

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN ESTRATEGICA EMPRESARIAL



TESIS

Planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín, 2020

AUTOR:

Fernández Berrospi, Alcira

PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gestión Estratégica Empresarial

ASESOR:

Dr. Vegas Gallo, Edwin Agustín

ORCID iD 0000-0002-2566-0115

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mi familia que impulsaron a lograr mis metas.

AGRADECIMIENTO

A mi hijo Erick por su comprensión y entendimiento.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE.....	iv
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
Capítulo I: 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción del problema	1
1.2. Definición del problema	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicas.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. Hipótesis de la investigación	5
1.4.1. Hipótesis general	5
1.4.2. Hipótesis específicas.....	5
1.5. Variables y dimensiones.....	6
1.6. Justificación de la investigación	6

4.1.1.4. Resultados estadísticos para la variable competitividad empresarial.....	32
4.1.1.5. Resultados estadísticos para la dimensión habilidades directivas	33
4.1.1.6. Resultados estadísticos para la dimensión diferenciación competitiva	34
4.1.1.7. Resultados estadísticos para la dimensión capacidad innovadora	35
4.1.1.8. Resultados estadísticos para la dimensión capacidades del capital humano	36
4.1.2. Tablas cruzadas por variables y dimensiones	37
4.1.2.1. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la variable competitividad empresarial.....	37
4.1.2.2. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión habilidades directivas.....	38
4.1.2.3. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión diferenciación competitiva.....	39
4.1.2.4. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidad innovadora.....	39
4.1.2.5. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidades del capital humano	40
4.1.3. Prueba de normalidad	41

4.1.3.1. Prueba de normalidad para la primera variable y sus dimensiones	41
4.1.3.2. Prueba de normalidad para la segunda variable y sus dimensiones	41
4.1.4. Contrastación de las Hipótesis de investigación	42
4.1.4.1. Contraste de la hipótesis general	42
4.1.4.2. Contraste de la primera hipótesis específica	44
4.1.4.3. Contraste de la segunda hipótesis específica	45
4.1.4.4. Contraste de la tercera hipótesis específica	46
4.1.4.5. Contraste de la cuarta hipótesis específica	48
Capítulo V: 5. DISCUSION	50
5.1. Discusión de resultados obtenidos	50
5.2. Conclusiones	56
5.3. Recomendaciones	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
14. ANEXOS	68
Anexo 1. Matriz de consistencia	68
Anexo 2. Instrumentos para la recolección de datos	69
Anexo 3. Base de datos	71
Anexo 4. Evidencia digital de similitud	73
Anexo 5. Autorización de publicación en el repositorio	74
Anexo 6. Matrices de validación de expertos	75

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Muestra estratificada</i>	26
Tabla 2 <i>Tabla de evaluación de expertos</i>	27
Tabla 3 <i>Confiabilidad de Cronbach</i>	27
Tabla 4 <i>Baremos de interpretación de alfa de Cronbach</i>	28
Tabla 5 <i>Análisis de la variable planeamiento estratégico</i>	29
Tabla 6 <i>Análisis de la dimensión interna</i>	30
Tabla 7 <i>Análisis de la dimensión externa</i>	31
Tabla 8 <i>Análisis de la variable competitividad empresarial</i>	32
Tabla 9 <i>Análisis de la dimensión habilidades directivas</i>	33
Tabla 10 <i>Análisis de la dimensión diferenciación competitiva</i>	34
Tabla 11 <i>Análisis de la dimensión capacidad innovadora</i>	35
Tabla 12 <i>Análisis de la dimensión capacidades del capital humano</i>	36
Tabla 13 <i>Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la variable competitividad empresarial</i>	38
Tabla 14 <i>Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión habilidades directivas</i>	38
Tabla 15 <i>Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión diferenciación competitiva</i>	39
Tabla 16 <i>Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidad innovadora</i>	40
Tabla 17 <i>Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidades del capital humano</i>	40

Tabla 18 <i>Prueba de normalidad para la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones</i>	41
Tabla 19 <i>Prueba de normalidad para la variable competitividad empresarial y sus dimensiones</i>	42
Tabla 20 <i>Prueba de correlación para la hipótesis general</i>	43
Tabla 21 <i>Prueba de correlación para la primera hipótesis específica</i>	44
Tabla 22 <i>Prueba de correlación para la segunda hipótesis específica</i>	45
Tabla 23 <i>Prueba de correlación para la tercera hipótesis específica</i>	47
Tabla 24 <i>Prueba de correlación para la cuarta hipótesis específica</i>	48

