



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Asociatividad empresarial y la exportación directa de la  
artesanía cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Administración**

**AUTORAS:**

Gutierrez Andia, Ana Maria (ORCID: 0000-0002-4888-6985)

Rodriguez Mendoza, Yovana Melisa (ORCID: 0000-0001-9444-7126)

**ASESOR:**

Dr. García Yovera, Abraham José (ORCID: 0000-0002-5851-1239)

**LINEA DE INVESTIGACION:**

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

### **Dedicatoria**

A Dios por ser mi fortaleza y fuente de apoyo, A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos. A mi pareja por el apoyo incondicional para seguir con mi proyecto y a mi hija Ximena por ser la fuente de mi inspiración para crecer en lo profesional y personal.

Ana María Gutiérrez Andia

La presente investigación está dedicada primeramente a Dios por su fortaleza, a mis padres por su absoluto apoyo y esfuerzo, Haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se les debo a ellos entre los que se incluye este. La motivación constantemente para alcanzar mis anhelos.

Yovana Melisa Rodríguez Mendoza

## **Agradecimiento**

El presente trabajo de tesis primeramente agradezco a Dios por bendecirme y hacer realidad este sueño anhelado. A la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de realizar mi tesis y ser un profesional. A mi asesor de tesis, Dr. García Yovera, Abraham Jose por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mi tesis con éxito.

Ana María Gutiérrez Andia

Agradezco a Dios por la gran oportunidad de vida, haciendo que pueda supera cada objetivo en el camino. A mis padres por el apoyo incondicional durante la etapa de mi vida y carrera. Al Dr. García Yovera, Abraham José, por su paciencia y sus sabios consejos para la presente investigación.

Yovana Melisa Rodríguez Mendoza

## Índice de Contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	1
III. METODOLOGÍA .....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalizacion .....	4
3.3. Población, muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	13
3.5. Procedimientos.....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos .....	14
IV. RESULTADOS .....	15
V. DISCUSION .....	19
VII. RECOMENDACIONES .....	24
REFERENCIAS .....	25
ANEXOS .....	29

## Índice de Tablas

Tabla 1 Asociatividad empresarial y exportacion directa.....	12
Tabla 3 Relación de expertos en validación.....	13
Tabla 4 Tabla cruzada para las variables: alianzas estratégicas y venta directa. .....	15
Tabla 5 Tabla cruzada para las variables: Join venture y la venta a través del importador. ....	16
Tabla 6 Tabla cruzada para las variables: núcleos empresariales y venta por filial.....	17
Tabla 7 Tabla cruzada para las variables: Asociatividad empresarial y exportación directa. ....	18
Tabla 8 Matriz de consistencia.....	29
Tabla 9 Baremo para interpretar el coeficiente de confiabilidad de alfa de crombach.....	38
Tabla 10 Confiabilidad de Cronbach para la variable 1: Asociatividad empresarial.....	38
Tabla 11 Confiabilidad de Cronbach para la variable 2: Exportación directa ...	38
Tabla 12 Hipótesis estadística.....	38
Tabla 13 Prueba de normalidad para las variables .....	39
Tabla 14 Estándares de coeficiente de correlación por rangos de Spearman.	39

## Resumen

La investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021; el tipo y diseño de investigación fue aplicada, descriptivo, correlacional de corte transversal. La población estuvo conformada por 140 artesanos y una muestra de 103 artesanos del distrito de Quinua. Para el procedimiento de recolección se usó el análisis exploratorio en los artesanos del distrito de Quinua, para evaluar los variables de investigación se realizó una encuesta, Fue validado por el juicio de 3 expertos. Los resultados obtenidos de la encuesta fueron procesados por el programa estadístico SSPS versión 25. Asimismo, el coeficiente de Spearman fue de 0.882 donde se afirma que existe un grado de correlación positiva muy fuerte y su Sig. Bilateral es 0.000 y de acuerdo a la regla de decisión para un Sig.  $0.00 \leq 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, existe una relación positiva entre las dos variables asociatividad empresarial y exportación directa. Concluyendo para tener una actividad artesanal activa los artesanos del distrito de Quinua necesariamente se tienen que asociarse empresarialmente para realizar la exportación directa hacia los diferentes mercados internacionales.

**Palabras clave:** Asociatividad empresarial, ingresos, exportación directa

## **Abstract**

The research aims to determine the relationship between business association and direct export of crafts from the District of Quinoa, Ayacucho 2021; the type and design of the research was applied, descriptive, correlational, cross-sectional. The population consisted of 140 artisans and a sample of 103 artisans from the Quinoa district. For the collection procedure, the exploratory analysis was used in the artisans of the Quinoa district, to evaluate the research variables a survey was carried out, it was validated by the judgment of 3 experts. The results obtained from the survey were processed by the statistical program SSPS version 25. Likewise, the Spearman coefficient was 0.882 where it is stated that there is a very strong degree of positive correlation and its Bilateral Sig. Is 0.000 and according to the rule of decision for a Sig.  $0.00 \leq 0.05$  the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. Therefore, there is a positive relationship between the two variables business associativity and direct export. Concluding, in order to have an active artisanal activity, the artisans of the Quinoa district necessarily have to associate themselves with businesses to carry out direct exports to different international markets.

**Keywords;** business associativity, income, direct export

## I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación analizaremos temas relacionados a asociatividad empresarial y exportación directa de la artesanía cerámica del Distrito de Quinua, entendiendo que una adecuada agrupación empresarial de cualquier tipo de negocio en la actualidad contribuye satisfactoriamente a mayor competitividad.

Naclerio y Trucco, (2015) indican que una estrategia asociativa permite a las empresas a desenvolverse e incorporar tecnologías a través de un proceso de aprendizaje participativo, esto de manera independiente sin afectar su constitución jurídica la asociatividad es de manera voluntaria.

Cogollo y Arrieta, (2014) mencionan que los modelos asociativos son muy importantes porque aportan en la generación de empleos y otros beneficios mediante la unión de los participantes del grupo. Asimismo, permite convenios directos e indirectos con instituciones y organizaciones, también permite a los empresarios a conseguir beneficios tanto en su proceso productivo y en el proceso de la negociación.

Vaca, ronquillo, Fajardo y Ruiz, (2016) comentan que la asociatividad en las microempresas es una alianza que beneficia en la mejora económico de los integrantes, social ya que los participantes tendrán mayor acceso a los múltiples consumidores y en el ámbito productivo porque su producción va tener un aumento determinando en las ventas y la voluntad para colaborar en equipo, conformando clústers, grupos o asociaciones en el cual se tendrían la compra de sus adquisiciones más accesibles.

Cataluña, (2016), señala que la exportación es como un proceso asociado mediante el cual deciden cuándo, cómo y dónde la empresa va a desarrollar el transcurso de exportación. En esta actividad integran, factores de tipo interno, como de caracteres personales asociados a las cualidades, responsabilidad como exportador, de tipo organizacional, como son los recursos sujetos a la experiencia y a la organización.

Gómez y Cristóbal (2014), la exportación directa consiste en el trato directamente con el importador teniendo una finalidad de minimizar los riesgos que se presenten en el proceso de la exportación de diferentes bienes o servicios.

Zambrana (1995) la exportación directa requiere de un lugar específico en el mercado internacional para poder vender sus productos y así poder transar directamente con el mercado internacional, al tener contacto directo con el comprador extranjero el exportador tiene mayor inspección sobre la mercantilización de sus bienes. Entonces, podemos decir que la asociatividad y la exportación directa es de mayor importancia lo que significa para lograr la exportación deberían de asociarse. Lamentablemente, debido a la falta de información y poco apoyo por parte del estado e instituciones y demás instituciones, la asociatividad en los productores es un tema que ha sido de poca relevancia y aplicación. Perea, (2014).

Nuestra realidad problemática local tiene base en el estudio de organizaciones artesanales que enfrenta una serie de problemas, a pesar de ser una de las actividades económicas potenciales del distrito muchos de ellos no se adaptan a las exigencias de mercado que requiere artesanía utilitaria, pero con ciertos estándares de calidad; diseño, tamaño, consistencia, modelos, tipos, etc. Toda esta situación va generando desventajas y estancamiento el cual no permite lograr una exportación directamente por falta de organización los productores artesanales beneficiando más a las empresas intermediarias de venta local y al mercado nacional. Tampoco estos artesanos vienen siendo capacitados en planes y proyectos de exportación, limitando su capacidad de identificación de mercados, nunca hacen su análisis FODA. Por tanto, esta investigación demostrará la relación de la asociatividad en sus diferentes formas en la exportación directa de la venta de las artesanías, de esta manera será útil esta investigación porque facilita habilidad y así lograr bienestar en los diferentes ámbitos como social, económico, cultural y humano de los artesanos.

Se estableció el siguiente problema de manera general ¿Cuál es la relación entre la asociatividad empresarial y la exportación, directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021? Los específicos; ¿Cuál es la relación en alianzas estratégicas con la venta directa en las artesanías del distrito de quinua Ayacucho?, ¿Cuál es la relación del Joint venture y la venta del importador?, ¿Cuál es la relación en núcleos empresariales y la venta por filiales?

