, con un 17,91% es de nivel bajo; ya que aún hay un sector de las socias que aún temen al cambio en la organización, con un 67,16% es de nivel medio; es un factor muy importante ya que hay un porcentaje positivo medio que busca los cambios en la organización en la aplicación de estrategias comerciales, con un 11,94 es de nivel alto y 1,49% de nivel muy alto; esto demuestra que se está generando el compromiso de aceptación de los socios con la organización.(nivel institucional)

Figura.1

Nivel de dirección estratégica



Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

Tabla. 2*Nivel de dimensión 1: Posición estratégica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	6	9,0	9,0	9,0
	Bajo	1	1,5	1,5	10,4
	Medio	32	47,8	47,8	58,2
	Alto	24	35,8	35,8	94,0
	Muy Alto	4	6,0	6,0	100%
	Total	67	100%	100%	

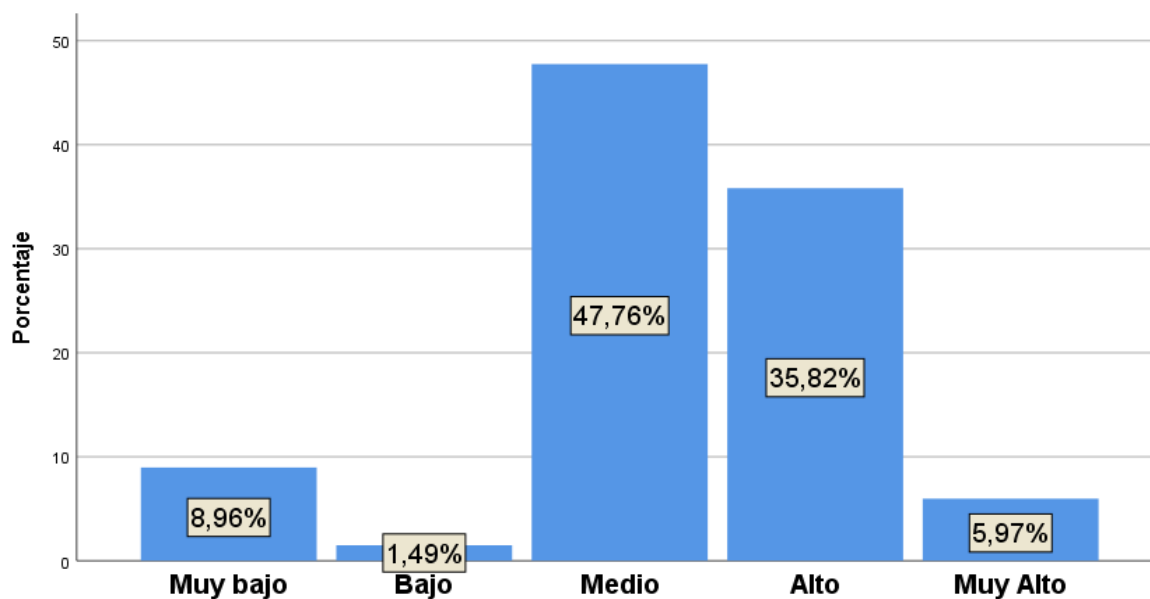
Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

Interpretación.

En el análisis del nivel de dimensión nro01 Posición estratégica, se evidencia que el 8,96% es de nivel muy bajo y el 1,49% es de nivel bajo; esto nos indica de la existencia de sector en minoría que no está de acuerdo del todo en la posición estratégica de la organización, luego con un 47,76% de nivel medio; que es un indicador positivo alto de aceptación en cierta manera por parte de las socios en la posición estratégica comercial tomada en las decisiones institucionales, y finalizando con 35,82% de nivel alto y 5,97% con un nivel muy alto; que son factores de crecimiento en interrelación y compromiso de la dimensión posición estratégica entre las socias y la parte directiva de la asociación.

Figura. 2

Nivel de dimensión 1 Posición estratégica



Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

Tabla. 3

Nivel de dimensión 2: Elección estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	5	7,5	7,5	7,5
	Bajo	3	4,5	4,5	11,9
	Medio	31	46,3	46,3	58,2
	Alto	22	32,8	32,8	91,0
	Muy alto	6	9,0	9,0	100%
	Total	67	100%	100%	

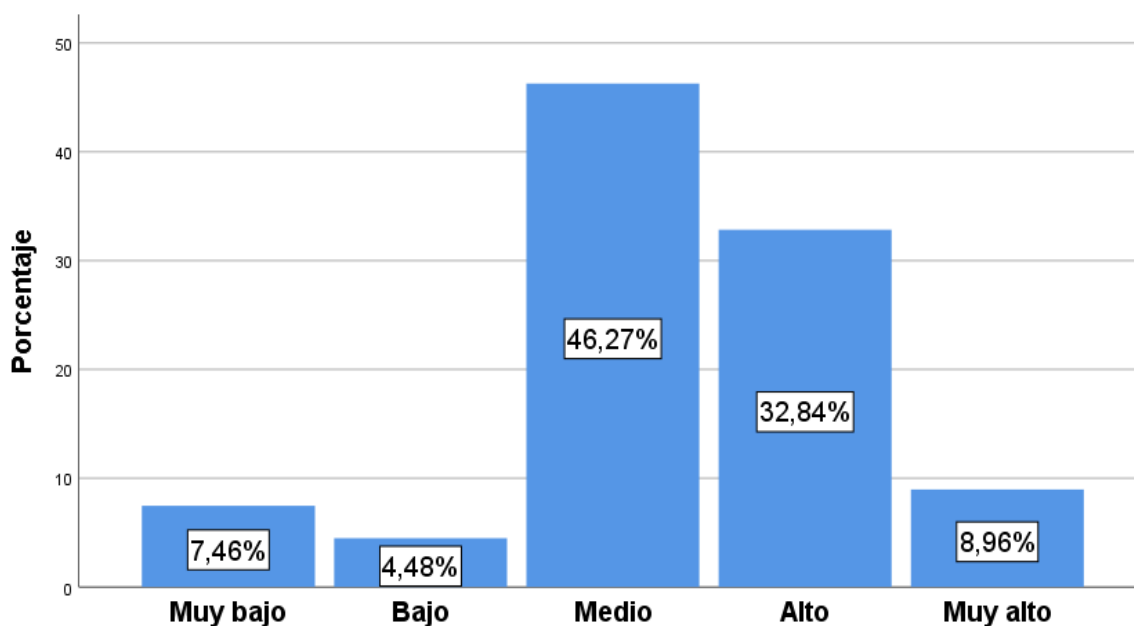
Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

Interpretación.

En el análisis del nivel de dimension nro 02 Posición estratégica, se evidencia que el 7,46% es de nivel muy bajo y el 4,48% es de nivel bajo; esto quiere decir que es un índice menor pero a tomar en consideración por que los socios no están de acuerdo en elección estratégica tomada por la asociación actualmente en el tema comercial, luego con un 46,27% de nivel medio; que es un porcentaje positivo regular de aceptación en un promedio de casi la mitad de la socias y socios que apoyan en la elección estratégica que se toma por parte del nivel institucional, y finalizando con un 32,84% de nivel alto y 8,96% de nivel muy alto; que dan a comprender que la elección estratégica está generando el cambio en el pensamiento comercial de las socias.

Figura.3

Nivel de dimensión 2 Elección estratégica



Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

Tabla. 4*Nivel de dimensión 3: Estrategia puesta en acción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2	3,0	3,0	3,0
	Bajo	3	4,5	4,5	7,5
	Medio	30	44,8	44,8	52,2
	Alto	27	40,3	40,3	92,5
	Muy alto	5	7,5	7,5	100%
	Total	67	100%	100%	

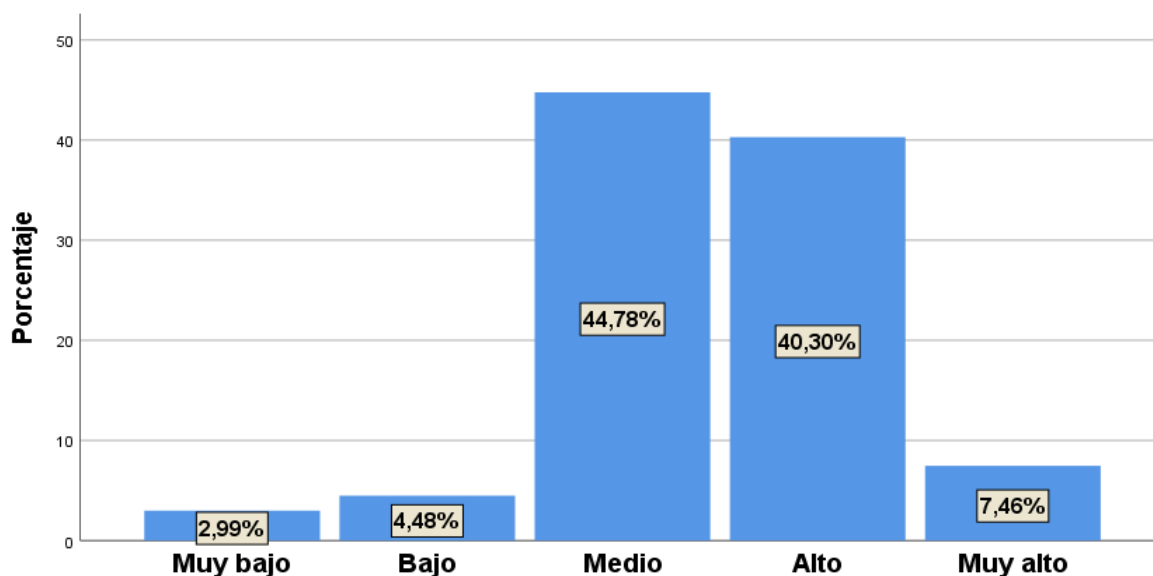
Fuente: Datos obtenidos de encuesta y procesados en programa SPSS.