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Planeamiento estratégico</i>	30
Figura 2 <i>Evaluación interna</i>	31
Figura 3 <i>Evaluación externa</i>	32
Figura 4 <i>Competitividad empresarial</i>	33
Figura 5 <i>Habilidades directivas</i>	34
Figura 6 <i>Diferenciación competitiva</i>	35
Figura 7 <i>Capacidad innovadora</i>	36
Figura 8 <i>Capacidades del capital humano</i>	37

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. Para lo cual se planteó una investigación del tipo básica, cuantitativa, transversal y no experimental, de nivel correlacional, y diseño correlacional descriptivo, considerándose una población y muestra de 90 asociaciones agropecuarias, estratificadas dentro de la región Junín. Empleándose la encuesta como técnica de investigación y el cuestionario como instrumento.

Palabras clave: competitividad, recursos, tecnología, diferenciación, innovación, comercio, finanzas, capital humano.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the level of relationship that exists between strategic planning and business competitiveness of the associations of agricultural producers in the Junín region - 2020. For which a basic, quantitative, cross-sectional and non-experimental, correlational level, and descriptive correlational design, considering a population and sample of 90 agricultural associations, stratified within the Junín region. Using the survey as a research technique and the questionnaire as an instrument.

Keywords: competitiveness, resources, technology, differentiation, innovation, trade, finance, human capital.

INTRODUCCIÓN

En cuestión de competitividad, pueden afirmarse muchos conceptos que se acercan a factores preponderantes, a ciertos niveles, que pueden ayudar a las organizaciones a tener esta característica que es considerada básica e importante para desarrollarse en un entorno altamente cambiante, que está subyugada al análisis estratégico que se hace como parte un proceso de planeamiento, en muchos aspectos básicos y de forma empírica.

Es por eso que con esta investigación se plantea un análisis a nivel correlacional, para estudiar como el planeamiento afecta a esta competitividad, por lo que se desarrolló la siguiente estructura:

En el capítulo I, se desarrolló la descripción del problema, así como la formulación de problemas, objetivos e hipótesis generales y específicas, así también la definición de las variables y dimensiones y la justificación respectiva del desarrollo de la investigación.

En el capítulo II, se desarrolló los antecedentes de estudio, las bases teóricas enfocado a la variable y dimensiones, y la formulación del marco conceptual.

En el capítulo III, se formuló el diseño metodológico, considerando el tipo y diseño de investigación, así como la determinación de la población y muestra, también la descripción del instrumento de investigación que se aplicó, la confiabilidad determinada y el procesamiento y análisis de datos que se realizara.

En el capítulo IV, se desarrollaron los resultados hallados, expresados en tablas de frecuencia y gráficos, así como tablas cruzadas entre la variable y dimensiones, pruebas de normalidad y la contrastación de hipótesis.

En el capítulo V, se desarrolló la discusión de los resultados hallados, se concluyó y se formuló recomendaciones.

Finalmente, se consideraron las fuentes de información y anexos correspondientes.

Capítulo I:

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La presente tesis intenta evidenciar la relación del planeamiento estratégico con la competitividad empresarial. En el contexto actual, han surgido nuevas tendencias en relación al tema, incidiendo de alguna manera al patrón de los comercios actuales y por ende la gestión interna. Por lo que, es sumamente inevitable examinar las principales variables, que afectaran la operatividad en las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín y como estas dimensiones externas e internas se relacionan con la competitividad empresarial.

La falta de manejo de la gestión del entorno y de los factores competitivos se concretiza en la ignorancia de instrumentos e implementos administrativas, como es el manejo de técnicas del planeamiento estratégico, que no les permite direccionar claramente a las organizaciones en general, inhibiéndolos de ejercer con virtudes competitivas en proporción a lo sobrante, siendo incapaces eficiente y eficazmente durante el curso del tiempo.

Por el lado, de la competitividad empresarial, entre los principales problemas del agro peruano, se reconoce aún un grave nivel dentro del ámbito agrario y los motivos son: (1) el beneficio insostenible de los recursos naturales, (2) bajo nivel de competitividad y rentabilidad agraria, (3) reducido paso a servicios básicos y productivos del pequeño productor agrario, y (4) débil desarrollo institucional en el sector agrario.