El desarrollo de esta investigación se justifica de manera teórica, debido a que influirá en el ámbito del conocimiento de las dos variables de estudio. De

manera práctica, porque la información generada ayudará a resolver los problemas que dan base a esta investigación, permitiendo a los artesanos constituir asociaciones para la exportación directa de sus productos. Metodológicamente, como resultados de la presente investigación pretendemos aportar al conocimiento que ayuden a mejorar las estrategias de asociatividad empresarial para insertar con facilidad los productos artesanales al mercado internacional Y, Socialmente porque los grupos sociales beneficiarios constituirán propietarios de talleres artesanos, sus trabajadores, sus clientes, instituciones u organizaciones promotoras de esta actividad.

El Objetivo general: Determinar la relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021. Y los específicos: Identificar la relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa; Identificar la relación del joint venture y la venta a través del importador; Identificar la relación de los núcleos empresariales y la venta por filial.

El planteamiento de nuestras hipótesis según Bernal (2016) viene a ser una explicación de un supuesto que consiste en aprobar o desaprobar una problemática. Hipótesis general: H0: No existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021, Ha: Si existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021. Las específicas: Ha: Si existe relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021, Ha: Si existe relación entre join venture y la venta a través del importador de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021 y Ha: Si existe relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional, Florez y Cortes, (2018) en su trabajo de investigación: Habilidades para incentivar la proyección internacional del sector artesanal colombiano, Colombia. Presenta como su objetivo principal precisar las habilidades que se necesitan para lograr e incentivar las proyecciones de manera internacional en el sector artesanal colombiano como industria cultural y creativa a partir del resultado que ha dejado está en otros países. La metodología de investigación utilizada en la presente precisa un diseño no experimental, teniendo un alcance de investigación descriptiva para una buena adquisición de informaciones, tomando fuentes secundarias de información para poder lograr el desarrollo de la investigación. Se concluye que el sector artesanal contribuye al desarrollo del país, siendo en este caso Colombia, pudiendo lograr modernizar la economía de hoy en día. Aun se requiere que se le un grado de importancia mayor para poder lograr un mayor desarrollo en el sector, pudiendo así poder globalizar el mercado, dando una mayor importancia a los productos que se fabrican en el país.

Mejia, (2011) en su trabajo de investigación: “Asociatividad Empresarial a modo Estratégica hacia la Internacionalización De Las Pyme”, Ecuador. Cuyo objetivo consiste en proveer una oferta significativa que consiente perfeccionar la competitividad de los mercados y estimular el proceso de la internacionalización de las PYME ecuatorianas. La metodología que se utiliza en la investigación son los métodos de estudio de casos, tanto cuantitativos como cualitativos; y estos son; documentos, entrevistas y observación de los colaboradores e instalaciones u objetos físicos. Se llegó a la conclusión que Las PYME efectúan sus actividades en un mercado globalizado formado por cambios tecnológicos, que presentan retos a las PYME y también brinda oportunidades empresariales a todos los negociantes, entre las ventajas que se tiene al aplicar la asociatividad es el perfeccionamiento de canales de distribución directos que formen una apariencia fuerte y en donde se avala que el bien llega al cliente con una buena calidad, con precios competitivos y con servicios de posventa ajustados al cliente.

Tovar, (2017) en su investigación: La Asociatividad como parte de una estrategia para mejorar la competitividad de los Productores pe Ñame del

Departamento de Sucre” Cartagena de indias Colombia, el objetivo consiste en proponer elementos que establezcan la disposición estratégica al interior de las organizaciones productoras y que accedan perfeccionar las condiciones de competitividad. La metodología de investigación es cualitativa ya que tiene como plan la descripción de los caracteres de una anómala, se inicia inductivamente partiendo de la investigación de la realidad. La conclusión que se alcanzó consiste en que la asociatividad es una estrategia donde se puede mejorar la economía de los mismos, social ya que va aumentar la capacidad de los productores en temas competitivos y para poder lograr se debe desarrollar las siguientes medidas principales como son la certificación, ser insistente ante las diferentes instituciones del estado, reducir los costos de fabricación, tener una buena cultura y ampliar el dominio de diferentes negociaciones.

En el ámbito nacional, Alva y Diestra (2018) en su trabajo de investigación titulada La asociatividad como una ocasión para lograr la realización de la exportación en el sector de la Artesanía textil de Santiago de Chuco – 2018 se tienen como objetivo principal, estudiar las ventajas que genera la asociatividad para tener mayores oportunidades en el rubro de las exportaciones, las herramientas utilizadas son las encuestas y la guía de observación llegando a ser aplicadas en una muestra de 10 participantes de la misma asociación para investigar las ventajas que se puedan presentar y así llegar a ser una asociación y conocer cuáles son las que tienen y también demostrar que habilidades les faltan así como también conocer el volumen de producción de los artesanos; como otra técnica de trabajo se realizó con la finalidad de conocer cuáles son las necesidades del cliente exterior para su posible compra. A modo de una conclusión se ha llegado a conseguir que la asociatividad viene a ser una oportunidad muy factible para lograr las exportaciones de la artesanía textil, de la misma manera falta fortalecer las capacitaciones, el desconocimiento de muchas informaciones con respecto a la asociación “Los Chucos”, y que el propósito de la misma asociación en temas de exportación sería un triunfo.

Gutiérrez, (2017) en su trabajo sobre los Componentes que obstaculizan La Asociatividad Para poder realizar una efectiva exportación de la Palta Hass en el Centro Poblado Buenavista - Chao, La Libertad – 2017, cuyo objetivo que se tiene es determinar cuáles son los componentes que restringen para una buena Asociatividad y así poder lograr la exportación de la palta Hass en el

Centro Poblado de Buenavista - Chao, La Libertad – 2017, la metodología de investigación utilizada es no experimental, transversal, se utilizó en la investigación la encuesta a manera de una técnica para recoger los datos; los resultados que se llegaron a obtener nos dan a conocer que se han precisado las deficiencias y limitaciones del sector que no se han podido superar las diferentes faltas las cuales vienen a ser; asistencia técnica, cultura operacional, la sencillez y comunicación, la actividad agrícola y esto se presenta como un impedimento para lograr realizar una Asociatividad, a de igual forma los participantes no están en ninguna asociación del sector de palta debido a estas problemáticas que se vieron y no están convencidos de conformar o llegar a ser parte de una Asociatividad, las razones que nos pudieron mostrar nos dan a entender que el 49% de la población dedicada a la agrícola han indicado su posibilidad y acuerdo de formar parte de una Asociatividad, los motivos de asociarse es segmento indispensable por parte de los cultivadores.

Quispe, (2020) en su investigación “Influencia de la Asociatividad en los Productores de Hongo Deshidratado del Centro Poblado de Porcón, Para la Exportación al Mercado de Canadá, 2021” Cajamarca 2020, como objetivo principal es determinar la influencia de la Asociatividad en los fabricantes de Hongo deshidratado del centro Poblado de Porcón, para su pronta exportación al mercado de Canadá en el año 2021. Tipo de investigación es descriptiva del diseño no experimental, se realizó la encuesta y se aplicó a los productores del hongo deshidratado del centro poblado de Porcón – Cajamarca. El resultado de la investigación ejecutada se obtuvo que los productores del hongo deshidratado actualmente no están dentro de ninguna asociación, ellos son productores independientes, desconocen los requisitos y procesos de exportación, nunca han llegado a exportar el hongo deshidratado, solo venden en mercados locales.

En el ámbito local, Paredes y Quispe, (2020) en su tesis influencia de la Asociatividad Empresarial como la Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanal de la Región Ayacucho - Perú Periodo 2014 – 2018, se ha tenido como objetivo analizar la influencia de la asociatividad empresarial como parte de una estrategia de exportación de las MYPES del sector Artesanía en la Región Ayacucho - Perú periodo 2014 - 2018. El tipo de investigación es aplicada y las variables utilizadas para los análisis siguientes. Además, se definirá la población y la muestra de estudio como las herramientas a ser

utilizados para la recolección de datos de estos. En conclusión, en el presente trabajo se ha logrado comprobar que la Asociatividad Empresarial si influye como una Estrategia de Exportación para las MYPES del Sector Artesanía de la Región de Ayacucho - Perú periodo 2014 - 2018. La metodología que se ha utilizado para la presente investigación viene a ser un enfoque mixto, no experimental, descriptivo y correlacional donde se va analizar los aspectos más importantes de las variables, las cuales son; Formalidad, Acceso al Financiamiento y Capacitación. Asimismo, la aplicación y análisis estadístico del cuestionario realizado a las 20 MYPES obteniendo como conclusión que la Asociatividad Empresarial guarda una relación positiva con las exportaciones de este sector, generando nuevos y mejores conocimientos en temas de exportación.

A continuación, se presentan las bases teóricas de nuestra primera variable:

Asociatividad Empresarial: para Pérez (2020), el concepto se basa frente a una necesidad de desarrollo económico, mejora y en la búsqueda de nuevas oportunidades del micro, pequeñas y medianas empresas frente a un nuevo mundo globalizado donde las negociaciones son más tecnológicas en el cual cada día resulta más complicado mantener la competencia y el desarrollo sostenible de las mismas. Razones por las cuales en la globalización se forman grandes alianzas económicas, sociales y políticas; no obstante, la apertura internacional va traer consigo desajustes macroeconómicos, lo cual se va ver reflejado en diferentes industrias.