Interpretación

En el análisis del nivel de dimensión nro 03 Estrategia puesta en acción, se evidencia que el 2,99% es de nivel muy bajo y 4,48% es de nivel bajo; es un índice relativamente menor pero a tomar en consideración para fomentar el cambio de compromiso con las socias y socios para reducirlo en las estrategias puestas en acción, luego con 44,78% es de nivel medio; que denota la estrategia puesta en acción tomada y planeada por parte de la directiva está generando impacto en un nivel positivo de las socias, y finalizando con 40,30% de nivel alto y 7,46% de nivel muy alto; son índices positivos elevados que reflejan la buena dirección en estrategias que se va tomando en temas comerciales para la búsqueda de nuevos mercados tanto nacionales e internacionales de la asociación en la venta de granos de cacao.

Figura.4

Nivel de dimensión 3 Estrategia puesta en acción



Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS.

4.2 Resultados Inferenciales

Se realizó la evidencia de la muestra en la encuesta de datos y de parte estadística para la correlación de las hipótesis determinadas del indagador.

Por tal motivo se llevó a cabo el coeficiente de correlación de Spearman, ya que mide la relación entre dos variables aleatorias, y por ende nos facilitará determinar la comprobación de la Hipótesis, si el nivel de significancia es menor a 0.05 de desarrollo no Paramétrico se realizará la prueba r de Pearson.

Tabla.5

Respecto al objetivo general - Establecer la relación entre la dirección estratégica y la competitividad empresarial

Correlaciones

		Dirección Estratégica	Competitividad Empresarial	
Rho de Spearman	Dirección Estratégica	Coeficiente de correlación	1.000	.805**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	67	67
	Competitividad Empresarial	Coeficiente de correlación	.805**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	67	67

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

Fuente: Datos obtenidos de encuesta y procesados en programa SPSS.

Interpretación

Dentro del análisis inferencial de la tabla 5, se contemplan convenientes evidencias estadísticas para determinar que la variable Dirección estratégica se relaciona significativamente con la variable Competitividad empresarial, con un P valor 0,001; y se tiene, además grado de correlación positiva alta, según la Rho de Spearman de 0,805.

Por lo tanto, mediante la prueba de estadística contrastada en el SPSS da como resultado que si una variable incrementa su nivel la otra variable también incrementará, por lo que incrementa la eficacia correlacional.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

H1: Se da la relación significativa entre la dirección estratégica y su influencia en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco 2023.

Tabla.6

Respecto al objetivo específico 1 - Establecer la relación entre la posición estratégica con la competitividad empresarial

Correlaciones

		Posición Estratégica	Competitividad Empresarial
Rho de Spearman	Posición Estratégica	1.000	.409**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	<.001
	N	67	67
	Competitividad Empresarial	.409**	1.000
	Coeficiente de correlación		
Sig. (bilateral)	<.001	.	
N	67	67	

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

Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS

Interpretación

Dentro del análisis inferencial de la tabla 6, se contempla con convenientes evidencias estadísticas para determinar que la dimensión número 1 Posición estratégica se relaciona significativamente con la variable Competitividad empresarial, con un pValor 0,001; y se tiene, además grado de correlación positiva moderada, según la Rho de Spearman de 0,409; quiere decir la posición estratégica es un indicador que va moderar el nivel comercial conjunto con la competitividad empresarial de la asociación Otari's.

Hipótesis específica 1

H1: Se da la relación significativa entre la posición estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco, 2023.

Tabla 7

Respecto al objetivo específico 2 - Establecer la relación entre la elección estratégica con la competitividad empresarial

			Correlaciones	
			Elección estratégica	Competitividad Empresarial
Rho de Spearman	Elección estratégica	Coeficiente de correlación	1.000	.702**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
	Competitividad Empresarial	N	67	67
		Coeficiente de correlación	.702**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	67	67

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

Fuente: Datos obtenido de encuesta y procesadas en programa SPSS

Interpretación

Dentro del análisis inferencial de la tabla 7, se contempla con convenientes evidencias estadísticas para determinar que la dimensión número 2 Elección estratégica se relaciona significativamente con la variable Competitividad empresarial, con un pValor 0,001; y se tiene, además grado de correlación positiva moderada, según la Rho de Spearman de 0,702.

Por lo que la Elección estratégica que se va tomar en medidas de búsqueda de nuevos mercados va ir relacionada con la competitividad comercial en la asociación Otari's.

Hipótesis específica 2

H1: Se da la relación significativa entre la elección estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de Otari's, Pichari – Cusco, 2023.

Tabla 8

Respecto al objetivo específico 3 - Establecer la relación entre la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial

			Correlaciones	
			Estrategia puesta en acción	Competitividad Empresarial
Rho de Spearman	Estrategia puesta en acción	Coeficiente de correlación	1.000	.696**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
	N		67	67
	Competitividad Empresarial	Coeficiente de correlación	.696**	1.000
Sig. (bilateral)		<.001	.	
N		67	67	

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

Interpretación

Dentro del análisis inferencial de la tabla 8, se contempla con convenientes evidencias estadísticas para determinar que la dimensión número 3 Estrategia puesta en acción se relaciona significativamente con la variable Competitividad empresarial, con un pValor 0,001; y se tiene, además grado de correlación positiva moderada, según la Rho de Spearman de 0,696.

Por lo que la estrategia puesta en acción que se va tomar en la parte directiva va ir relacionada directamente en la eficacia de la competitividad comercial en la asociación agroindustrial de mujeres productoras Otari's, Pichari–La Convención–Cusco, 2023.

Hipótesis específica 3

H1: Se da la relación significativa entre la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari – Cusco, 2023.

V. DISCUSIÓN

Esta investigación surge desde la problemática del aumento de niveles de competitividad en el sector comercial, de cierto modo influenciada por la reactivación económica que se dio desde la post pandemia COVID, que, con el apoyo del estado en temas de formación empresarial, alianzas con nuevos mercados, como también tomando como ventaja competitiva el nivel de calidad de granos de cacao de nuestro país en relación a las demás regiones del continente. (MEF, 2022)

Las empresas en el presente deben adecuarse a las variaciones comerciales, ya que los procesos tradicionales están variando, y surgiendo nuevos entornos, escenarios de alianzas estratégicas comerciales (gobierno y organizaciones), tanto local, nacional e internacional. (Dialnet, 2022)

Como objetivo general es determinar la relación entre la dirección estratégica y la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023, de resultado de correlación positiva alta (0,805), ya que se encuentra dentro de los límites de aceptación ($p=0.00 < 0.05$). Se tiene una gran similitud y significancia en los resultados de Calvo, Ponce & Juárez (2020), quienes deducen que existen factores determinantes en la competitividad empresarial que es la innovación, flexibilización, productividad, y la calidad que van generar satisfacción en los clientes relacionado a la mejora continua ligado a la tecnología, en la recomendación se dio las pautas para el rediseño de estrategias como fortalecimiento de los recursos y procesos del sector de producción en la competitividad..

Esto concuerda con los resultados de Suarez & Ugarte (2022), quienes concluyeron que se da una relación de influencia directa de la Dirección estratégica y competitividad ya que si una variable incrementa su nivel la otra variable también incrementara, por lo que incrementa la eficacia correlacional. (Rho de Spearman positiva de 0,814) y también se corrobora los resultados de Velasco (2020); quien indica que las estrategias son determinantes de importancia e influyente del emprendimiento y la innovación de modelos en los negocios, quiere decir que en la primera etapa de iniciación del emprendimiento da a conocer la generación de los tipos de modelo de negocio establecidos relacionados al propósito de la dirección

estratégica, que a la vez da una referencia de los modelos de pensamientos en estrategia de mercados; todo esto como postura al cambio en la globalización que hace que las organizaciones se adecuen a los procesos (innovación, estrategias, ventajas, tecnología, procesos, etc).

Pero difiere de manera relativa a los resultados de Chuquin, Villagomez & Oleas (2020), quienes indican la aplicación de escenarios de representación de los niveles óptimos en costo de traslado de MYPE, esto para la interacción dentro del mercado, ya que se enfocan en el proceso de determinación de costos y descartan la aplicación de otros factores de estrategias que pueden generar factores positivos y de importancia en las organizaciones.