Una primera percepción relacionada al título de la presente tesis es el de encontrar un bajo nivel de capital humano, tecnología incipiente, inadecuado sistema de comercialización, Inadecuados servicios agrarios entre otros aspectos que describiremos a lo largo del presente trabajo de investigación.

En nuestro país, la cooperación empresarial, viene llevándose a cabo de diferentes modos. Dentro de ellas, las empresas asociadas mantienen ciertas formas: cadenas de suministros, congregaciones campesinas como nativas, vínculos de ahorro y crédito-UNICA, empresa de accionariado campesino-EAC, entidad asociativa agraria-EAA, sociedad agrícola de interés social-SAIS; redes empresariales: verticales: desarrollo de proveedores y horizontales: consorcios. Y es en relación a las asociaciones de productores agropecuarios que en el mundo puedan existir aquellas agrupaciones de productores agrícolas, que ha implementado maneras de trabajar, por una parte, en conjunto, donde se puede apreciar, sociedades que brindan una serie de beneficios como servicios a sus integrantes, así también como el acceso a recursos, suministros para la producción, mercados pequeños, además de los recursos naturales, que en esta parte, los productores mantienen cierto voto por sobre las políticas que puedan afectar a la naturaleza de una localidad o región. Estas agrupaciones se sitúan dentro del sector de colaboración y cooperación mundial que impulsa el desarrollo en países

con carencias económicas, dando lugar a los modos de sociedad que estos pueden acoger, como pequeños grupos hasta gremios.

Existe una frase que inspira la presente investigación "No hay países subdesarrollados sino países mal manejados..." Esta frase atribuida al gurú de la administración Peter Drucker. Al respecto considero que no hay malos mercados ni malas empresas sino malos gerentes. Si Peter Drucker tenía razón en lo anterior, se podría decir que el subdesarrollo, no está en la mente de los pueblos, como alguien lo sugirió, sino en la capacidad de los gestores. Ensayamos una explicación respecto al problema agrario aludido; que es la falta de "capacidad de los gestores" como decía Drucker, es decir de los dirigentes que hemos tenido. Ahí está la razón de nuestro subdesarrollo. El principal activo de las empresas no está en las máquinas, como en la era industrial: está en las personas y en su conocimiento. Lo que hace la diferencia en las empresas y también en los países exitosos es la calidad de las personas que los gestiona. Por ello, que necesitamos plantear como el planeamiento estratégico incide o afecta la competitividad en las asociaciones de productores agropecuarios en la Región Junín

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?

1.2.2. Problemas específicas

1. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?
2. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitiva de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?
3. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?
4. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

2. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.
3. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.
4. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

1.4. Hipótesis de la investigación

1.4.1. Hipótesis general

El planeamiento estratégico se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

1.4.2. Hipótesis específicas

1. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.
2. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

3. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.
4. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

1.5. Variables y dimensiones

V1: Planeamiento estratégico

D1: Interno

D2: Externo

V2: Competitividad empresarial

D1: Habilidades Directivas

D2: Diferenciación competitiva

D3: Capacidad innovadora.

D4: Capacidades del capital humano

1.6. Justificación de la investigación

La presente investigación permitirá entender y abarcar el contexto interno como externo de la empresa, haciendo frente a las circunstancias negativas que puedan afectarla, así como buscar el beneficio haciendo uso de las fortalezas internas y las pertinentes conveniencias que puedan surgir y sobre todo para desarrollar políticas que nos encaminen a lograr la visión, misión y objetivos planificados; los resultados se ven evidenciados por lograr aplicar plan estratégico que mantenga un nivel alto de acuerdo a la competitividad que esgrima el mercado, promocionando capacitaciones para el personal con el objetivo de

adquirir personal más proactivo, en base a las exigencias constantes que pueden surgir por el contexto actual donde se situó una empresa, compitiendo sanamente y absolver las demás que brotan del ámbito empresarial.

Estas consecuencias permitirán utilizar de manera objetiva la consignación competente de todos los recursos como instrumentos que haga más fácil la forma de gestionar eficazmente los órganos administrativos para que los empleadores puedan tomar decisiones importantes.

La limitada consideración en el contexto actual sobre competitividad empresarial agropecuaria unido a su basta prominencia, no solo en Junín, sino a nivel nacional, ha dado lugar a que este trabajo con firmeza sea investigado.

La actuación investigación aspira proporcionar certeza y seguridad sobre algunos asuntos relacionadas con el planeamiento estratégico y de la competitividad empresarial.