Para Mincetur (2013) la asociatividad nace como una estrategia para iniciar una expansión esto con la cooperación de las pequeñas y grandes empresas, es una alianza voluntaria que realizan los micro y pequeñas empresas tanto jurídicas y naturales, también es una estrategia para competir con los diferentes mercados globalizados y las competencias que existen en el país y el exterior y se consideran diez tipos las cuales son: la subcontratación, los Joint venture ; los distritos industriales, los núcleos empresariales, pools de compras, las alianzas estrategicas, grupos de exportación, clusters, Joint venture, los redes de servicio, consorcio.

Para Rodríguez (2014) surge como uno de los elementos de organización que busca la creación de valor a través de la solución de problemas comunes

causados fundamentalmente, por falta del incremento de la producción, lo que hace muy difícil la integración de las nuevas tecnologías que existen en el mundo, la integración a nuevos mercados locales e internacionales, el ingreso a mejores condiciones económicas, productivas y el acceso a una mayor información, entre otros.

Para Gonzales (2018), es de vital importancia gracias a las nuevas formas de una asociatividad muchas empresas han logrado obtener un buen nivel de competitividad y de la misma forma confrontar los retos que se presentan en los mercados locales y/o internacionales. Además de lograr el incremento de la competitividad, nos permite desarrollar la formalización comercial y empresarial y luego promover la autogestión. En ese sentido, se recalcó que “la asociatividad va poder permitir a los productores tener una participación activa en el rubro de la negociación”. El objetivo que se busca es aumentar los ingresos es decir hacer más grande las ganancias; reducción de costos donde se baja los gastos para realizar los mismos productos; generación de empleos. Los aspectos importantes que se considera sobre la asociatividad es una estrategia colectiva, está abierto a todos los talleres que quieras participar, tiene un carácter voluntario, puede adoptar diversas formas jurídicas y de organización.

Etner (2017) la asociatividad consiste en las relaciones y redes, trabajo colaborativo y participación ciudadana lo que significa “ las personas al generar vínculos asociativos pueden ser sujetos y beneficiarios del desarrollo humano al combinar su esfuerzo individual con la acción colectiva”, las herramientas para la asociatividad consiste en el modelo de redes donde se puede unir fuerzas y generar cambios; modelo de cooperación directa donde se puede conocer con qué institución o personas se pueden trabajar.

Según Quintero (2019), las principales modalidades de asociatividad corresponden a los siguientes: Red empresarial vertical: Establecimiento de cooperación inter organizacional, Red empresarial horizontal: Agrupación de organizaciones de la misma línea de negocio, para colaborar en actividades puntuales, compitiendo en un mismo mercado. Alianzas Estratégicas: Establecimiento de acuerdos y políticas de operación, bajo una autoridad. Clúster: Concentración territorial y sectorial de las empresas; Prodes: Agrupamiento espacial de organizaciones del mismo sector productivo para compartir información.

Tipos de asociatividad: Rey (2018), puntualiza a seis de ellos tales como: Redes de cooperación, que viene a ser un conjunto de mercados que comparten información entre ellos, las **Alianza estratégica**, consiste en realizar un acuerdo que se realizan entre uno o más empresas que pactan colaborar sus recursos para alcanzar un objetivo en común. **Joint Venture**, es una forma de asociatividad en la que los socios involucrados comparten los riesgos que se presentan en el proceso de una exportación y así mismo el ingreso que generen previo una cuerda vinculada entre los integrantes. **Núcleos empresariales**: es un grupo de empresarios o personas que se dedican a una sola actividad y colaboran entre ellos para lograr sus objetivos y así ellos desarrollarse en el mundo e la competitividad, Consorcios: se da específicamente para realizar una actividad importante y se asocian con la finalidad de apoyarse y lograr sus objetivos.

A continuación, se presentan las bases teóricas de nuestra segunda variable: Exportación directa; Agrario y Riego (2020), es una de las modalidades más deseadas por todos los productores, este tipo de exportación es la estrategia más acertada e inmediata para aumentar los ingresos y conseguir un crecimiento empresarial a mediano y largo plazo.

Artal (2016) La exportación directa es cuando la empresa realiza la exportación con sus propios medios, ya sea con vendedores propios que viven en el extranjero siendo sus colaboradores de la misma empresa exportadora, las formas más comunes que se realiza son: 1. utilización de agentes o representantes donde ellos realizan la venta por delegación y son pagados mediante comisiones sobre las ventas; 2. se realiza mediante un importador donde realiza la distribución en el país de destino; 3. Mayorista, donde se adquiere el producto con descuento y se almacena en el mercado interior. 4. Creación de sucursales y filiales en el exterior donde van a ser las sedes comerciales de los productos exportados.

Midagri (S.F), es una de las características más ansiosas, donde el negociante debe manejar y ordenar todo lo que involucra un proceso de exportación iniciando en la identificación de las necesidades y llegando a culminar con la realización de la cobranza de los productos puestos en el mercado. Esto va generar una ventaja muy positiva ya que permite una mayor inspección y seguimiento de todo el proceso y de la misma forma va generar

mayor ingreso económico, un mejor trato con el cliente y el mercado meta que se va tener. Se tienen los siguientes canales de distribución: **Venta directa**, viene a ser la distribución y mercadeo de los diferentes productos que se ofertan y servicios directamente a los compradores. Consiste en un proceso de compra y venta cara a cara, se realiza utilizando la demostración de un vendedor independiente. **Venta a través de importador**, es el ingreso de mercaderías de diferentes países al territorio aduanero nacional. Consiste en la introducción de mercancías mediante un intermediario. **Venta por filial**, consiste en tener acceso a alguna unidad perteneciente a una empresa multinacional donde se agrupan actividades de diferentes industrias con la finalidad de prevenir los riesgos y maximizar sus ventas.

García (2002) se debe tener un control más estricto sobre las actividades que involucra una exportación desde el proceso de compra hasta la venta final y un mayor nivel de compromiso de sus recursos, esta modalidad de exportación tiene mayor riesgo y también tiene mayor beneficio económico ya que se va tratar directamente con los importadores. Para concretar una exportación directa se deberá aplicar los siguientes métodos o formas como son: la venta directamente a través de un vendedor, una sucursal de ventas, creación de consorcios de exportación, una gente situada en el exterior o a través de un distribuidor.

Manuera y Rodríguez (2007), es de vital importancia crear una jurisdicción de exportación para poder vender directamente a mercados extranjeras. El exportador conecta a diferentes clientes extranjeros y pone en marcha e indagación del mercadeo, la distribución física y la adquisición de las documentaciones de exportación. El contacto directo que se va generar con los compradores extranjeros da generar una ventaja al vendedor porque va tener una mayor participación sobre la comercialización de sus productos.

El Diario Exportador (2021), establece canales principales de exportación directa a los mercados internacionales: Vías agentes. Toma órdenes de compra sin responsabilidad; Vía distribuidores. Viene a ser un comerciante del mercado extranjero donde va realizar la compra al exportador para así poder comercializar los productos en el mercado extranjero en la modalidad de minorista; Minoristas. Mercadeo de los productos por parte del comprador minorista en su mercado donde opera; Venta directa a consumidores finales. Comercialización directa del exportador en el mercado extranjero directamente a los consumidores finales.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación:**

El tipo utilizado en la presente investigación fue aplicada, porque nos enfocamos en solucionar el problema planteado de nuestra investigación direccionándonos en buscar y juntar todas las informaciones necesarias para su pronta solución, ya que esto va permitir enriquecer el conocimiento de muchas personas ya sea en temas culturales o para su seguimiento en una investigación más exhaustiva. Nieto, (2018),

El alcance fue correlacional donde se va expresar la relación que va existir entre las variables que se han estudiado, se mide cada variable y luego se hace el análisis para saber si existe o no la relación de las dos variables. Ore (2015),

El diseño fue no experimental, porque se va a estudiar sin alterar ni manipular ninguna de las variables que se tienen durante la investigación. Arias (2020). Se utiliza el Corte Transversal debido a que se va obtener la información necesaria en un solo momento en el tiempo, Manterola, Quiróz, Salazar, y García (2019).

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, ya que se ha ejecutado la recolección de datos de la presente investigación para lograr validar o probar una hipótesis, esto se realizara de acuerdo a un análisis estadístico. Hernández, Fernández y Bautista (2014).