Por otro lado, presenta alejamiento a los resultados de Nole (2020) quien deduce que la Dirección estratégica se relaciona notablemente con la actitud de procesos de transformación organizacional en el sector de educación y no se enfoca en otros sectores de competitividad que abarca más sectores tanto comerciales, financieros, entre otros. También los resultados alcanzan en relevancia a Cevallos & Esteben (2020) quienes determinan que de manera primordial la forma en que se lleva a cabo la gestión de la dirección en relación a su influencia estratégica de la empresa; por lo que las decisiones de la parte directiva son de fundamental importancia en la competitividad empresarial.

Como primer objetivo específico fue establecer la relación entre la posición estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari–Cusco, 2023; con resultados de correlación positiva moderada (0,409), el nivel de significancia se encuentra dentro de los límites de aceptación ($p=0.00<0.05$).

Esto concuerda con los resultados de Ccorahua & Chavez (2022), quienes infieren que la infraestructura física, funcionalidad y administración son factores que demarcan el mercado, para su mejoramiento de competitividad, como también el mercado posee atributos que potencializa la competitividad, por lo que la posición estratégica está determinada con el presente y nivel en relación al ambiente de manera interna y externa de las organizaciones. (ventaja competitiva)

En tanto infiere de manera relativa con Céspedes (2020), que como resultados no se encuentra óptimo nivel de capacidad de productividad en maquinarias y asesoría, como también en consultoría de formas de implementación; esto debido a que el implemento de la tecnología es de vital importancia en el presente de las organizaciones para una mejora en la competitividad frente a los demás competidores.

Como segundo objetivo específico es establecer la relación entre la elección estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023, con resultados de correlación positiva (0,702), el nivel de significancia se encuentra dentro de los límites de aceptación ($p=0.00<0.05$). Esto refuerza a los resultados de Aquehua & Castillo (2019), quienes refieren de una propuesta de uso de los FCE en base a la Dirección Estratégica; considerando cada una de sus etapas como son la Formulación de Estrategias, Implantación de Estrategias y la Evaluación de Estrategias; ya que dentro de los procesos de elección de estrategias se debe considerar todos los aspectos principales y fundamentales que van incidir en la mejora continua.

Como tercer objetivo específico es establecer la relación entre la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023, con resultados de correlación positiva (0,696), el nivel de significancia se encuentra dentro de los límites de aceptación ($p=0.00<0.05$). Esto respalda los resultados de López (2021) que deduce a la conectividad de interrelación de la dirección estratégica con los procesos progresivamente para su desarrollo, ya que la estrategia puesta en acción se genera de manera interna en la junta directiva como una planeación que va ser puesta en acción y que va ir relacionada directamente en la eficacia de la competitividad comercial; y de manera relativa.

No tanto relacionada con los resultados de Apaza (2022) que indica solo el factor financiero en la relación con la competitividad y no indica otros factores; ya que las estrategias que se van poner en acción engloba e involucra muchos factores, de planeación, organización, dirección y control conjuntamente con técnicas y modelos de Administración.

VI. CONCLUSIONES

Primera: En cuanto al propósito principal de la investigación, se ha determinado que existe relación positiva muy fuerte (0.805) entre la dirección estratégica y la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023. Ello implica que, a mejor dirección estratégica, mayor será la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao. Dentro de la estadística descriptiva en Dirección estratégica se tiene porcentajes de nivel muy bajo 1.49% y bajo de 17,91%.

Segunda: A su vez se ha demostrado que existe relación positiva media (0.409) entre la posición estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-, 2023. Por tanto, en cuanto mejore la posición estratégica, se fortalecerá la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao. Dentro de la estadística descriptiva se tiene porcentajes de nivel muy bajo de 8,96% y bajo de 1,49%.

Tercera: Se ha establecido relación positiva considerable (0.702) entre la elección estratégica con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023. Es así que el comportamiento de la elección estratégica incidirá directamente en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao. Dentro de la estadística descriptiva se tiene porcentajes de muy bajo de 7,46% y bajo de 4,48%.

Cuarta: Asimismo, se ha encontrado relación positiva considerable (0.696) entre la estrategia puesta en acción con la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari-Cusco, 2023. Por lo mismo se infiere que la mejora de la estrategia puesta tendrá impacto directamente proporcional en la competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao. Dentro de la estadística descriptiva se tiene porcentajes de muy bajo 2,99% y bajo de 4,49%.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: En cuanto a los descubrimientos hallados en este estudio, dirigida a la junta directiva de la asociación; se recomienda a la presidenta y miembros de la junta directiva en base a la demostración encontrada en la investigación que existe porcentajes de nivel muy bajo de 1,49% y bajo de 17,91% de la Dirección estratégica y Competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la Otari's, Pichari - Cusco, 2023" que lo tomen como un indicador de no aceptación de los socios y socias dentro de la planificación organizacional, toma de decisiones y estrategias para poder realizar una retroalimentación en los procesos, enfocarse en el cambio y aceptación de las estrategias (generar compromiso organizacional) y el desarrollo de propuesta de dirección estratégica, con el fin de poder encaminarse a la exportación de nuevos mercados internacionales en el comercio de granos de cacao, y con esto generando el aumento de nivel de competitividad empresarial.

Segunda: En cuanto a los descubrimientos hallados en este estudio, dirigida a los socios de la asociación; se recomienda a las socias en base a la demostración encontrada en la investigación existe un sector de socias y socios en porcentajes de nivel muy bajo de 1,49% y bajo de 17,91% de la Dirección estratégica y Competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari - Cusco, 2023". Esto quiere decir que aun temen al cambio de los procesos comerciales la dirección estratégica y la competitividad empresarial por lo que se tienen que involucrar con mayor razón y se comprometan a los cambios comercial actuales que exigen innovación permanente en las organizaciones (globalización), todas las decisiones tomadas por parte de la junta directiva de la asociación tienen como fin el incremento de nivel de competitividad comercial en nuevos mercados internacionales. Las socias en las reuniones deben exigir a la parte directiva que les capaciten permanentemente.

Tercera: En cuanto a los descubrimientos hallados en este estudio de la dimensión Nro 01 - Posición estratégica y su relación con la variable Competitividad empresarial, dirigida a la junta directiva de la asociación; se recomienda la junta directiva en base a la demostración encontrada en la investigación de porcentajes de nivel muy bajo de 8,96% y bajo de 1,49% de la dimensión 1 - Posición estratégica y la variable competitividad empresarial, realizar un análisis en los procesos de planeamiento, ya que los porcentajes de bajo y muy bajo que siendo de menor porcentaje debe ser subsanado y tomado como indicadores a considerar en la toma de decisión es por parte del nivel institucional, la dimensión de posición estratégica indica el presente en las estrategias por parte de una organización..

Cuarta: En cuanto a los descubrimientos hallados en este estudio de la dimensión Nro 2 – Elección estratégica y su relación con la variable Competitividad empresarial, dirigida a la junta directiva de la asociación; se da la recomendación a la junta directiva en base a lo encontrado en la investigación de evidencias porcentuales que dentro de los resultados se tiene porcentajes de muy bajo de 7,46% y bajo de 4,48% de la dimensión 2 - Elección estratégica y la variable Competitividad empresarial , que las elecciones tomadas para las estrategias comerciales tiene un sector de no aceptación en socios, no están aún llegando a un porcentaje de socios, ya que es un factor muy importante la comunicación y poder hacer entender los planes de estrategias tomadas por parte de la junta directiva en el comercio de mercados nuevos de granos de cacao, y en este caso reforzar el tema de asesoramiento..

Quinta: En cuanto a los descubrimientos hallados en este estudio de la dimensión Nro 3 – Estrategia puesta en acción y su relación con la variable Competitividad empresarial, dirigida a la junta directiva de la asociación; se recomienda a la junta directiva en base a lo encontrado en la investigación con porcentajes de muy bajo 2,99% y bajo de 4,49% de la dimensión 3 – Estrategia puesta en acción y la variable Competitividad empresarial, tomar estos porcentajes de bajo y muy bajo principalmente como indicadores a subsanar y buscar reducirlo porcentualmente, ya que las estrategias puestas en acción para la comercialización de granos de cacao en busca de mercados y nuevas alianzas comerciales necesitan que los socios deban siempre estar en participación permanente de los procesos y formas de comercialización (interrelación) para generar compromisos organizacional.