Capítulo II:

2. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Internacional

Reina (2017) en su investigación titulada *Plan Estratégico para mejorar la Competitividad de la Hacienda Productora de Banana, “Rigo”*, para optar por el título profesional de Ingeniero Comercial, por la Universidad Estatal de Milagro, Ecuador. Propuso el objetivo de “Mejorar la competitividad de la hacienda bananera “Rigo” mediante el desarrollo de un plan estratégico que permita mejorar sus costos y su posicionamiento a largo plazo” (p. 4); planteo una investigación de tipo descriptiva; aplicada en población y muestra de 27 sujetos de estudio; empleando técnicas e instrumentos como la observación y las entrevistas. Llegando a la siguiente conclusión:

Toda hacienda que se instituya por una extensa regla de tiempo debe preferir por la ejecución de un proyecto estratégico, ya que lo coadyuva a ubicarse a los infortunios que se muestren en el futuro. La preferible

propuesta debe extenderse sobre la calidad de sus productos, trabajadores, herramientas e imagen de la exportadora para disfrutar de los tratados del gobierno e incrementar la producción (p. 37).

Chaves (2019) en su investigación titulada *Planificación Estratégica y su relación con el nivel de Competitividad y el Desempeño Financiero en las Pymes del sector de Plásticos en la Provincia Sabana Centro, Cundinamarca, Colombia*, para optar por el grado académico de Magister en Gerencia Estratégica, por la Universidad de la Sabana, Chia, Colombia. Propuso el objetivo de “Determinar la relación que existe entre la planificación estratégica, la competitividad y el desempeño financiero en las Pymes del sector de plásticos en Sabana Centro (Cundinamarca)” (p. 18); planteo una investigación de tipo correlacional; aplicada en población y muestra de 18 sujetos de estudio; empleando técnicas e instrumentos como la recolección de información y las encuestas. Llegando a la siguiente conclusión:

Se crea ciertos aspectos de estrategia y ejecuciones dentro de la planificación que se van a proyectar dentro de un nivel superior que se van a extender en las Pymes del sector de plásticos en Sabana Centro. Se halla una relación significativa entre las variables así también como en sus dimensiones que mantienen conexión con las Pymes del sector de plásticos en Sabana Centro. Las Pymes del sector de plásticos en Sabana Centro mantienen una competitividad alta, sin embargo, la totalidad de sus dimensiones no excede el 80% muy alto; por consiguiente, se interpreta que la cantidad la población presenta grietas en el proceso de progresar, que dé sobre manera impacta en el desenvolvimiento empresarial. (p. 82)

Nacional

Quispe (2015) en su investigación titulada *Planificación Estratégica y Competitividad Empresarial en el Complejo Recreacional Ponceca Ecoturístico del Distrito de Andahuaylas, 2015*, para optar por el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, por la Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas. Propuso el objetivo de “Determinar la relación que existe entre planificación estratégica y competitividad empresarial en el Complejo Recreacional Poncela Ecoturístico” (p. 18); planteo una investigación de tipo correlacional; aplicada en población y muestra de 300 sujetos de estudio; empleando técnicas e instrumentos como las encuestas y los cuestionarios. Llegando a la siguiente conclusión:

El motivo general es establecer la relación que conserva la planificación estratégica y la competitividad empresarial en el Complejo Ponceca Ecoturístico del distrito de Andahuaylas, 2015, de modo que, sobre los cimientos en el que se basan los resultados de la investigación, se determina que existe cierto grado de correlación. (p. 59)

Tejada y Ugaz (2016) en su investigación titulada *Propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la Competitividad de la Empresa “Serviconfort E.I.R.L.” de la Ciudad de Trujillo Periodo 2016-2018*, para optar por el título profesional de Licenciados en Administración, por la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Propusieron el objetivo de “Asegurar que “Serviconfort E.I.R.L.” con la implementación del plan estratégico propuesto, mejore sustantivamente la competitividad de la empresa “en la ciudad de Trujillo del año 2016 al 2018” (p. 18); plantearon una investigación de tipo descriptiva, aplicada en población y muestra de 16 sujetos de estudio; empleando técnicas e

instrumentos como las encuestas y las entrevistas. Llegando a la siguiente conclusión:

Se determinó que, al aplicar un plan estratégico, la influencia es positiva frente a la competitividad de la empresa “Serviconfort E.I.R.L. periodo 2016-2018. Sobre el aspecto operativo, existe una cantidad de trabajadores capacitados y preparados, de los que ofrecen calidad de acuerdo a la producción que muestran al mercado. (p. 66)