#### **3.2. Variables y operacionalización**

**Tabla 1**

*Asociatividad Empresarial y Exportación Directa*

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL</b>	Para Gonzales (2018), la asociatividad es una de las estrategias más importantes ya que mediante ello las empresas van a poder alcanzar la competitividad y así puedan enfrenten las dificultades que se presenta para una comercialización en el mundo exterior.	Para medir la variable asociatividad empresarial se toma en cuenta los tipos de asociatividad que según Rey (2018), existen seis tipos tales como: Redes de cooperación, Alianza en cadenas productivas, Alianza en Clúster, jointe Venture y consorcios.	Alianzas estratégicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación accionaria</li> <li>• Acuerdos de cooperación</li> <li>• Oportunidad de desarrollo</li> <li>• Compartir riegos e inversiones</li> </ul>	ORDINAL
			Joint Venture	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados.</li> <li>• Responsabilidades y riesgos compartidos.</li> <li>• Obtener mayores ganancias.</li> <li>• Mantienen su independencia.</li> </ul>	
			Núcleos empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de sus necesidades</li> <li>• Atención conjunta de la demanda</li> <li>• Mayor competitividad</li> <li>• Nuevas oportunidades de exportación.</li> </ul>	
<b>EXPORTACIÓN DIRECTA</b>	Agrario y Riego (2020), es una de las modalidades más ansiosa, donde la persona encargada de la exportación debe administrar todo el proceso que conlleva la entrega del producto final, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido	Para medir la exportación directa nos enfocaremos en los canales de distribución las cuales son: venta directa, venta a través del importador y venta por filial. Midagri (S.F),	Venta directa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta directa al consumidor</li> <li>• Vendedor exclusivo</li> <li>• Venta directa más apropiada</li> <li>• Permite captar más clientes</li> </ul>	ORDINAL
			Venta a través del importador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto con importadores</li> <li>• Exclusividad de venta</li> <li>• Importador exigente</li> <li>• Canales a través del importador</li> </ul>	
			Venta por filial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filiales en el extranjero</li> <li>• Filial mayor venta</li> <li>• Filial mayor fidelización</li> <li>• Capacidad de apertura</li> </ul>	

**Fuente :** elaboracion propia

### 3.3. Población, muestra y muestreo

Arias, Villasís, Miguel y Novales (2016) La población es de 140 artesanos del distrito de Quinua, según el padrón de registros que tiene la DIRCETUR de huamanga actualizada el 30 de abril del 2021. El tamaño de la muestra corresponderá a:

$$n = \frac{(Z)^2(P)Q(N)}{(e)^2(N - 1) + (Z)^2(P)Q} \quad n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(140)}{(0.05)^2(140 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$= 103 \text{ artesanos}$$

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se emplea para este trabajo de investigación será la encuesta, debido a que nos permite conseguir y procesar datos de manera rápida y vigorosa, Casas, Repullo y Donado (2010). El instrumento será el cuestionario ya que se utilizan en encuestas de todo tipo esto como mecanismo de recolección de datos (Ver anexo 2). Hernández (2014).

#### 3.4.1. Validez

Galicia, Balderrama y Edel (2017) es el método donde se usa el juicio de expertos para comprobar el nivel de autenticidad de los instrumentos de recolección de datos, se ejecutó la validación de acuerdo al criterio de tres docentes de diferentes universidades, expertos en la materia, y especialistas en la metodología de la investigación. A continuación, se menciona a los expertos en la validación de datos.

**Tabla 2**

*Relación de expertos en validación*

Expertos	Instrumentos de asociatividad empresarial	Instrumento de exportación directa
Mg Abraham José García Yovera	90	90
Mg. Eusterio Ore Gutiérrez	89.5	89.5
Mg Luis Antonio Pérez Márquez	90	90
Total	89.8%	89.8%

Fuente: formato de validación de expertos (anexo 3)

### **3.4.2. Confiabilidad**

se va concretar la confiabilidad de la presente investigación mediante la ejecución del análisis de la prueba de fiabilidad, esto se realiza en la base de datos esto se realiza utilizando los programas estadísticos del (SPSS), donde se aplicó la prueba de alfa de Cronbach. Para determinar el nivel de aceptación de confiabilidad, Barraza (2019).

### **3.5. Procedimientos.**

Arias, (2020) menciona cuales son los pasos aplicados en la investigación y las formas que se utilizaron para lograr la veracidad de dicho estudio en este caso se realizó un instrumento con tres dimensiones por cada variable y 12 indicadores, los cuales han sido validado por tres expertos que dieron su aprobación para la aplicación. Una vez, concluida el recojo de datos se procederá a organizar, tabular, procesar, con la ayuda de técnicas estadísticas, tales como Excel y SPSS, con la finalidad de construir tablas estadísticas para luego ser procesadas en la computadora y analizar e interpretar los resultados en función a los objetivos planteados en este proyecto.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se utilizará el método estadístico que son calculadas mediante la elaboración de tablas cruzadas, para los cuales se utilizaran el mediante el uso de un software de análisis de datos SPSS y el EXCEL, donde nos va proporcionar el análisis descriptivo de nuestra investigación que nos va brindar una visión general de los porcentajes de los resultados para los cuales se van a utilizar el estadígrafo rho de Spearman y así poder verificar si se rechaza o acepta la hipótesis planteada de nuestra investigación.

### **3.7. Aspectos éticos**

Como autores de la investigación con relación a la ética estarán implícitos en el desarrollo de ello, esto quiere decir, que evitaremos emplear acciones o procedimientos que puedan menoscabar la autenticidad de los procedimientos y la veracidad de los datos e informaciones que se solicitan para lograr los objetivos trazados en la investigación.

#### IV. RESULTADOS

**Objetivos Específico 01;** Identificar la relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa.

##### **Prueba de hipótesis específica 1**

**H0:** No existe relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.

**Ha:** Si existe relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.

**Tabla 3**

*Tabla cruzada para las variables: alianzas estratégicas y venta directa.*

		Venta directa			Total	Correlaciones
		Deficiente	Optimo	Regular		
<b>Alianzas estratégicas</b>	Deficiente	1 1,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 1,0%	Rho de Spearman 0.631
	Optimo	9 8,7%	1 63,7%	38 0,9%	48 46,6%	
	Regular	8 7,8%	1 16,9%	45 1,0%	54 52,4%	
Total		18 17,5%	2 80,6%	83 1,9%	103 100,0%	Sig. (bilateral) 0,000

Con relación a la tabla 3, para el resultado obtenido de la prueba de la correlación del objetivo específico se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, el cual llegó a alcanzar una correlación bilateral entre las dos dimensiones el grado de 0.631, permitiendo promover esta afirmación que existe un grado de correlación positiva considerable, de acuerdo a la tabla de rangos Rho propuestos por los autores Sampieri y Collado.

De esto, se afirmó la relación directamente proporcional de las dimensiones alianza estratégica y venta directa de forma óptima en un 63.7%. Para el resultado de la prueba de aceptación o rechazo de la hipótesis específica, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, obteniendo como resultado de su Sig. Bilateral de 0.00 y de acuerdo a la regla de decisión para un Sig.  $0.00 \leq 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, existe una relación positiva entre las dos dimensiones alianza estratégica y venta directa.

**Objetivos Específicos 02;** Identificar la relación del joint Venture y la venta a través del importador.

### Prueba de hipótesis específica 2

H0: No existe relación entre join Venture y la venta a través del importador de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

Ha: Si existe relación entre join venture y la venta a través del importador de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

**Tabla 4**

*Tabla cruzada para las variables: Join venture y la venta a través del importador.*

		Venta a través del importador			Total	Correlaciones
		Deficiente	Optimo	Regular		
Join venture	Deficiente	1 1,0%	0 1,0%	1 0,0%	2 1,9%	Rho de Spearman 0,796
	Optimo	32 31,1%	2 49,1%	22 0,00%	56 54,4%	
	Regular	15 14,6%	0 1,4%	30 1,9%	45 43,7%	Sig. (bilateral) 0,000
	Total	48 46,6%	2 51,5%	53 1,9%	103 100,0%	

Nota. Con respecto a la tabla 4, para el resultado de la prueba de correlación del segundo objetivo específico, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, cuyo resultado es de 0,796 permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva muy fuerte, de acuerdo a la tabla de rangos Rho propuestos por los autores Sampieri y Collado.

De esto, se afirmó la relación directamente proporcional de las dimensiones de join venture y la venta a través del importador de forma óptima en un 49.1%, para la prueba de aceptación o rechazo de la hipótesis específica, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, cuyo resultado de su Sig. Bilateral es 0.00 y de acuerdo a la regla de decisión para un Sig.  $0.00 \leq 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, existe una relación positiva entre las dimensiones join venture y venta a través del importador.

**Objetivos Específicos;** Identificar la relación de los núcleos empresariales y la venta por filial.

### Prueba de hipótesis específica 3

H0: No existe relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

Ha: Si existe relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

**Tabla 5**

*Tabla cruzada para las variables: núcleos empresariales y venta por filial*

		Venta por filial			Total	Correlaciones
		Deficiente	Optimo	Regular		
<b>Núcleos empresariales</b>	Deficiente	1 1,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 1,0%	Rho de Spearman 0,742
	Optimo	7 6,8%	39 37,9%	45 43,7%	91 88,3%	
	Regular	3 2,9%	1 1,0%	7 6,8%	11 10,7%	Sig. (bilateral) 0,000
	Total	11 10,7%	40 38,8%	52 50,5%	103 100,0%	

Nota. Con respecto a la tabla 5, para el resultado de la correlación del tercer objetivo se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, el cual alcanzó una correlación bilateral entre las variables de estudio a un grado de 0.742, permitiendo afirmar que existe un grado de correlación positiva muy fuerte, de acuerdo a la tabla de rangos Rho propuestos por los autores Sampieri y Collado. De esto, se afirmó la relación directamente proporcional de las dimensiones, núcleos empresariales y venta por filial donde se determinó el grado de relación de forma óptima en un 37,9%. Para la prueba de aceptación o rechazo de la hipótesis específica, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, cuyo resultado de su Sig. Bilateral es 0.000 y de acuerdo a la regla de decisión para un Sig.  $0.000 \leq 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, existe una relación positiva entre las dimensiones núcleos empresariales y venta por filial.

**Objetivo general;** Determinar la relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.

**Prueba de hipótesis general**

Existe relación significativamente en la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.