REFERENCIAS

- Albino, Ruiz, & Medina. (2022). *Reactivación económica post pandemia en el Perú*. Obtenido de Repositorio digital de articulos Dialnet:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8754468>
- Apaza. (2022). *Gestión financiera y competitividad empresarial de las micro y pequeñas empresas textil confecciones en el gran centro comercial Patricio Meléndez - Tacna*. Obtenido de Repositorio Renati:
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3364750>
- Aquehua, & Castillo. (2019). *Factores críticos de éxito para la dirección estratégica en la Asociación Rosales de Mandorani de la comunidad de Paucarpata - Cusco*. Obtenido de Renati:
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2689871>
- Arias. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica* (Primera edición ed.). Arequipa - Perú: Editorial Consulting.
- Arroyo. (2023). *El diseño de estrategias y tácticas en la planificación estratégica* . Obtenido de Artículos Scielo:
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-26442023000100706#ref29
- Bermeo. (2018). *El sentido de la competitividad: Episteme y perspectivas* . Cauca - Colombia: Editorial UC.
- Bravo, Dini, & Rueda. (2020). *Repositorio digital Beta*. Obtenido de La contribución de las asociaciones empresariales al desarrollo de las políticas productivas. elementos para la elaboración de un marco analítico:
<https://repositorio.cepal.org/items/828cafb8-6755-4253-93bc-6bcb08e8000b>
- Calvo, Ponce, & Juarez. (2020). *Business competitiveness: a theoretical review*. Obtenido de Artículos digitales Ideas:
<https://ideas.repec.org/p/pramprapa/107511.html>
- Ccorahua, & Chávez. (2022). *Factores que inciden en la competitividad del mercado de abastos de Tancarniyoc del distrito de San Sebastian, Cusco*. Obtenido de Repositorio Universidad Andina del Cusco:
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/5235>

- Cepal. (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación*. Obtenido de Repositorio digital Beta:
<https://repositorio.cepal.org/items/828cafb8-6755-4253-93bc-6bcb08e8000b>
- Céspedes. (2020). *Competitividad empresarial de la central de Cooperativas Agrarias cafetaleras del valle de la Convención y lares*. Obtenido de Repositorio Universidad Andina del Cusco:
<https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/3440>
- Cevallos. (2020). *Dirección estratégica en la empresa comercializadora de productos químicos Guerrero en la época pandemia del cantón*. Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena:
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5458>
- Chiavenato. (2019). *Introducción a la teoría general de la Administración* (décima edición ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Chuquin, Villagómez, & Oleas. (2020). *La competitividad empresarial de las PYME's a través de la modelación matemática*. Obtenido de Artículos digitales Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7383234>
- Comex. (2023). *Exportaciones de cacao en grano crecieron un 27.6% en el primer semestre del año*. Obtenido de Plataforma digital Sociedad de comercio exterior del Perú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-de-cacao-en-grano-crecieron-un-276-en-el-primer-semester-del-ano>
- Concytec. (2019). *Código Nacional de la Integridad Científica*. Obtenido de Plataforma digital única del estado Peruano:
<https://www.gob.pe/institucion/concytec/informes-publicaciones/1326710-codigo-nacional-de-la-integridad-cientifica>
- Coriat. (1997). Las nuevas dimensiones de la competitividad hacia un enfoque europeo. *Instituto de prospectiva Tecnológica*, 10 p.
- Cruz, S. (2015). *Justificación de la investigación*. Obtenido de Inducción a la Investigación: <https://florfanysantacruz.blogspot.com/2015/09/justificacion-de-la-investigacion.html>

- Díaz. (2019). *Dirección estratégica y su influencia en la competitividad de la MYPE Donidu EIRL*. Obtenido de Repositorio Universidad Andina del Cusco : <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/5476>
- Durán, Mora, Gonzales, & Vargas. (2018). *Nivel de competitividad técnica de las empresas exportadoras de productos agrícolas no tradicionales de Costa Rica*. Obtenido de Artículos digitales Scielo: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0377-94242018000200141&script=sci_arttext
- Fernández. (2021). *Nueva guía para la investigación científica*. México: Editorial Orfila Valentini.
- Guerras, & Navas. (2022). *La Dirección estratégica de la empresa. teoría y aplicaciones* (Sexta edición ed.). Madrid - España: Editorial Aranzadi.
- Gutiérrez, & Vladimirovna. (2017). *Estadística Inferencial 1* (Primera edición ed.). México: Editorial Patria.
- Hernández. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Icco. (2022). *November 2022 Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*. Obtenido de International Cocoa Organization: <https://www.icco.org/november-2022-quarterly-bulletin-of-cocoa-statistics/>
- López. (2021). *Dirección estratégica y desarrollo organizacional de la Municipalidad Distrital de Huatanasi*. Obtenido de Repositorio Universidad Alas Peruanas : <https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/10513>
- Mancheno, & Albán. (2019). *Competitividad sistemática empresarial, un término que define el rendimiento de mercados modernos*. Obtenido de Revista científica digital Fipcaec: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/154>
- MEF. (2023). *Programa de Reactivación económica*. Obtenido de Plataforma digital única del estado Peruano, Ministerio de Economía y Finanzas: <https://www.gob.pe/institucion/mef/campa%C3%B1as/8464-programas-de-reactivacion-economica>

- Midagri. (2020). *Perú ejercerá la vicepresidencia Organización Internacional del Cacao*. Obtenido de Plataforma digital única del estado Peruano - Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego:
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/304718-peru-ejercera-la-vicepresidencia-de-la-organizacion-internacional-del-cacao>
- Midagri. (2020). *Producción nacional de cacao*. Obtenido de Plataforma digital Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego:
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/305143-produccion-nacional-de-cacao-en-grano-crecio-en-la-ultima-decada-a-un-promedio-de-12-6-al-ano>
- Midagri. (2022). *Commodities Cacao enero- marzo 2022*. Obtenido de Repositorio Ministerio de Agricultura y Desarrollo Agrario:
<https://repositorio.midagri.gob.pe/handle/20.500.13036/1309>
- Morales. (2019). *El servicio al cliente como ventaja competitiva*. Obtenido de Revista Colombiana de Ciencias Administrativas:
<https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/rcca/article/view/39>
- Narváez, Aviles, & Galeas. (2018). Estrategias y dimensiones competitivas de las empresas, orientaciones metodológicas. *Revista Opuntia Brava*, 6 páginas.
- Nole. (2020). *Dirección estratégica y actitud al cambio organizacional en los docentes de una institución educativa Tambogrande*. Obtenido de Repositorio Universidad Cesar Vallejo:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50388>
- Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa - cualitativa y redacción de tesis*. Ediciones de la U.
- Palacios. (2023). *Dirección estratégica* (Tercera Edición ed.). Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- Quisanga. (2019). *Estrategias financieras en el desarrollo de las PYMES*. Obtenido de Revista de investigación Sigma:
<https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/1675/0>
- Ramírez, & Ramírez. (2022). *Fundamentos de la Administración* (Quinta Edición ed.). Bogotá: Ediciones ECOE.

- Santos. (2022). *Recolección de datos, técnicas e instrumentos*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Sarmiento, & Delgado. (2021). *Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial*. Obtenido de Artículos científicos digitales Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2073-60612021000200006&script=sci_arttext&tIng=en
- Suarez, & Ugarte. (2022). *Dirección estratégica y competitividad Laboral*. Obtenido de Repositorio Universidad Cesar Vallejo: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/93844>
- Tipismana. (2018). *Eficiencia en la dirección estratégica y el desarrollo presupuestal en la Universidad nacional tecnológica de Lima*. Obtenido de Repositorio Universidad Inca Garcilazo de la Vega: <http://intra.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2877>
- Ubieta, & Leiva. (2019). *Competitividad empresarial en Costa Rica: un enfoque multidimensional*. Obtenido de Artículos digitales Scielo: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659-33592019000300028&script=sci_arttext#B16
- Vara. (2012). *7 paso para una tesis exitosa*. Obtenido de Instituto de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres: <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Velasco. (2020). *Dirección estratégica a través del emprendimiento y modelos de negocio*. Obtenido de Artículos digitales Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8121544>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Dirección estratégica	Según Scholes, Johnson & Whittington, hacen referencia a la dirección estratégica: "Incluye la comprensión de la posición estratégica de una organización, las elecciones estratégicas para el futuro y la estrategia puesta en acción" (p.45, 2006)	La dirección estratégica conlleva a realizar la posición estratégica, elección estratégica y la puesta en acción de la estrategia para la organización, esta información se obtendrá a través del cuestionario a los trabajadores de la empresa	Posición estratégica	Entorno. Capacidad estratégica. Expectativas y propósitos.	Nominal
			Elección estratégica	Estrategias de negocios. Nivel corporativa e internacional. Direcciones y métodos de desarrollo.	Nominal
			Estrategia puesta en acción	Organizar. Potenciar. Cambio estratégico.	Nominal
Competitividad empresarial	Según Sarmiento y Delgado la competitividad empresarial es la presencia de ciclos de negocios cada vez más cortos a nivel internacional y la actualización del modelo económico y de desarrollo social plantean un desafío para las empresas con respecto a la elevación de la competitividad empresarial (2021)	Para incrementar la competitividad empresarial se debe contar formulación de estrategias competitivas; primeramente, deben seguir un análisis general del mercado, segundo evaluar las posibles ventajas competitivas con que se cuenta, en tercera etapa definir su estrategia principal con la cual habrá de competir, se obtendrá mediante el cuestionario.	Cliente - Mercado	Proveedor y cliente. Nivel de satisfacción. Participación en el mercado nacional e internacional.	Nominal
			Económica - Financiera	Indicadores. Finanzas. Productividad.	Nominal
			Técnicas de competitividad	Tecnología e innovación de productos y servicios. Eficiencia. Capacidad instalada.	Nominal

Anexo 2. Cuestionario de Dirección Estratégica

Cuestionario 1.

“Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao del vraem Otari’s, Pichari – La Convención – Cusco, 2023”

MEDICIÓN NIVEL DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA						
Instrucciones: Por favor usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.						
Marque las respuestas con las alternativas: (1) Muy baja (2) Baja (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta						
	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿La parte directiva busca involucrarse con los métodos estratégicos frente al entorno?					
02	¿Considera que la organización usa frecuentemente estrategias de ventaja competitiva frente a los competidores?					
03	¿En la organización se practica los valores y principios con respecto a las relaciones con las partes interesadas (cultura organizacional)?					
04	¿La organización satisface las necesidades comerciales de los clientes y/o usuarios?					
05	¿Se está generando valor agregado comercial en el mercado nacional para desarrollarlo internacionalmente?					
06	¿La organización está aplicando estrategias de lanzamiento de nuevos productos (valor agregado) y diversificándolos para el ingreso de nuevos mercados?					
07	¿Se está realizando la planificación organizacional para la motivación de los socios colaboradores en crear relaciones internas y externas?					
08	¿La organización desarrolla procesos de tecnología en la transformación de productos?					
09	¿Se desarrolla los cambios de estrategias y otras tácticas comerciales en el mercado?					

¡Muchas gracias por su participación, nos servirá para seguir fortaleciendo la investigación académica!

Anexo 3. Cuestionario de Competitividad Empresarial

Cuestionario 2.

“Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao del vraem Otari’s, Pichari – La Convención – Cusco, 2023”

MEDICIÓN NIVEL DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL						
Instrucciones: Por favor usuario interno expresar su percepción en cada una de las preguntas siguientes, se guardará absoluta reserva de su identidad y contribuirá a fortalecer la investigación para efectos académicos.						
Marque las respuestas con las alternativas: (1) Muy baja (2) Baja (3) Regular (4) Alta (5) Muy alta						
	Preguntas	1	2	3	4	5
01	¿Existe una buena relación comercial entre el proveedor y cliente?					
02	¿Se logra satisfacer las demandas del cliente en su totalidad?					
03	¿Considera que la asociación está preparada para la participación de nuevos mercados nacionales e internacionales?					
04	¿Considera que la asociación maneja indicadores para medir su situación económica?					
05	¿Según su percepción es adecuada los procesos contables en las finanzas de la asociación?					
06	¿Según su apreciación es óptima el nivel de productividad en la asociación?					
07	¿Considera que se está desarrollando tecnologías nuevas para la innovación en la organización?					
08	¿Según su criterio cómo ve la eficiencia en los procesos comerciales de la asociación?					
09	¿La organización cuenta con capacidad instalada para satisfacer las demandas del mercado?					

¡Muchas gracias por su participación, nos servirá para seguir fortaleciendo la investigación académica!

Anexo 4. Confiabilidad de Dirección Estratégica

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.822	9

Anexo 5. Confiabilidad de Competitividad Empresarial

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.787	9

Anexo 6. Validez de juicio de experto 1

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Mg. Amadeo Nelson Yupanqui Gómez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de pregrado de la Universidad Cesar Vallejo, filial Ate Vitarte, requiero validar el instrumento con el cual se recogerá la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: "Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao Otari's, Pichari – La Convención – Cusco, 2023." Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en temas de administración y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispensa a la presente.

Atentamente.



Henry Bradi Yupanqui Quispe
DNI 45582675

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

Definición Conceptual

Johnson (2006) da en definición a la dirección estratégica como la búsqueda de ubicar y centrarse de las acciones en el logro de la posición estratégica de las organizaciones, mediante elecciones estratégicas a largo plazo.

Definición Operacional

La dirección estratégica se va medir por las dimensiones establecidas por Johnson (2006) que son: posición estratégica, elección estratégica y estrategia puesta en acción, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 1: Posición estratégica

Las empresas en entornos más favorables tendrán mejores rendimientos que aquellas que están en entornos menos atractivos. Así el desarrollo de la estrategia consiste en identificar oportunidades en el entorno y desarrollar capacidades estratégicas para aprovechar dichas oportunidades. Las organizaciones tienen partes interesadas (accionistas, consumidores, empleados o tal vez el Gobierno) que tienen expectativas sobre la organización y que pueden ejercer una influencia y poder considerable sobre las estrategias. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 85, 2006)

Dimensión 2: Elección estratégica

Se ocupa de las decisiones sobre el futuro de una organización y de la forma de responder a las diferentes presiones e influencias. Como también se tiene en cuenta la necesidad del traslado de la estrategia al entorno donde se desempeña la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 259, 2006)

Dimensión 3: Estrategia puesta en acción.

Procesos y relaciones cotidianas que existen en las organizaciones y que se debe gestionar que la acción estratégica sea acorde con la estrategia buscada. La aplicación nuevas estrategias puede incidir en cambios significativos para la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 412, 2006)

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Definición conceptual

Es la presencia de ciclos de negocios cada vez más cortos a nivel internacional y la actualización del modelo económico y de desarrollo social plantean un desafío para las empresas con respecto a la elevación de la competitividad empresarial (Sarmiento y Delgado, 2021 – Dimensiones y variables de la competitividad)

Definición operacional

La competitividad empresarial se va medir por las dimensiones determinadas por las dimensiones establecidas por Sarmiento y Delgado (2021) que son: cliente – mercado, económica – financiera, y técnicas de competitividad, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 4: Cliente – mercado

Refiere a la información sobre la cartera de proveedores y clientes, niveles de satisfacción y la participación en el mercado nacional e internacional

Dimensión 5: Económico - financiero

Son los resultados de rendimiento de la organización, márgenes de rentabilidad, dinámica de los componentes de inversión, así como su nivel de producción.

Dimensión 6: Técnicas de competitividad

Se divide en dos aspectos, el primero comprende la tecnología e innovación que va realizar el análisis de avance de desarrollo tecnológico, el ritmo de innovación de productos y servicios; mientras que el segundo aspecto comprende el nivel técnico – productivo, en donde se va realizar el análisis de equipamiento tecnológico y sus características.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

V A R I A B L E	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
D I R E C C I O N E S T R A T E G I C A	Posición estratégica	Entorno	1.- La parte directiva busca involucrarse con los métodos estratégicos frente a al entorno que los rodea.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalmente= 3 Frecuentemente= 4 Muy frecuentemente= 5
		Capacidad estratégica	2.- Considera que la organización usa frecuentemente estrategias de ventaja competitiva frente a los competidores.	
		Expectativas y propósitos	3.- En la organización se práctica los valores y principios éticos frente a las relaciones con las partes interesadas (cultura organizacional)	
	Elección estratégica	Estrategias de negociación.	4.- La organización satisface las necesidades comerciales de los clientes y/o usuarios.	
		Nivel corporativa e internacional.	5.- Se está generando valor agregado comercial para el mercado nacional para desarrollarlo internacionalmente.	
		Direcciones y métodos de desarrollo.	6.- La organización está aplicando estrategias de lanzamiento de nuevos productos y diversificándolos para el ingreso de nuevos mercados.	
	Estrategia puesta en acción	Organizar	7.- Se está realizando la planificación organizacional para la motivación de los socios para crear relaciones internas y externas.	
		Potenciar	8.- La organización desarrolla procesos de tecnología en la transformación de productos.	
		Cambio estratégico.	9.- Se desarrolla los cambios de estrategias y otras tácticas de comunicación en el mercado.	

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
C O M P E T I V I D A D E M P R E S A R I A L	Cliente - Mercado	Proveedor y cliente	10.- Existe una buena relación comercial entre el proveedor y cliente.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalment e= 3 Frecuentement e= 4 Muy frecuentement e= 5
		Nivel de satisfacción	11.- Se logra satisfacer las demandas del cliente en su totalidad	
		Participación en el mercado nacional e internacional	12.- Considera que la empresa está preparada para la participación de nuevos mercados nacionales e internacionales	
	Económica - Financiera	Indicadores	13.- Considera que la asociación maneja indicadores financieros para medir su situación económica.	
		Finanzas	14.- Según su percepción es adecuada los procesos contables en las finanzas de la asociación.	
		Productividad	15.- Según su apreciación es óptima el nivel de productividad en la asociación.	
	Técnicas de competitividad	Tecnología e innovación de productos y servicios	16.- Considera que se está desarrollando tecnologías nuevas para la innovación en la organización.	
		Eficiencia.	17.- Según su criterio es eficiente la eficiencia en los procesos comerciales de la asociación.	
		Capacidad instalada.	18.- La organización cuenta con capacidad instalada para satisfacer las demandas del mercado.	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

"Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao del vraem Otari's, Pichari – La Convención – Cusco, 2023"

Nº	DIMENSIONES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
	DIMENSION 1						
	Posición estratégica						
1	Según su experiencia como socio de asociación, que tan probable es que la parte directiva está relacionada con el entorno de los demás trabajadores	X		X		X	
2	Según su experiencia, que tan probable es que los colaboradores tengan la capacidad de influir en la toma de decisiones de la asociación	X		X		X	
3	Los socios de la asociación cumplen con las decisiones tomadas por parte de la parte directiva en estrategias comerciales	X		X		X	
4	Los socios tienen esa expectativa de estrategias comerciales para nuevos mercados	X		X		X	
5	Los socios están de acuerdo en las estrategias comerciales	X		X		X	