Soberon (2018) en su investigación titulada *Elaboración de un Plan Estratégico y su relación con la competitividad de la empresa SODEL Ingenieros Servicios Generales*, para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial, por la Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Propuso el objetivo de “Mejorar la competitividad en el mercado, de la empresa SODEL Ingenieros Servicios Generales a través del planteamiento estratégico” (p. 18); planteo una investigación de tipo descriptiva; aplicada en población y muestra de 20 sujetos de estudio; empleando técnicas e instrumentos como las encuestas y las entrevistas. Llegando a la siguiente conclusión:

La empresa SODEL Ingenieros Servicios Generales conforme a la indagación del MPC disponen virtudes competitivas, por sobre ellas cabe aludir que existe personal capacitado para progresar y desenvolverse en las prestaciones de calidad con costos adaptables ,impulsando un concepto de estimulación dentro de los usuarios y superioridad ante la competición (...)

La ejecución de nuevas estrategias fomentan el incremento competitivo en el mercado de la empresa, lo cual es un elemento importante para el logro de las metas trazadas (...). (p. 189)

Quispe y Vera (2016) en su investigación titulada *Aplicación del Planeamiento Estratégico en la Ventaja Competitiva de los Comerciantes de Frutas de la Provincia de Chincha*, para optar por el título profesional de Licenciadas en Administración, por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Chincha. Propusieron el objetivo de “Determinar la influencia de la aplicación del planeamiento estratégico en la ventaja competitiva de los comerciantes de la Provincia de Chincha en el año 2016” (p. 4); plantearon una investigación de tipo correlacional; aplicada en población de 98 negocios y una muestra de 78 sujetos de estudio; empleando técnicas e instrumentos como las encuestas y los cuestionarios. Llegando a la siguiente conclusión:

Se concluye que los negociantes de frutas de Chincha requieren imputar el planeamiento estratégico que encaminen sus bienes o acciones para que logren las metas trazadas, al igual sobre el aspecto económico, ambiental e institucional, puesto que dentro de estos aspectos se toman decisiones intuitivas, permitiendo el incremento del valor agregado a los productos para en base de ello, salgamos más beneficiados que los competidores, utilizando la eficiencia dentro de la empresa. La correlación encontrada entre ambas variables fue de $p < 0.05$; $r = 0.72$. Por ello, se concluye que la aplicación del planeamiento estratégico influye positivamente en la ventaja competitiva. (p. 93)

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable planeamiento estratégico y sus dimensiones

En primer lugar, para iniciar con esta investigación, es necesario partir desde el origen del planeamiento estratégico, por ello, en palabras de Steiner (1983; p. 35 - 40) el planeamiento estratégico fue introducida

principalmente a mediados de los años 50 en algunas empresas que mantenían cierta proyección y relevancia. Y que, la dirección estratégica diferente de la dirección principal de la empresa, se enfocaba en el desarrollo operacional que requería la misma. De modo que, en el contexto actual el planeamiento estratégico se ha convertido en una característica fundamental a la hora de emplear una administración direccionada a un largo plazo.

A continuación, El Ministerio de Economía y Finanzas (2000) define al planeamiento estratégico como:

Se constituye un grupo de acciones que involucran a los trabajadores de una empresa para encontrar aspectos que están destinados a la estrategia, asimismo, se debe adoptar ciertos parámetros para ubicarnos en la visión que tiene la empresa, teniendo en cuenta el contexto actual y venidero. Por sobre el instrumento, se compone sobre un ámbito en donde la institución que gestiona la empresa deba apuntar a realizar la visión, del cual surge el plan estratégico institucional. (p. 4)

Mediante este concepto, se advierte que el planeamiento estratégico ya no solo importa a los directivos de una organización, sino que, todos los colaboradores asumen el objetivo de mantener y cumplir con el planeamiento. De modo que, al invertir todo el tiempo necesario, se llega a plasmar en primer lugar, la visión, así como la misión que engloba toda la empresa. De igual modo, Serna (1994) agrega que: “El planeamiento estratégico es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del

análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas” (p. 17-18)

Dicho de esta forma, es necesario precisar que el planeamiento estratégico es una herramienta que nos hace llegar al cumplimiento de la visión y misión consiguiendo mantener a la empresa en un camino de éxito, además de fomentar el dinamismo a través de las políticas utilizadas por la empresa.