**H0:** No existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

**Ha:** Si existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021

**Tabla 6**

*Tabla cruzada para las variables: Asociatividad empresarial y exportación directa.*

		Exportación directa			Total	Correlaciones
		Deficiente	Optimo	Regular		
Asociatividad	Deficiente	1 1,0%	0 0,0%	1 0,0%	2 1,9%	Rho de Spearman 0,882
	Optimo	8 7,8%	14 55,3%	57 0,5%	79 76,7%	
	Regular	5 4,9%	0 16,5%	17 13,1%	22 21,4%	Sig. (bilateral) 0,00
	Total	14 13,6%	14 72,8%	75 13,6%	103 100,0%	

Nota: Con respecto a la tabla 6, para el resultado de la correlación del objetivo general se utilizó el estadígrafo de Rho de Spearman, 0.882, permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva muy fuerte, de acuerdo a la tabla de rangos Rho propuestos por los autores Sampieri y Collado. De esto, se afirmó la relación directamente proporcional de las variables de asociatividad empresarial y exportación directa en forma óptima en 55,3%, Lo que viene a decir que a un aumento de la asociación empresarial mayor será la exportación directa. Para la prueba de aceptación o rechazo de la hipótesis general, se utilizó el estadígrafo Rho de Spearman, cuyo resultado de su Sig. Bilateral es 0.000 y de acuerdo a la regla de decisión para un Sig.  $0.00 \leq 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por tanto, existe una relación positiva entre las dos variables asociatividad empresarial y exportación directa.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados que se llegaron a obtener mediante el análisis estadística van a ser comparados con los resultados que se obtuvieron de las evidencias externas que vienen a ser los tesisistas descritos en trabajos anteriores, de la misma forma vamos a comparar las diferentes teorías de los autores importantes que se utilizaron con mayor frecuencia en el trabajo de investigación (propuestas por Rey y Midagri).

En la presente investigación se obtuvo los siguientes resultados para nuestro objetivo general que viene a ser: determinar la relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021. se afirma en la investigación realizada que existe una relación entre las dos variables principales que es la asociatividad empresarial y exportación directa las cuales fueron analizadas en el estadígrafo de Rho de Spearman arrojando como resultado el 0.882 y que nos dan a entender que efectivamente hay un grado de correlación positiva muy fuerte entre estas dos variables de asociatividad empresarial y exportación directa, dicha afirmación se respalda con lo que dice el autor Gonzales (2018) que efectivamente la asociatividad es primordial porque con ello se va lograr que las empresas se mantengan en el mundo de las exportaciones, teniendo como conocimiento que en el medio de la internacionalización se van a presentar grandes retos para una asociación. García (2002) la exportación directa es una modalidad de exportación que tiene mayor riesgo y también tiene mayor beneficio económico ya que se va tratar directamente con los compradores. El autor tanto como la investigación realizada se llega a concordar que efectivamente la asociatividad empresarial para poder exportar se necesita básicamente de la asociatividad empresarial ya sea este proceso exportador directo o indirecto. A la vez podemos concordar con los resultados de los siguientes tesisistas Paredes y Quispe (2020) quienes presentaron como objetivo general Analizar la influencia de la Asociatividad Empresarial como Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanía de la Región Ayacucho - Perú periodo 2014 - 2018. Obteniendo el resultado que la Asociatividad Empresarial guarda una relación positiva con las exportaciones de este sector, generando nuevos y mejores

conocimientos en temas de exportación. Lo que significa que para nuestra investigación una base fundamental y una guía para continuar con la investigación.

Como nuestro primer objetivo específico planteado es Identificar la relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa, podemos afirmar que alcanzó una correlación bilateral entre las dimensiones el grado de 0.631, permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva muy fuerte entre las dos dimensiones de esto podemos coincidir con los siguientes autores donde mencionan una de las modalidades de la asociatividad son las alianzas estratégica como dice el autor Rey (2018) es una cuerdo que se tiene entre uno o más empresas que acuerdan compartir sus recursos para lograr un objetivo en común y a la vez podemos coincidir con Midagri (S.f) sobre la venta directa que consiste en la distribución y mercadeo de productos y servicios directamente a los compradores. De esto podemos afirmar que el artesano interesado en la asociatividad puede optar por realizar las alianzas estratégicas con los mismos artesanos del distrito de Quinoa donde ellos pueden pactar acuerdos para compartir sus recursos y así lograr una exportación con la venta directa, ya que en esta modalidad de exportación donde los artesanos van a poder obtener mayor beneficio económico y comercial porque estarán tratando directamente con los consumidores. También podemos reforzar nuestra discusión con lo que mencionan los tesisistas Alva y Diestra (2018) en su trabajo de investigación con título “La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018” tuvo como objetivo general Las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco obteniendo como resultado que la asociatividad si es una oportunidad para la exportación de la artesanía textil. Lo que contrastamos con la investigación realizada podemos entender que efectivamente la asociatividad mantiene una relación en el mundo de las exportaciones en este caso podemos afirmar de acuerdo a nuestros resultados de nuestras dimensiones las ventajas que se puede obtener son múltiples como es el incremento económico, social y cultural de nuestros artesanos del distrito de Quinoa.

En nuestro segundo objetivo específico se planteó Identificar la relación del joint Venture y la venta a través del importador obteniendo como resultado del estadígrafo Rho de Spearman es de 0,796 permitiendo inducir esta afirmación que existe un grado de correlación positiva muy fuerte, entre las dos dimensiones, como investigadores podemos tomar sustento de los siguientes autores como dice Mincetur (2013) existen diez tipos de asociatividad y dentro de ellas menciona el joint venture haciendo hincapié al tipo de asociatividad más común que es una asociación donde las personas comparten los riesgos económicos y los beneficios monetarios de la venta de acuerdo a las tasas acordadas entre los participantes. Para los artesanos se entiende que por el tipo de actividad que realizan es factible una asociatividad por joint venture ya que van a tener las condiciones claras para su exportación y compartirán los riesgos entre todos y de la misma forma la ganancia dicha afirmación tiene una relación positiva fuerte con la dimensión de venta a través del importador como dice el autor Artal (2016) se realiza mediante un importador donde ejecuta la distribución en el país de destino, con esta modalidad el artesano va tener menos riesgo en el proceso ya que se opta por vender a un distribuidor o importador. De esto podemos afirmar que el artesano interesado en la asociatividad puede optar por la modalidad del joint venture con los mismos artesanos del distrito de Quinua donde ellos pueden pactar acuerdos para compartir los riesgos en el proceso de exportación con venta a través de importadores para minimizar los riesgos, ya que en esta modalidad de exportación donde los artesanos van a poder obtener beneficio económico.

En el tercer objetivo específico planteado en la tesis es identificar la relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021 se llegó a obtener el resultado de acuerdo al estadígrafo de Rho de Spearman 0,742 permitiendo la afirmación que existe un grado de correlación positiva muy fuerte entre las dimensiones núcleos empresariales y ventas por filial, también se puede decir que a un incremento de los núcleos empresariales se tendrá mayor venta por filiales, nos abalamos a lo que dice el autor con él autor rey (2018) que conceptualiza al núcleo empresarial como un grupo de empresarios o personas que se

dedican a una sola actividad y colaboran entre ellos para lograr sus objetivos y así ellos desarrollarse en el mundo de la competitividad y de nuestra segunda dimensión nos apoyamos a lo que dice el autor , García (2002) Para llevar a cabo la exportación directa la empresa deberá aplicar los siguientes métodos o formas como son la venta directa a través de una filial o sucursal de ventas, la exportación directa es una modalidad que tiene mayor riesgo y mayor beneficio económico ya que se va tratar directamente con los compradores; por consiguiente una de las formas de exportación directa es la venta por filial que nos generaría riesgo al momento de realizar el proceso exportador pero obtendríamos mayor beneficio económico. Entonces ya que los autores de manera teórica indican que estas modalidades son buenas para un emprendedor de una sola actividad en este caso de los artesanos, si optan asociarse la otra modalidad son los núcleos empresariales ya que se dedican a una sola actividad exclusivamente las artesanías en cerámica del distrito de Quinua y para poder obtener mayores ingresos pueden crear filiales en el extranjero para tener clientes consecutivos.

Para finalizar con la investigación se ha plasmado los tipos de asociatividad empresariales y los tipos de exportación directa debido a que los artesanos desconocen en su totalidad estos tipos que les traen beneficios en el mundo artesanal y en un mercado extranjero son muy valorados.