6	Los socios y parte directiva están en permanente comunicación frente al manejo comercial de la asociación	X		X		X	
	DIMENSION 2	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Elección Estratégica						
7	Según su perspectiva como socio está de acuerdo con el método comercial utilizado	X		X		X	
8	Los socios como ven el desempeño funcional comercial de la junta directiva	X		X		X	
9	La junta directiva está capacitada para las elecciones de estrategias empresariales	X		X		X	
10	Usted como socio está de acuerdo en la elección de estrategias comerciales a nuevos mercados	X		X		X	
11	Los socios están comprometidos con la asociación en temas comerciales administrativos	X		X		X	
12	Los socios estarían de acuerdo en el crecimiento corporativo de la asociación	X		X		X	

	para convertirse en Cooperativa						
	DIMENSION 3	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Estrategia puesta en acción						
13	La asociación tiene un buen control de sus estrategias comerciales	X		X		X	
14	Es eficaz las estrategias tomadas para comercialización en el mercado	X		X		X	
15	Los socios aportan con ideas, modelos o diseños para mejorar la productividad comercial	X		X		X	
16	La asociación como está manejada en sus estrategias comerciales, lo ve rentable	X		X		X	
17	La asociación cumple con la responsabilidad social empresarial	X		X		X	
18	Los socios y directivos cumplen con ética y principios la toma de decisiones de métodos comerciales utilizadas	X		X		X	

DIMENSION 4		SI	NO	SI	NO	SI	NO
Cliente - Mercado							
19	Según su perspectiva cómo calificaría la inter relación comercial de la asociación con los proveedores	X		X		X	
20	Según el método comercial de la asociación, usted cree que se da la satisfacción del cliente	X		X		X	
21	La búsqueda de nuevos mercados de qué manera influiría en la capacidad comercial de la asociación	X		X		X	
22	La asociación puede cumplir con los nuevos retos internacionales comerciales	X		X		X	
23	Los socios fomentan la generación de buena relación cliente - mercado	X		X		X	
24	Los socios y junta directiva tienen comunicación permanente con los clientes para generar confianza	X		X		X	
DIMENSION 5		SI	NO	SI	NO	SI	NO
Económica - Financiera							
25	La parte directiva maneja de manera correcta los niveles de indicadores comerciales	X		X		X	

26	La asociación está llevando adecuadamente el manejo de costos	X		X		X	
27	Según su opinión se está generando productividad económica dentro de la asociación	X		X		X	
28	Los socios buscan fomentar estrategias y métodos para aumentar la productividad	X		X		X	
29	Los socios y parte directiva toman decisiones para el manejo adecuado financiero de la asociación	X		X		X	
30	El personal profesional está capacitado para el ámbito administrativo y contable dentro de la organización.	X		X		X	
	Dimensión 6	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Técnicas de competitividad						
31	La asociación está relacionada a la innovación	X		X		X	
32	Según su criterio es eficiente los métodos	X		X		X	

	estratégicos comerciales de la asociación						
33	La organización cuenta con capacidad de respuesta comercial	X		X		X	
34	La junta directiva aplica nuevos métodos de comercialización	X		X		X	
35	Los socios mantienen comunicación e intervención para decisión de estrategias de comercio	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Cumple con los requisitos establecidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: MG. Amadeo Nelson Yupanqui Gómez

DNI: 42561872

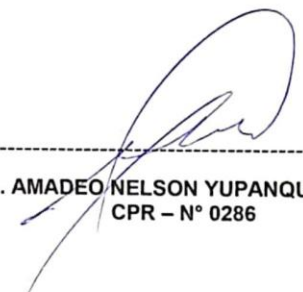
Especialidad del validador: Mg. En Economía – gerencia de proyectos

Empresa: Municipalidad distrital de Pichari – La Convención - Cusco

Cargo: Responsable gerencia proyectos de inversión (articulación comercial)

Correo electrónico: nelson21232@hotmail.com

Celular: +51996002207



Mg. AMADEO NELSON YUPANQUI GOMEZ
CPR – N° 0286

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 7. Validación juicio de experto 2

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Mg. Leidy Lucía Méndez Gutiérrez

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de pregrado de la Universidad Cesar Vallejo, filial Ate Vitarte, requiero validar el instrumento con el cual se recogerá la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: "Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao Otari's, Pichari – La Convención – Cusco, 2023." Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en temas de administración y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispensa a la presente.

Atentamente.



Henry Bradi Yupanqui Quispe
DNI 45582675

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

Definición Conceptual

Johnson (2006) da en definición a la dirección estratégica como la búsqueda de ubicar y centrarse de las acciones en el logro de la posición estratégica de las organizaciones, mediante elecciones estratégicas a largo plazo.

Definición Operacional

La dirección estratégica se va medir por las dimensiones establecidas por Johnson (2006) que son: posición estratégica, elección estratégica y estrategia puesta en acción, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 1: Posición estratégica

Las empresas en entornos más favorables tendrán mejores rendimientos que aquellas que están en entornos menos atractivos. Así el desarrollo de la estrategia consiste en identificar oportunidades en el entorno y desarrollar capacidades estratégicas para aprovechar dichas oportunidades. Las organizaciones tienen partes interesadas (accionistas, consumidores, empleados o tal vez el Gobierno) que tienen expectativas sobre la organización y que pueden ejercer una influencia y poder considerable sobre las estrategias. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 85, 2006)

Dimensión 2: Elección estratégica

Se ocupa de las decisiones sobre el futuro de una organización y de la forma de responder a las diferentes presiones e influencias. Como también se tiene en cuenta la necesidad del traslado de la estrategia al entorno donde se desempeña la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 259, 2006)

Dimensión 3: Estrategia puesta en acción.

Procesos y relaciones cotidianas que existen en las organizaciones y que se debe gestionar que la acción estratégica sea acorde con la estrategia buscada. La aplicación nuevas estrategias puede incidir en cambios significativos para la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 412, 2006)

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Definición conceptual

Es la presencia de ciclos de negocios cada vez más cortos a nivel internacional y la actualización del modelo económico y de desarrollo social plantean un desafío para las empresas con respecto a la elevación de la competitividad empresarial (Sarmiento y Delgado, 2021 – Dimensiones y variables de la competitividad)

Definición operacional

La competitividad empresarial se va medir por las dimensiones determinadas por las dimensiones establecidas por Sarmiento y Delgado (2021) que son: cliente – mercado, económica – financiera, y técnicas de competitividad, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 4: Cliente – mercado

Refiere a la información sobre la cartera de proveedores y clientes, niveles de satisfacción y la participación en el mercado nacional e internacional

Dimensión 5: Económico - financiero

Son los resultados de rendimiento de la organización, márgenes de rentabilidad, dinámica de los componentes de inversión, así como su nivel de producción.

Dimensión 6: Técnicas de competitividad

Se divide en dos aspectos, el primero comprende la tecnología e innovación que va realizar el análisis de avance de desarrollo tecnológico, el ritmo de innovación de productos y servicios; mientras que el segundo aspecto comprende el nivel técnico – productivo, en donde se va realizar el análisis de equipamiento tecnológico y sus características.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

V A R I A B L E	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
D I R E C C I O N E S T R A T E G I C A	Posición estratégica	Entorno	1.- La parte directiva busca involucrarse con los métodos estratégicos frente a al entorno que los rodea.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalmente= 3 Frecuentemente= 4 Muy frecuentemente= 5
		Capacidad estratégica	2.- Considera que la organización usa frecuentemente estrategias de ventaja competitiva frente a los competidores.	
		Expectativas y propósitos	3.- En la organización se práctica los valores y principios éticos frente a las relaciones con las partes interesadas (cultura organizacional)	
	Elección estratégica	Estrategias de negociación.	4.- La organización satisface las necesidades comerciales de los clientes y/o usuarios.	
		Nivel corporativa e internacional.	5.- Se está generando valor agregado comercial para el mercado nacional para desarrollarlo internamente.	
		Direcciones y métodos de desarrollo.	6.- La organización está aplicando estrategias de lanzamiento de nuevos productos y diversificándolos para el ingreso de nuevos mercados.	
	Estrategia puesta en acción	Organizar	7.- Se está realizando la planificación organizacional para la motivación de los socios para crear relaciones internas y externas.	
		Potenciar	8.- La organización desarrolla procesos de tecnología en la transformación de productos.	
		Cambio estratégico.	9.- Se desarrolla los cambios de estrategias y otras tácticas de comunicación en el mercado.	