La planificación estratégica, es el conjunto que, mediante el transcurso de aspectos internos de una organización o empresa, destina con las demandas externas de su entorno, recursos humanos y materiales, y conforma los cimientos para formular y agregar estrategias que logren un buen funcionamiento dentro de la organización. (D’Alessio, 2008; p. 21)

Por otro lado, para conocer lo que es estrategia es necesario partir desde lo que manifiesta Serna (2008) que percibe lo siguiente: “Es la ciencia y arte de comandancia militar aplicados a la planeación y conducción general de operaciones de combate en gran escala” (p. 18).

En el ámbito de los productores agropecuarios, una estrategia comprendería las aplicaciones de un plan para las operaciones y actividades que se destinen de la misma. Cumpliendo a cabalidad cada objetivo planteado, configurándose entonces, una estrategia. Sin olvidar, además, que serviría a la hora de competir en el mercado económico, es decir, empleando una estrategia para competir.

Según Porter (1980) y Barney (2011):

“Las empresas que se centran en el éxito a largo plazo adoptan estrategias competitivas que se alinean constantemente para adaptarse a las necesidades de la situación particular que la empresa está enfrentando en relación con las fuerzas dinámicas del entorno” (p. 45) (p. 23).

Los autores tienen razón, pues perciben que una empresa al crear y mantener visiones estratégicas y sobre todo competitivas, ayuda al momento de adecuarse a las circunstancias en la que una empresa le hace frente. Por ello, los productores agropecuarios, les corresponde tener estrategias competitivas, ya que auxilian a los pormenores que sufriría una empresa frente al contexto, con el fin de no desviarse del camino hacia la competitividad.

Porter (1998) sobre la estrategia manifiesta que: “El liderazgo en los costos es cuando una empresa elige convertirse en el productor más bajo de una industria. Es una estrategia asociada al negocio a gran escala que ofrece productos estándar con poca diferenciación” (p. 75).

Porter asegura que, al emplear una estrategia de producción baja, esta se junta a un negocio mayor que brinda productos en disparidad. Es decir, frente al mercado económico, vale usar estrategias que a la hora de emplearlas puede generar activos como también se puede perderlos, comprendiéndola a esta como una suerte de estrategia, un riesgo.

Sobre las dimensiones del planeamiento estratégico:

D1: Factores Internos

Para Andler (2016; p. 53) los factores internos contienen lo siguiente:

1. Las fortalezas, son comprendidas como factores que crean en una empresa aumento de su competitividad, incrementando sus recursos y capacidades que ésta tiene y que empleará para llegar a una meta.
2. Las debilidades, aquellas que comprenden una serie de limitaciones y defectos que componen la empresa y que edifican un obstáculo para obtener las metas trazadas.

De este modo, los factores internos influyen en la empresa, fortaleciendo las capacidades de los colaboradores, como también debilitándolos a consecuencia de sus limitantes. En el caso de los trabajadores agropecuarios, la fortaleza comprendería en analizar y conocer más a fondo el producto, sintiéndose mejores, para satisfacer el mercado. Sin embargo, como debilidad, se originaría las deficiencias a la hora de vender un producto, ya sea porque no cumple con las normas sanitarias o no satisface al usuario.

D2: Factores Externos

Para Sanja (2011) los factores externos no son más que: “Buscar e identificar oportunidades y amenazas, para saber que podría hacer la empresa” (p. 1). De este modo, identificar los factores externos hacen que una empresa pueda crear puntos en los cuales se direccionan a la solución. Por otro lado, Santos (2015) precisa que el factor externo consiste en: “Analizar las diferentes fuerzas o factores que puedan existir en el entorno

de una empresa con el objetivo de detectar oportunidades y amenazas” (p. 1). A partir de estos factores, es necesario identificar la coyuntura en el que se sitúa, además de verificar con sumo cuidado las peligrosidades que puedan surgir.

Y no solo basta con identificar estos factores externos, ya que, dentro de estas, es necesario reconocer que cuando hablamos de una oportunidad, nos referimos a factores que puedan beneficiar como enriquecer a la empresa, como: factores económicos y tecnológicos.

2.2.2. Sobre la variable competitividad empresarial y sus dimensiones

La competitividad empresarial, es entendida dentro de los albores del mundo empresarial, como una capacidad por mantener a la vanguardia las condiciones que mantienen a una empresa en el mercado. (Martínez, 2007, p.19)

Para alcanzar la competitividad empresarial en los productores agropecuarios, es necesario emplear mecanismos o herramientas que eleven el desarrollo económico local, pues de ello se origina un rendimiento óptimo que de alguna u otra acogerá la producción local y al alcanzar la misma, brotarán nuevas opciones como los mercados internacionales en los que competir no bastará hasta llegar a una sostenibilidad constante.