## VI. CONCLUSIONES

1. Primero: de acuerdo a los a los resultados estadísticos descriptivos de la hipótesis general, se determinó que si existe relación entre la primera variable asociatividad empresarial y la segunda variable exportación directa de la artesanía cerámica de quinua basado en el valor de sig.=0.00 que al ser un valor menor se aceptaría la hipótesis alterna permitiendo esta afirmación que existe un grado de correlación positiva considerado basado en resultados del coeficiente de Rho Spearman =0.804 el cual resultado congruente dicha afirmación propuestos por los autores sampier y collado afirmo la relación directamente proporcional de la variable asociatividad empresarial y exportación directa.
2. Segunda: se logró demostrar que existe una relación positiva muy fuerte entre las dimensiones de alianza estratégica y la venta directa de las artesanías cerámicas del distrito de Quinua. Teniendo como resultado del rho de spearmen =0.631 y de su sig. Bilateral =0.00, de acuerdo a la regla de decisión para un sig.0.00 < 0.05, lo que nos da a entender que se acepta
3. la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. En resumen, se quiere indicar que existe relación entre las dos dimensiones alianza estratégica y venta directa.
4. Tercera.se demostró que existe relación positiva muy fuerte entre las dimensiones join venture y venta a través del importador en la artesanía cerámica de quinua, cuyo resultado de rho de spearmen =0.796 y como valor de sig. Bilateral es 0.00, por ende se afirmó que existe relación entre las dimensiones join venture y la venta a través del importado.
5. Cuarto: se demostró que existe relación positiva muy fuerte entre las dimensiones núcleos empresariales y la venta por filial, a un grado de rho spearsom de 0.742 permitiendo inducir la afirmación que existe en un grado de relacionar positiva muy fuerte, de acuerdo a la tabla de rango rho propuesto, lo que viene a decir que a un aumento de la asociatividad empresarial, mayor será la venta por filial, cuyo resultado de su sig. Bilateral 0,00 y de acuerdo a la regla de decisión para sus sig.0.00 < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna .por tanto existe una relación positiva entre las dimensiones núcleos empresariales y venta por filial.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Primero. Para que los artesanos del distrito de Quinua alcancen la exportación directa de sus productos hechos a mano con los estándares de calidad necesariamente tienen que estar asociados y así cumplir con los requerimientos del mercado exterior y que mejor el tipo de asociatividad que pueden utilizar es el núcleo empresarial ya que les permite trabajar de manera conjunta manteniendo su independencia que viene a ser la marca o el nombre de los artesanos.

Segundo: Para que se pueda tener una exportación directa, se requiere tener un lugar específico donde se podrá enviar los productos, de esta manera se podrá tener una comunicación directa con el comprador, logrando expandir el mercado y no solo centrarse a nivel nacional; logrando tener así un mayor control de los productos comercializados.

Tercero. Para que se pueda lograr una gran expansión de manera internacional se debe conocer aquellas ventajas y desventajas que puede tener la misma; lo que podrá permitir un fortalecimiento competitivo de todos aquellos productos que se exporten, tanto en calidad como en precio.

Cuarto: Para poder lograr la exportación con éxito, la asociatividad empresarial será un gran impulso para la venta de la artesanía a nivel internacional debido a los factores que tiene, apoyando en puntos cruciales, como las alianzas estratégicas, join venture y los núcleos empresariales; esto nos podrá dar un mayor alcance en cuanto a la actividad exportadora.

Quinto. Para los demás tesisistas que quieran continuar con la investigación se les recomienda buscar un mercado objetivo donde se puede exportar de manera directa ya que en los análisis estadísticos se observa una relación de las dos variables asociatividad empresarial y exportación directa.

## REFERENCIAS

- Alva R. y Diestra A. (2018). La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco – 2018 (tesis posgrado) Universidad Cesar Vallejo recuperado de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26789/alva\\_sr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26789/alva_sr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, F. (2006) El Proyecto de investigación, introducción a la metodología científica. Venezuela. Episteme recuperado de [https://books.google.es/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Arias, J. (2020). Proyecto de tesis, guía para la elaboración. Arequipa. Perú. Biblioteca Nacional del Perú N° 2020-05577, recuperado de <http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales ProyectoDeTesis libro.pdf>
- Arias G, Villasís K, Miguel A, Novales M, (2016) metodología de la investigación, revista alergia México recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Artal C (2016). Dirección de ventas, organización del departamento de ventas y gestión de vendedores, Madrid, ESIC, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=df4hdaaaqbaj&pg=pa496&dq=exportacion+directa+concepto++segun+autores&hl=es&sa=x&ved=2ahukewjxmpk9juxwahuhhrkghbfgcowq6aewahoecaqqag#v=onepage&q=exportacion%20directa%20concepto%20%20segun%20autores&f=false>.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (4a ed.). México: Pearson educación.
- Casas A, Repullo L y Donado C (2010) encuesta como técnica de investigación. ISCIII. Madrid. España. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>.
- Cogollo, Flores y Rosaura (2014), “La organización empresarial asociativa como estrategia para la inclusión productiva de las pequeñas y medianas empresas”, Palabra. Palabra que Obra, núm. 14, Cartagena, Universidad de Cartagena, pp. 100-117. Dialnet-LaOrganizacionEmpresarialAsociativaComoEstrategiaP-5078959.pdf.
- Cataluña F (2016), Compromiso, Recursos, Emprendimiento Exportador y Resultados Empresariales, <https://www.scielo.br/pdf/rae/v57n2/0034-7590-rae-57-02-0135.pdf>
- Calderón J. (2018). Influencia de la Asociatividad para el Fomento del Clúster en la Industria de Cuero y Calzado en el Área Metropolitana de Bucaramanga, año 2018 (tesis postgrado) Universidad Santo Tomas, recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/13060/2018johanacalderon.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Etner, K (2017). Asociatividad Comunitaria En La Actualidad, Chile, Red cultura, recuperado de [https://issuu.com/eduardolilis/docs/importancia\\_de\\_la\\_asociatividad\\_en](https://issuu.com/eduardolilis/docs/importancia_de_la_asociatividad_en)

- Flórez y Cortes, (2018) en su trabajo de investigación: “Estrategias para impulsar la proyección internacional del sector artesanal colombiano como Industrias Cultural y creatividad”, Colombia (tesis para optar el grado de título) de la universidad Agustiana Bogotá, recuperado de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/636>
- Gomes C y Cristóbal C. (2004), Los contratos en el marketing internacional, Madrid, ESIC, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=uqhsQwo702IC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Galicia A, Balderrama T y Edel N (2017), Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual, recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-61802017000300042&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802017000300042&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- García C (2002) Marketing internacional, España, ESIC, recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=uS9QbFna1jIC&pg=PA201&dq=LA+EXPORTACI%C3%93N+DIRECTA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj9zpm2ezwAhVSH7kGHfr4D3wQ6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=LA%20EXPOR TACI%C3%93N%20DIRECTA&f=false>
- Gutiérrez D. (2017). Factores que Limitan la Asociatividad para Exportar Palta Has en el Centro Poblado Buenavista - Chao, La Libertad – 2017 (tesis pregrado) Universidad Cesar Vallejo, recuperado de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11547/gutierrez\\_z\\_cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11547/gutierrez_z_cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Hernández S, Metodología de la investigación, (2014) México, McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. p. 217 recuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>.
- Inegi (2013), SCNM: Sistema de Cuentas Nacionales de México: Metodología. México: INEGI, P (20) recuperado de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pibact/2013/metodologias/METODOLOGIA\\_CBYSB2013.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pibact/2013/metodologias/METODOLOGIA_CBYSB2013.pdf).
- Manterola, C., Quiroz, G., Salazar, P., y García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. Revista Médica Clínica Las Condes, recuperado de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0716864019300057?token=9c02a65d199e4216a5540a725e38470707ad83588770035ac3ca8ca9eb5a3bbf1c3c3b03d670cd7be2408cc283ccae78&originregion=us-east-1&origincreation=20210430174102>
- Manuera A y Rodríguez E, estrategias de marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección, Madrid, ESIC recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=aj7wabsd7-mc&pg=pa222&dq=la+exportaci%C3%93n+directa&hl=es&sa=x&ved=2ahukewj9zpm2ezwAhVSH7kGHfr4D3wQ6AEwaxoecacqag#v=onepage&q=la%20exportaci%C3%93n%20directa&f=false>
- Midagri (S.F). Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/192-exportaciones/introduccion/677-formas-de-exportacion>

- Mejía P. (2011). Asociatividad Empresarial Como Estrategia Para La Internacionalización De Las Pyme En La Ciudad Quito, año 2011 (Tesis de Posgrado) Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador recuperado re <https://Repositorio.Uasb.Edu.Ec/Handle/10644/2269>
- Mincetur, (2013) asociatividad para el comercio exterior recuperado de [https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia\\_12\\_Asociatividad\\_Comercio\\_Exterior\\_2014\\_keyword\\_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=De%20esta%20manera%2C%20la%20asociatividad,sin%20perder%20la%20individualidad%20empresarial%E2%80%9D.](https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=De%20esta%20manera%2C%20la%20asociatividad,sin%20perder%20la%20individualidad%20empresarial%E2%80%9D.)
- Mondragón B (2014) Movimiento científico, información científica, México, iberoamericana recuperado de Dialnet- [UsoDeLaCorrelacionDeSpearmanEnUnEstudioDeIntervenc-5156978.pdf](https://www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5156978)
- Naclerio, A., & Trucco, P. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. El caso del Programa Sistemas Productivos Locales. Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal, 15(24), 33-65. <https://doi.org/10.14409/da.v0i24.4809>.
- Nieto N (2018), Tipos de investigación recuperada de: <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Ore G (2015), el ABC de la tesis con contrastación de hipótesis, Perú, Publigráf.
- Perea, A. (2014). Asociatividad para mejora de la competitividad de pequeños productores agrícolas. Lima, Perú, recuperado de DOI: <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v76i1.779>.
- Paredes P. y Quispe N. (2020). Influencia de la Asociatividad Empresarial como Estrategia de Exportación de las MYPES del Sector Artesanía de la Región Ayacucho - Perú Periodo 2014 – 2018, año 2020 (tesis pregrado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652463/Paredes\\_MP.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652463/Paredes_MP.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Pérez S. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. [Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador | revista eruditos \(uisrael.edu.ec\)](https://www.uisrael.edu.ec/revista-eruditos/2020/01/01/asociatividad-empresarial-estrategia-para-la-competitividad-de-las-pymes-en-el-ecuador).
- Proesa (2019). Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de el Salvador, Guía exportación de bienes El Salvador, recuperado de [https://issuu.com/hectorcartagena/docs/guia\\_exporta\\_pdf\\_br](https://issuu.com/hectorcartagena/docs/guia_exporta_pdf_br)
- Proesa (2010), Promotora de Productores Y Empresarios Salvadoreños, Guía De Exportación De Bienes El Salvador, Manual de técnicas para la asociatividad recuperado de [https://issuu.com/sebastiangalindo/docs/manual\\_de\\_tecnicas\\_para\\_asociatividad](https://issuu.com/sebastiangalindo/docs/manual_de_tecnicas_para_asociatividad)
- Quispe, L. (2020). Influencia de la Asociatividad en los Productores de Hongo Deshidratado del Centro Poblado de Porcón-Cajamarca, Para la Exportación