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

V A R I A B L E	D I M E N S I O N	I N D I C A D O R	Í T E M S	N I V E L E S O R A N G O S
C O M P E T I V I D A D E M P R E S A R I A L	C l i e n t e - M e r c a d o	P r o v e e d o r y c l i e n t e	10.- Existe una buena relación comercial entre el proveedor y cliente.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalment e= 3 Frecuentement e= 4 Muy frecuentement e= 5
		N i v e l d e s a t i s f a c c i o n	11.- Se logra satisfacer las demandas del cliente en su totalidad	
		P a r t i c i p a c i o n e n e l m e r c a d o n a c i o n a l e i n t e r n a c i o n a l	12.- Considera que la empresa está preparada para la participación de nuevos mercados nacionales e internacionales	
	E c o n ó m i c a - F i n a n c i e r a	I n d i c a d o r e s	13.- Considera que la asociación maneja indicadores financieros para medir su situación económica.	
		F i n a n z a s	14.- Según su percepción es adecuada los procesos contables en las finanzas de la asociación.	
		P r o d u c t i v i d a d	15.- Según su apreciación es óptima el nivel de productividad en la asociación.	
	T é c n i c a s d e c o m p e t i t i v i d a d	T e c n o l o g í a e i n n o v a c i o n d e p r o d u c t o s y s e r v i c i o s	16.- Considera que se está desarrollando tecnologías nuevas para la innovación en la organización.	
		E f i c i e n c i a.	17.- Según su criterio es eficiente la eficiencia en los procesos comerciales de la asociación.	
		C a p a c i d a d i n s t a l a d a.	18.- La organización cuenta con capacidad instalada para satisfacer las demandas del mercado.	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Cumple con los criterios establecidos. _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable[]

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Leidy Lucia Méndez Gutiérrez

DNI: 46215770

Especialidad del validador: Lic. En Administración

Empresa: Universidad César Vallejo

Cargo: Docente de Tesis

Correo electrónico: Lmendezgut@ucvvirtual.edu.pe

Celular: +51967176092



**Miembro del Jurado Evaluador
CLAD - N°29956**

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 8. Validación juicio de experto 3

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): Lic. Merly Rojas Vila

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de pregrado de la Universidad Cesar Vallejo, filial Ate Vitarte, requiero validar el instrumento con el cual se recogerá la información necesaria para poder desarrollar la investigación.

El título del proyecto de investigación es: "Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao Otari's, Pichari – La Convención – Cusco, 2023." Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia en temas de administración y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que se le hace llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispensa a la presente.

Atentamente,



Henry Bradl Yupanqui Qulspo
DNI 45582675

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

Definición Conceptual

Johnson (2006) da en definición a la dirección estratégica como la búsqueda de ubicar y centrarse de las acciones en el logro de la posición estratégica de las organizaciones, mediante elecciones estratégicas a largo plazo.

Definición Operacional

La dirección estratégica se va medir por las dimensiones establecidas por Johnson (2006) que son: posición estratégica, elección estratégica y estrategia puesta en acción, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 1: Posición estratégica

Las empresas en entornos más favorables tendrán mejores rendimientos que aquellas que están en entornos menos atractivos. Así el desarrollo de la estrategia consiste en identificar oportunidades en el entorno y desarrollar capacidades estratégicas para aprovechar dichas oportunidades. Las organizaciones tienen partes interesadas (accionistas, consumidores, empleados o tal vez el Gobierno) que tienen expectativas sobre la organización y que pueden ejercer una influencia y poder considerable sobre las estrategias. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 85, 2006)

Dimensión 2: Elección estratégica

Se ocupa de las decisiones sobre el futuro de una organización y de la forma de responder a las diferentes presiones e influencias. Como también se tiene en cuenta la necesidad del traslado de la estrategia al entorno donde se desempeña la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 259, 2006)

Dimensión 3: Estrategia puesta en acción.

Procesos y relaciones cotidianas que existen en las organizaciones y que se debe gestionar que la acción estratégica sea acorde con la estrategia buscada. La aplicación nuevas estrategias puede incidir en cambios significativos para la organización. (Scholes, Johnson & Whittington, Dirección estratégica – pág. 412, 2006)

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Definición conceptual

Es la presencia de ciclos de negocios cada vez más cortos a nivel internacional y la actualización del modelo económico y de desarrollo social plantean un desafío para las empresas con respecto a la elevación de la competitividad empresarial (Sarmiento y Delgado, 2021 – Dimensiones y variables de la competitividad)

Definición operacional

La competitividad empresarial se va medir por las dimensiones determinadas por las dimensiones establecidas por Sarmiento y Delgado (2021) que son: cliente – mercado, económica – financiera, y técnicas de competitividad, mediante instrumento de cuestionario de escala Likert

Dimensiones

Dimensión 4: Cliente – mercado

Refiere a la información sobre la cartera de proveedores y clientes, niveles de satisfacción y la participación en el mercado nacional e internacional

Dimensión 5: Económico - financiero

Son los resultados de rendimiento de la organización, márgenes de rentabilidad, dinámica de los componentes de inversión, así como su nivel de producción.

Dimensión 6: Técnicas de competitividad

Se divide en dos aspectos, el primero comprende la tecnología e innovación que va realizar el análisis de avance de desarrollo tecnológico, el ritmo de innovación de productos y servicios; mientras que el segundo aspecto comprende el nivel técnico – productivo, en donde se va realizar el análisis de equipamiento tecnológico y sus características.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 01: DIRECCION ESTRATEGICA

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
DIRECCION ESTRATEGICA	Posición estratégica	Entorno	1.- La parte directiva busca involucrarse con los métodos estratégicos frente a al entorno que los rodea.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalmente= 3 Frecuentemente= 4 Muy frecuentemente= 5
		Capacidad estratégica	2.- Considera que la organización usa frecuentemente estrategias de ventaja competitiva frente a los competidores.	
		Expectativas y propósitos	3.- En la organización se práctica los valores y principios éticos frente a las relaciones con las partes interesadas (cultura organizacional)	
	Elección estratégica	Estrategias de negociación.	4.- La organización satisface las necesidades comerciales de los clientes y/o usuarios.	
		Nivel corporativa e internacional.	5.- Se está generando valor agregado comercial para el mercado nacional para desarrollarlo internacionalmente.	
		Direcciones y métodos de desarrollo.	6.- La organización está aplicando estrategias de lanzamiento de nuevos productos y diversificándolos para el ingreso de nuevos mercados.	
	Estrategia puesta en acción	Organizar	7.- Se está realizando la planificación organizacional para la motivación de los socios para crear relaciones internas y externas.	
		Potenciar	8.- La organización desarrolla procesos de tecnología en la transformación de productos.	
		Cambio estratégico.	9.- Se desarrolla los cambios de estrategias y otras tácticas de comunicación en el mercado.	

Variable 02: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	NIVELES O RANGOS
C O M P E T I V I D A D E M P R E S A R I A L	Cliente - Mercado	Proveedor y cliente	10.- Existe una buena relación comercial entre el proveedor y cliente.	Nunca= 1 Casi nunca= 2 Ocasionalment e= 3 Frecuentement e= 4 Muy frecuentement e= 5
		Nivel de satisfacción	11.- Se logra satisfacer las demandas del cliente en su totalidad	
		Participación en el mercado nacional e internacional	12.- Considera que la empresa está preparada para la participación de nuevos mercados nacionales e internacionales	
	Económica - Financiera	Indicadores	13.- Considera que la asociación maneja indicadores financieros para medir su situación económica.	
		Finanzas	14.- Según su percepción es adecuada los procesos contables en las finanzas de la asociación.	
		Productividad	15.- Según su apreciación es óptima el nivel de productividad en la asociación.	
	Técnicas de competitividad	Tecnología e innovación de productos y servicios	16.- Considera que se está desarrollando tecnologías nuevas para la innovación en la organización.	
		Eficiencia.	17.- Según su criterio es eficiente la eficiencia en los procesos comerciales de la asociación.	
		Capacidad instalada.	18.- La organización cuenta con capacidad instalada para satisfacer las demandas del mercado.	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Cumple con los requisitos establecidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. Merly Rojas Vila

DNI: 48631597

Especialidad del validador: Lic. En Administración

Empresa: Municipalidad Distrital de Pichari – La Convención - Cusco

Cargo: Administradora gerencia proyectos de inversión. (articulación comercial)

Correo electrónico: Merlyrojasvila_22@hotmail.com

Celular: +51960068940



Lic. MERLY ROJAS VILA
CLAD – N° 38772

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 9. Carta para realizar investigación



Universidad
César Vallejo

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Lima, 31 de julio de 2023

Señor(a)
Yudith Quispe Paredes
Presidenta
Asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao Otari's
Jr Camisea MZ Y3, lote 30 sector, Mariscal Cáceres, Pichari

Asunto: Autorización para realizar una investigación

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para saludarle cordialmente a nombre de la Universidad Cesar Vallejo Campus Ate y a mí propio; deseándole continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

La presente tiene como fin solicitar su autorización, a fin que el(la) Bach YUPANQUI QUISPE, HENRY con DNI 45582675, del Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Profesional de Administración perteneciente al Programa de Titulación, pueda ejecutar su investigación en la institución que pertenece a su digna Dirección. Así mismo, de resultar favorable su permiso, agradeceré brindarle las facilidades correspondientes a este propósito.