El objetivo de la competitividad empresarial no es más que la de tener el talento de llevar a cabo una serie de modernizaciones en el campo económico, porque no basta con utilizar a la tecnología como lo demuestra Müller, sino además de conocer y comprender el modelo económico que

prepondera en las economías de cada país del mundo, abriendo la puerta sobre todo a las nuevas actividades o estrategias para competir en un mundo cada vez más moderno.

A continuación, Ruesga y Da Silva (2007) agrega que: “La competitividad empresarial está definida bajo tres niveles o nociones en función a su objeto de estudio” (p. 145), estas son:

1. “Microeconómica, se desarrolla a nivel de empresas y es la capacidad que tiene una empresa de adaptarse y competir en los mercados.”
2. “Macroeconómica, se refiere a los países a identificar sus principales factores productivos en condición de libre comercio.”
3. Estructural. está relacionado con el entorno económico y productivo.”

Así como Romo et. al. comprendían a la competitividad en dos formas, la macroeconómica y microeconómica, Ruesga et. al. agrega una forma estructural llevada a un ambiente económico y de producción para las grandes y medianas empresas.

Sobre las dimensiones de la competitividad empresarial:

D1: Capacidad directiva

García (1999) sostiene que:

“No hay capacidad directiva si no se dispone, por un lado, de la visión corporativa correcta por parte de cada una de las personas de esa

empresa y no existe capacidad directiva si, a su vez no hay competencias individuales y locales.” (p. 16).

Para la capacidad directiva es necesario que los directivos de una empresa comprendan y empleen una visión acertada para cada colaborador de la organización. Sucede lo mismo cuando los directivos de los productores agropecuarios deban mantener una mirada centrada en su empresa, porque sin ella no habría una competencia, y por ende no habría como competir y sacar adelante la estrategia competitiva.

D2: Diferenciación competitiva

Espinosa (2018) manifiesta que: “Disponer de características que no poseen los productos competidores te permite elevar el precio de venta, obviamente siempre y cuando sean apreciadas y valoradas por los clientes” (p. 4).

Para la diferenciación, como lo analiza el autor, es importante alinear caracteres que no existan en los productos ajenos a la empresa, en este caso aquellos productos que tiene la parte competidora de los productores agropecuarios. Pues con estas características se busca aumentar el precio del producto, para una mayor valoración, siempre y en cuando se estudie de manera correcta a la población, pues ellos adquieren el producto.

D3: Capacidad innovadora

García, Quintero y Arias (2014) citando a Yam et. al (2004) sostienen que: “Se podría definir a la capacidad innovadora como un grupo de características propias de las organizaciones, entendidas como

capacidades o habilidades mediante las cuales se puede lograr un mejor desempeño competitivo a través de su correcta gestión” (p. 91)

Como capacidad innovadora, los autores dan alcance a una aptitud que debe contener visión, energía y sobre todo un riesgo, es decir, se busca en las organizaciones que, mediante esta capacidad, logren ejecutar una competitividad sostenible.

D4: Capacidades del capital humano

Almonte (2013) agrega que: “El capital humano, si no es gestionado adecuadamente, puede ser una debilidad, pero como socio estratégico, recursos humanos ayuda a las organizaciones a crear y mantener una fuerte ventaja competitiva por lo que se convierte en una fortaleza” (p. 1)

Para el autor, el capital humano es una herramienta principal, pues es el motor que hace funcionar a una empresa. Sin embargo, al no manejar de manera adecuada al capital humano, esta puede percibir en las labores un bajo incremento a la hora de producir.

2.3. Definición de términos básicos

1. Cadena productiva.

Van Der Heyden y Camacho (2004) señala que “Una cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de un producto o grupo de productos en un entorno determinado” (p.10).

2. Cadena de valor.

Según Porter (1980) precisa que: “Es una herramienta administrativa empleada para analizar el aporte de cada cliente dentro de un proceso de producción de un producto o servicio para determinar los pasos claves y los costos burocráticos que encarecen artificialmente a los artículos” (p. 21)

3. Cadena productiva.

Durufle (1975) precisa que: “Es el conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, después en la transformación y en el traslado hasta el mercado de realización de un mismo producto agropecuario”. (p. 24).