- al Mercado De Canadá, 2021 (tesis de pregrado) Universidad Privada del Norte recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24589?show=full>
- Rodríguez, C. (SEPTIEMBRE de 2014). MÓDULO ASOCIATIVIDAD. BOGOTÁ, COLOMBIA recuperado de <https://www.fedegan.org.co/modulo-asociatividad>
- Rey, J. (2018). Manual de la Asociatividad. Recuperado de <https://www.academia.edu/7675312/Asociatividad>
- Rojas, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales (Trigésima octava ed.). México D.F.: Plaza y Valdés, recuperado de <https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wpcontent/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano.pdf>
- Ruiz, C. (2002). Instrumentos de Investigación Educativa. Procedimiento para su Diseño y Validación. Venezuela: CIDECA
- Tobar A. (2017). Asociatividad: Estrategia Para Mejorar La Competitividad De Los Productores de Ñame del Departamento de Sucre, año 2017 (tesis de pregrado) Universidad Tecnológica de Bolívar, recuperado de <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/1734/0072914.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vaca L., Ronquillo M., Fajardo C., Ruiz D., (2016). La asociatividad micro empresarial, como mecanismo productivo sostenible: caso cantón milagro – ecuador <http://ve.scielo.org/pdf/uct/v20n78/art01.pdf>.
- Valero, G., Rodenes, M., Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas Exportadoras, Dial net <https://dialnet.unirioja.es>,
- Rodríguez, C. (septiembre de 2014). Módulo asociatividad. Bogotá, Colombia recuperado de <https://www.fedegan.org.co/modulo-asociatividad>.
- Zambrana R. (1996) Administración del comercio internacional, Costa Rica, UNED recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=l75mOATtAhAC&pg=PA361&dq=que+es+la+exportacion+directa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwir8qahndvwAhW EGLkGHcPOB6kQ6AEwBHoECAQQAq#v=onepage&q=que%20es%20la%20exportacion%20directa&f=false>.

## ANEXOS

**Tabla 7**

*Matriz De Consistencia*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Cuáles son las formas de asociatividad empresarial que influyen en la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la relación en alianzas estratégicas con la venta directa en las artesanías del distrito de quinua Ayacucho?</p> <p>¿Cuál es la relación de la cadena productiva y la venta del importador?</p> <p>¿Cuál es la relación en núcleos empresariales y la venta por filiales?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar la relación de la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Identificar la relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa.</p> <p>Identificar la relación del joint venture y la venta a través del importador.</p> <p>Identificar la relación de los núcleos empresariales y la venta por filial.</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>Las formas de asociatividad empresarial influyen en la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.</p> <p><b>H0:</b> No existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p> <p><b>Ha:</b> Si existe relación entre la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>Existe relación significativamente entre las alianzas estratégicas y la venta directa en las artesanías.</p> <p><b>H0:</b> No existe relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.</p> <p><b>Ha:</b> Si existe relación entre las alianzas estratégicas y la venta directa de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021.</p> <p>Existe relación significativamente entre el Joint Venture y la venta a través del importador.</p> <p><b>H0:</b> No existe relación entre join Venture y la venta a través del importador de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p> <p><b>Ha:</b> Si existe relación entre join venture y la venta a través del importador de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p> <p>Existe relación significativamente entre los núcleos empresariales y la venta por filial.</p> <p><b>H0:</b> No existe relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p> <p><b>Ha:</b> Si existe relación entre núcleos empresariales y venta por filial de la artesanía del Distrito de Quinua, Ayacucho 2021</p>	<p><b>V. Independiente</b></p> <p>La asociatividad</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Alianzas estratégicas</p> <p>Joint Venture (cadena de productividad)</p> <p>Núcleos empresariales.</p> <p><b>Variable independiente</b></p> <p>Exportación directa</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <p>Venta Directa</p> <p>Venta a través del importador.</p> <p>Venta por filial</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>básica</p> <p><b>Nivel de investigación</b></p> <p>Descriptivo - correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>Métodos de Investigación</b></p> <p>Inductivo</p> <p>Análisis</p> <p>Síntesis</p>	<p><b>Población</b></p> <p>140 artesanos</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>103 informantes</p> <p><b>Procesamiento de datos</b></p> <p>Estadística inferencial</p>

Fuente: Elaboración propia

## CUESTIONARIO

Estimado señor (a), este cuestionario tiene por finalidad recolectar datos e información para desarrollar una tesis sobre la relación de la asociatividad empresarial y la exportación directa de la artesanía del Distrito de Quinua, por lo que suplicamos a usted leer detalladamente cada una de las preguntas y luego responder marcando una X sobre la opción de su preferencia.

Siempre ( ) 4. Casi siempre ( ) 3. A veces ( ) 2. Muy pocas veces ( ) 1.  
Nunca ( )

### DATOS GENERALES

Tiempo en actividad: .....

Exporta sus productos. Si ( ) No ( )

Pertenece a alguna asociación: Si ( ) No ( )

Existe ventaja para asociarse Si ( ) No ( )

Nº	PREGUNTAS SOBRE ASOCIATIVIDAD	ESCALA				
		Siempre	Casi siempre	A veces	Muy pocas veces	Nunca
		5	4	3	2	1
	<b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b>					
1	¿Usted formaría parte de un grupo empresarial en forma de accionariado?					
2	¿Usted formaría parte de un grupo empresarial para cooperar con ellos?					
3	¿Usted cree que asociarse en alianzas estratégicas generaría oportunidades de desarrollo?					
4	¿Usted cree que ser parte de una alianza estratégica le permitiría compartir riesgos e inversiones?					
	<b>JOINT VENTURE</b>					
5	¿Usted formaría parte de un contrato que ayude en la apertura de nuevos mercados para su sector?					
6	¿Usted formaría parte de un acuerdo donde las responsabilidades y riesgos son compartidos?					
7	¿Usted cree siendo parte de una asociación tendría mayores ganancias?					
8	¿Usted cree manteniendo su independencia crecería empresarialmente?					
	<b>NÚCLEOS EMPRESARIALES</b>					
9	¿Usted cree que agrupándose con sus similares definiría mejor sus necesidades?					
10	¿Usted cree que agrupándose con sus similares atendería mejor sus demandas?					
11	¿Cree usted que siendo parte de un núcleo empresarial sería más competitiva que los demás?					

12	¿Cree usted que siendo parte de un núcleo empresarial le proporcionaría nuevas oportunidades para la exportación?					
Nº	<b>PREGUNTAS SOBRE EXPORTACIÓN DIRECTA</b>	ESCALA				
		Siempre	Casi siempre	A veces	Muy pocas veces	Nunca
		5	4	3	2	1
	VENTA DIRECTA					
13	¿Usted vende directamente al consumidor extranjero?					
14	¿Usted tiene un vendedor directo en el extranjero?					
15	¿Usted cree la venta directa es la más apropiada para su negocio?					
16	¿Usted cree que la venta directa le permitiría mayor captación de clientes internacionales?					
	VENTA A TRAVÉS DEL IMPORTADOR					
17	¿Usted tiene contacto de venta con importador internacional?					
18	¿Usted tiene en el extranjero alguien que vende sus productos con exclusividad?					
19	¿Usted cree que las exigencias del importador ayudan a mejorar la calidad de producción?					
20	¿Usted conoce como llegar a los canales de venta a través del importador?					
	VENTA POR FILIAL					
21	¿Usted tiene filiales en el extranjero?					
22	¿Usted cree que con un filial en el exterior vendería más?					
23	¿Cree usted que con filiales en el exterior lograría fidelizarlos a sus clientes?					
24	¿Cree usted que su negocio con la capacidad de abrir filial internacional?					

*Gracias*

“El campesino y el artesano son pequeños productores en el sentido categórico de la locución, es decir, pequeños burgueses.”