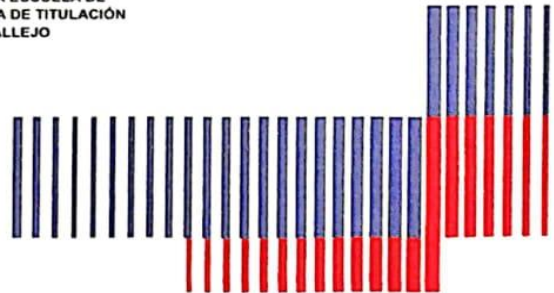
Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración a su persona.

Atentamente,

Dr. Omar Bullón Solís
COORDINADOR NACIONAL DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN EN EL PROGRAMA DE TITULACIÓN
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

cc: Archivo PTUN.

www.ucv.edu.pe



Anexo 10. Carta de autorización para realizar investigación



ASOCIACION AGROINDUSTRIAL DE MUJERES PRODUCTORAS DE CACAO Y CAFE DEL VRAEM
PRESIDENCIA

RUC: 20605228489 Y PARTIDA N° 1110204

Pichari, 28 de agosto del 2023.

CARTA N° 026 – 2023 - AAMPCCO-VRAEM/JRQP-P

Señor:

Dr. OMAR BULLÓN SOLIS

Coordinador Nacional de la escuela de administración Universidad Cesar Vallejo


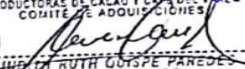
ASUNTO: Autorización para realizar proyecto de investigación de Administración.

Es grato a usted para saludarlo cordialmente a nombre de la "Asociación agroindustrial de mujeres productoras de café y cacao del vraem Otari's "y de mi parte, que la iniciativa del **Bach. HENRY BRADI YUPANQUI QUISPE**, DNI N° 45582675, que ha elegido nuestra organización para la elaboración de su proyecto de tesis de Administración, que va ayudar, proporcionar, fortalecer y mejorar las estrategias que se van realizando en cuanto a la comercialización de granos de cacao a nivel nacional y más adelante poder realizar la exportación a nuevos mercados internacionales de nuestro producto.

Por tal motivo se autoriza al **Bach. HENRY BRADI YUPANQUI QUISPE**, realice la investigación titulada "DIRECCION ESTRATEGICA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL PARA LA EXPORTACION DE GRANOS DE CACAO DE LA ASOCIACION AGROINDUSTRIAL DE MUJERES PRODUCTORAS DE CAFÉ Y CACAO OTARI'S, PICHARI – LA CONVENCION – CUSCO, 2023", para que pueda optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas, también para que la investigación realizada en nuestra asociación quede como precedentes de información a posteriores labores educativas.

Sin mas asuntos a tratar me suscribo ante usted no sin antes expresarle los sentimientos de mi mayor consideración y estima.

Atentamente


ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL DE MUJERES
PRODUCTORAS DE CACAO Y CAFE DEL VRAEM
COMITÉ DE ADQUISICIONES

RUTH QUISPE PAREDES
DNI: 43481020
PRIMER RESPONSABLE


ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL DE MUJERES
PRODUCTORAS DE CACAO Y CAFE DEL VRAEM
COMITÉ DE ADQUISICIONES

EDITH SAICO ESCOBAR
DNI: 47502835
SEGUNDO RESPONSABLE


ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL DE MUJERES
PRODUCTORAS DE CACAO Y CAFE DEL VRAEM
COMITÉ DE ADQUISICIONES

DAGOBERTO HUAMAN MALLQUI
DNI: 725249995
TERCER RESPONSABLE


ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL DE MUJERES
PRODUCTORAS DE CACAO Y CAFE DEL VRAEM

RUTH QUISPE PAREDES
DNI: 43481020
PRESIDENTA

Anexo 11. Panel fotográfico de encuesta a socias Asociación Otari's



Pichari – La Convención – Cusco. 10 de octubre 5:00 pm.



Pichari – La Convención – Cusco. 10 de octubre 5:00 pm.



Pichari – La Convención – Cusco. 10 de octubre 5:00 pm.



Pichari – La Convención – Cusco. 10 de octubre 5:00 pm



Pichari – La Convención – Cusco. 11 de octubre 8:00 pm

Anexo12. Resultados Encuesta.

N°	Dirección estratégica									Competitividad empresarial									TOTALES							
	Posición estratégica			Elección estratégica			Estrategia puesta en acción			Cliente-mercado			Económica-financiera			Técnicas de competitividad			V1	V2	D1	D2	D3	D4	D5	D6
	PE_1	PE_2	PE_3	EE_4	EE_5	EE_6	EP_7	EP_8	EP_9	CM_1	CM_2	CM_3	EF_4	EF_5	EF_6	TC_7	TC_8	TC_9								
1	4	5	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	33	32	13	8	12	10	11	11
2	2	2	1	3	2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	26	34	5	8	13	12	11	11
3	3	2	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	20	19	8	5	7	7	5	7
4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	31	28	13	9	9	8	9	11
5	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	29	33	9	10	10	11	11	11
6	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3	4	31	33	10	10	11	11	12	10
7	5	4	4	4	5	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	33	32	13	13	7	11	10	11
8	3	4	5	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	26	28	12	7	7	9	8	11
9	4	3	3	1	2	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	24	27	10	5	9	10	9	8
10	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	4	3	3	2	2	20	23	7	6	7	6	10	7
11	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	30	28	9	10	11	8	11	9
12	3	4	2	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	28	32	9	10	9	10	11	11
13	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	32	36	10	11	11	13	10	13
14	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	28	37	11	8	9	11	13	13
15	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	35	35	10	13	12	11	13	11
16	1	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	2	1	2	1	1	4	4	18	20	5	5	8	7	4	9

17	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	31	30	11	9	11	11	8	11	
18	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	32	32	10	11	11	11	10	11	
19	2	2	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	27	32	8	9	10	11	10	11	
20	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	26	30	7	10	9	8	11	11	
21	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	32	37	10	10	12	13	13	11	
22	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	26	32	8	9	9	11	11	10	
23	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	37	36	11	14	12	10	13	13	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	27	32	9	9	9	11	11	10	
25	3	2	2	2	4	2	2	4	4	2	5	3	3	3	4	4	4	3	25	31	7	8	10	10	10	11	
26	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	3	3	3	29	31	10	9	10	10	12	9	
27	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	31	33	9	12	10	11	11	11	
28	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	3	30	32	10	9	11	10	12	10	
29	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	24	30	9	7	8	10	10	10	
30	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	5	3	5	3	2	29	31	9	9	11	9	12	10	
31	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	28	28	9	10	9	10	9	9	
32	4	4	3	3	3	3	1	2	3	5	3	4	3	4	3	4	4	2	26	32	11	9	6	12	10	10	
33	3	5	3	4	2	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	29	32	11	10	8	11	11	10	
34	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	30	31	10	9	11	9	10	12	
35	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	3	35	38	9	13	13	12	14	12	
36	3	4	4	3	4	4	2	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	32	11	11	11	11	11	10

37	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	28	30	9	10	9	9	10	11	
38	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4	28	27	9	9	10	10	8	9	
39	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	27	29	8	9	10	8	11	10	
40	3	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	28	29	9	10	9	9	9	11	
41	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	28	34	9	9	10	11	12	11	
42	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	28	30	9	10	9	10	9	11
43	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	27	30	10	7	10	9	10	11
44	3	3	5	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	27	28	11	8	8	10	9	9	
45	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	28	31	8	11	9	10	10	11	
2	3	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	3	3	18	20	7	6	5	5	7	8	
47	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	4	20	30	6	8	6	9	10	11
48	3	3	2	3	5	3	4	3	4	4	4	2	2	4	3	4	3	2	4	30	28	8	11	11	8	11	9
49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	5	4	28	28	9	9	10	9	8	11
50	2	3	4	2	2	4	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	5	24	32	9	8	7	11	9	12	
51	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	26	29	7	9	10	9	10	10
52	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	27	31	7	11	9	9	11	11	
53	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	24	33	8	8	8	11	11	11	
54	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	29	33	10	9	10	11	11	11	
55	4	3	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	37	39	10	14	13	10	15	14	
56	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	3	41	36	13	14	14	11	12	13

57	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	3	4	18	20	5	7	6	7	5	8
58	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	30	31	11	10	9	11	11	9
59	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	27	30	9	9	9	11	10	9
60	3	1	1	1	2	2	1	3	1	5	3	2	1	2	2	2	1	2	15	20	5	5	5	10	5	5
61	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	26	27	8	10	8	9	9	9
62	3	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	3	37	35	12	12	13	12	12	11
63	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	27	29	9	8	10	11	9	9
64	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	29	31	10	11	8	10	10	11
65	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	17	20	5	5	7	7	5	8
66	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	26	32	10	8	8	10	12	10
67	1	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	1	2	4	20	20	5	6	9	7	6	7



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, INFANTE TAKEY HENRY ERNESTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Dirección estratégica y competitividad empresarial para la exportación de granos de cacao de la asociación Otari's, Pichari - Cusco 2023", cuyo autor es YUPANQUI QUISPE HENRY BRADI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 27 de Marzo del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
INFANTE TAKEY HENRY ERNESTO DNI: 07926119 ORCID: 0000-0003-4798-3991	Firmado electrónicamente por: HINFANTE el 02-04- 2024 01:21:29

Código documento Trilce: TRI - 0741237