VLADIMIR ILYICH LENIN

# FICHAS DE VALIDACIÓN

## FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

### 1. DATOS GENERALES:

#### 1.1 Título Del Trabajo De Investigación:

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANÍA CERÁMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

#### 1.2 Investigador (a) (es):

Bach. Gutiérrez Andia, Ana María (0000-0002-4888-6985)

Bach. Rodríguez Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

### 2. ASPECTOS A VALIDAR:

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					90
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					90
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					90
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACIÓN

90

### 3. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento elaborado cumple con los criterios y estándares requeridos para la aplicación teniendo relación con las variables objeto de estudio

### 4. Datos del Experto:

Nombre y apellidos: Abraham José García Yovera DNI: 80270538

Grado académico: Mg. Talento Humano y Dr. Gestión Pública - Centro de Trabajo: UCV

Formación profesional: Lic. Administración



Firma:

Fecha: 11 de mayo de 2021

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**  
**CUESTIONARIO DE EXPORTACION DIRECTA**

**1. DATOS GENERALES:**

**1.1 Título Del Trabajo De Investigación:**

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANÍA CERÁMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

**1.2 Investigador (a) (es):**

Bach. Gutiérrez Andía, Ana María (0000-0002-4888-6985)

Bach. Rodríguez Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

**2. ASPECTOS A VALIDAR:**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					90
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					90
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					90
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACIÓN

**90**

**3. OPINION DE APLICABILIDAD:**

El instrumento elaborado cumple con los criterios y estándares requeridos para la aplicación teniendo relación con las variables objeto de estudio

**4. Datos del Experto:**

Nombre y apellidos: Abraham José García Yovera      DNI: 80270538

Grado académico: Mg. Talento Humano y Dr. Gestión Pública - Centro de Trabajo: UCV

Formación profesional: Lic. Administración

  
Firma:

Fecha: 11 de mayo de 2021

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**  
**CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL**

**1. DATOS GENERALES:**

**1.1 Título Del Trabajo De Investigación:**

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANIA CERÁMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

**1.2 Investigador (a) (es):**

Bach. Gutiérrez Andia, Ana María (0000-0002-4888-6985) Bach. Rodríguez Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

**2. ASPECTOS A VALIDAR:**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					90
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					90
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					90
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACIÓN

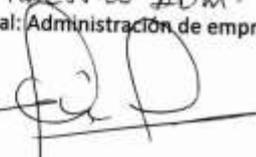
90

3. OPINION DE APLICABILIDAD: El instrumento es adecuado para aplicarse

**4. Datos del Experto:**

Nombre y apellidos: Luis Antonio Pérez Márquez DNI: 08669137  
 Grado académico: MAESTRO ADM. Centro de Trabajo: UNSGH  
 Formación profesional: Administración de empresas

Firma:



Fecha: 10 de mayo de 2021

**Mg. LUIS ANTONIO PÉREZ MÁRQUEZ**  
 Reg. N° 01239 - CLAD

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**  
**CUESTIONARIO DE EXPORTACION DIRECTA**

**1. DATOS GENERALES:**

**1.1 Título Del Trabajo De Investigación:**

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANIA CERÁMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

**1.2 Investigador (a) (es):**

Bach. Gutiérrez Andía, Ana María (0000-0002-4888-6985)

Bach. Rodríguez Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

**2. ASPECTOS A VALIDAR:**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					90
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					90
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					90
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					90
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACIÓN

90

**3. OPINION DE APLICABILIDAD:**

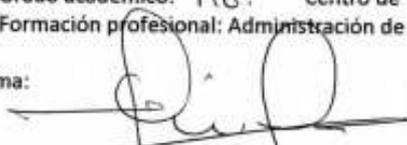
**4. Datos del Experto:**

Nombre y apellidos: Luis Antonio Pérez Márquez DNI: 08669137

Grado académico: MG. Centro de Trabajo: UNSCA

Formación profesional: Administración de empresas

Firma:



Fecha: 10 de mayo de 2021

**Mg. LUIS ANTONIO PÉREZ MÁRQUEZ**  
 Reg. N° 01239 - CLAD

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**  
**CUESTIONARIO DE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL**

**1. DATOS GENERALES:**

**1.1 Título Del Trabajo De Investigación:**

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANIA CERAMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

**1.2 Investigador (a) (es):**

Bach. Gutiérrez Andia, Ana Maria (0000-0002-4888-6985) Bach. Rodriguez

Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

**2. ASPECTOS A VALIDAR:**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					89
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					89
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					89
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					89
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					89
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACIÓN

**89.5**

**3. OPINION DE APLICABILIDAD:**

El instrumento elaborado cumple con los criterios y estándares requeridos para la aplicación teniendo relación con las variables objeto de estudio

**4. Datos del Experto:**

Nombre y apellidos: Eusterio ORÉ GUTIÉRREZ DNI: 28227213

Grado académico: Doctor Centro de Trabajo: Universidad San Cristóbal de Huamanga

Formación profesional: Administración de empresas

Firma:



Fecha: 10 de mayo de 2021

**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**  
**CUESTIONARIO DE EXPORTACIÓN DIRECTA**

**1. DATOS GENERALES:**

**1.1 Título Del Trabajo De Investigación:**

ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA EXPORTACIÓN DIRECTA DE LA ARTESANIA CERAMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2021

**1.2 Investigador (a) (es):**

Bach. Gutiérrez Andía, Ana María (0000-0002-4888-6985) Bach. Rodríguez

Mendoza, Yovana Melisa (0000-0001-9444-7126)

**2. ASPECTOS A VALIDAR:**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0-20	Baja 21-40	Regular 41-60	Buena 61-80	Muy buena 81-100
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					89
Objetividad	Está expresado en conductas observables					90
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					89
Organización	Existe una organización lógica					90
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					89
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de la estrategias					90
Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos					89
Coherencia	Existe coherencia entre los índices, dimensiones e indicadores					90
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					89
Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					90

PROMEDIO DE VALORACION

89.5

**3. OPINION DE APLICABILIDAD:**

El instrumento elaborado cumple con los criterios y estándares requeridos para la aplicación teniendo relación con las variables objeto de estudio

**4. Datos del Experto:**

Nombre y apellidos: Eusterio ORÉ GUTIÉRREZ DNI: 28227213

Grado académico: Doctor Centro de Trabajo: Universidad San Cristóbal de Huamanga

Formación profesional: Administración de empresas

Firma:



Fecha: 10 de mayo de 2021

## FIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

**Tabla 8**

*Baremo para interpretar el coeficiente de confiabilidad de alfa de crombach*

<b>RANGOS</b>	<b>MAGNITUD</b>
<b>0.00 a 0.20</b>	Muy baja
<b>0.21 a 0.40</b>	Baja
<b>0.41 a 0.60</b>	Moderada
<b>0.61 a 0.80</b>	Alta
<b>0.81 a 1</b>	Muy alta

**Fuente:** recuperado de Ruiz (2002)

**Tabla 9**

*Confiabilidad de Cronbach para la variable 1: Asociatividad empresarial*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de crombach	<b>n de elementos</b>
0.854	<b>12</b>

**Fuente:** base de datos del spss

Este resultado nos indica que se obtuvo un 0.854 de confiabilidad, estando por encima del promedio de aceptación, dándonos a entender que el instrumento es confiable para su aplicación al objeto de estudio.

**Tabla 10**

*Confiabilidad de Cronbach para la variable 2: Exportación directa*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de crombach	<b>n de elementos</b>
0.854	<b>12</b>

**Fuente:** base de datos del spss

Este resultado nos indica que se obtuvo un 0.850 de confiabilidad, estando por encima del promedio de aceptación, dándonos a entender que el instrumento es confiable para su aplicación al objeto de estudio.

### Prueba de Normalidad

**Tabla 11**

Hipótesis estadística

<b>Hipótesis nula</b>	<b>valor p&gt;0.05</b>	<b>Los datos siguen una distribución normal</b>
-----------------------	------------------------	---

<b>Hipótesis alternativa</b>	Valor $p < 0.05$	Los datos no siguen una distribución normal
------------------------------	------------------	---

Según la regla de decisión para definir si nuestros datos tienen una distribución normal, su p valor o nivel de Significancia debe ser mayor a 0.05; y en el caso que nuestros datos tenga una distribución no normal, el P valor o nivel de Significancia debe ser menor o igual a 0.05.

**Tabla 12**

*Prueba de normalidad para las variables*

<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<b>Shapiro-Wilk</b>			
<b>Estadístico</b>	<b>Gl</b>	<b>sig</b>	<b>estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>	
<b>Asociatividad empresarial</b>	,147	103	,000	,900	103	,000
<b>Exportación directa</b>	,103	103	,009	,957	103	,002

**a. Corrección de significación de Lilliefors**

**Nota.** Como se observa, la muestra es mayor a 50, por lo que se trabaja con Kolmogorov-Smirnova. La misma que muestra una significancia menor a 0.05 en ambas variables, es decir, el estudio no tiene una distribución normal, por consiguiente, el análisis utilizará pruebas no paramétricas, por ello, se utilizará la correlación de Pearson para la prueba de hipótesis.

**Prueba de hipótesis/ Análisis inferencial bivariado**

**Tabla 13**

*Estándares de coeficiente de correlación por rangos de Spearman.*

<b>Valor de Rho /Rango</b>	<b>Significado/Relación</b>
- 0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.76 a - 0.90	Correlación negativa muy fuerte
- 0.51 a - 0.75	Correlación negativa considerable
- 0.11 a - 0.50	Correlación negativa media
- 0.01 a - 0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+ 0.01 a + 0.10	Correlación positiva débil
+ 0.11 a + 0.50	Correlación positiva media
+ 0.51 a + 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.76 a + 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaborado en base a los autores Hernández & Collado, 1998.

## FOTOGRAFÍAS DE LA ENCUESTA