4. Competitividad

Es la capacidad inmediata y futura, así como la posibilidad de una empresa de diseñar, producir y vender bienes o servicios; cuyos precios y otras cualidades formen un conjunto más atractivo que los de las empresas competidoras. O también puede definirse como la posición que tiene un competidor con relación a otros competidores en el sector donde compiten.

5. Ventaja competitiva.

Porter (1987) señala que es “ el valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de esa empresa por crearlo. El valor es lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el valor superior sale de ofrecer precios más bajos que los competidores por beneficios únicos que justifiquen un precio mayor.” (p.20)

6. Factores de competitividad.

Según Lizartza (2011; p. 45) un factor de competitividad, es la “clave del negocio” o aspecto fundamental que es reconocido y valorado en cada sector-mercado y que supone una ventaja competitiva sostenible para aquellas que la dominan. Por su parte Oltra, V., Curós, P., Christian C., Rodríguez- Serrano, J., Teba, R., Tejero. J (2011; p. 56, 58 y 60) mencionan que: “los factores de competitividad son elementos para la empresa, como la capacidad de adaptación a las exigencias de los clientes, la flexibilidad en las formas de producción y organización interna o la introducción eficaz de las TIC en el funcionamiento de la empresa”.

7. Liderazgo general en costes.

El liderazgo en costes consiste en que estos sean lo más bajos posibles. Se consigue a través de una eficiente asignación de recursos apoyado en una adecuada división de trabajo. Unos costes reducidos con respecto a la competencia conllevan una ventaja competitiva muy importante para poder fijar bajos precios. Una buena política en costes nos acercará hacia la "optimización" de los costes.

8. Infraestructura.

García (1999; p. 34) sostiene que: “Mide la cantidad y la calidad del sistema de transportes, de la red de telecomunicaciones, de la generación y distribución de energía eléctrica, de las facilidades portuarias y de almacenaje y de toda la infraestructura física que puede afectar, positiva o negativamente, la productividad de la inversión privada.”

9. Gestión Empresarial.

Según Chiavenato, I. (2010): “Cada organización nace del sueño o de la voluntad de sus fundadores y de lo que ellos creen respecto de alguna necesidad del mercado que van a satisfacer, así como el de los compradores que sabrán valorar lo que hace la organización” (p. 56).

10. Tecnología.

Sánchez (2016) precisa que: “Evalúa la intensidad de la investigación y el desarrollo, el nivel general de la tecnología y la calidad del acervo de conocimiento tecnológico a disposición de los inversionistas” (p. 67).

11. Gestión Gerencial

Salazar (2016) sostiene que: “Mide la calidad de los recursos gerenciales, de las estrategias competitivas, del desarrollo de productos, del control de calidad, de los recursos humanos y del mercado en el ámbito de la empresa privada” (p. 33).

12. Mercado Laboral

Almonte (2013) sostiene que: “Evalúa, en primer lugar, la eficiencia real y potencial de los recursos humanos y, en segundo lugar, la flexibilidad de los mercados de trabajo” (p. 12).

13. Planeamiento Estratégico

Según Chiavenato, I. (2010): “Es el proceso mediante el cual quien toma decisiones en una organización obtiene, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.” (p. 98).

Capítulo III:

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se planteó, fue el básico o pura, porque se tuvo como finalidad principal la obtención y recopilación de información, que se fue construyendo para analizar los datos consignados en el desarrollo de esta investigación.

Al respecto, Hinojosa (2017) manifiesta sobre el tipo de investigación básico que “corresponde al análisis netamente teórico de una variable de investigación, que se remonta al desarrollo netamente básico de este.” (p. 95).

En consecuencia, esta investigación corresponde al tipo básico por el manejo de información; cuantitativo por cuanto se utilizarán instrumentos de medición aplicados en la ejecución y aplicación del estudio, e identificar las

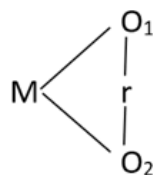
características cuantificables para poder estudiar el fenómeno descrito; además de ser no experimental y transversal por su aplicación en el tiempo.

3.2. Diseño de investigación

La presente investigación, corresponde al diseño descriptivo correlacional, por cuanto, se pretende determinar el grado de relación que tienen las variables estudiadas.

Según Hinojosa (2017, p. 116) el nivel descriptivo correlacional corresponde a la identificación de las propiedades y características de un fenómeno que se someta a análisis, que permite la medición o evaluación de estas, en base a sus dimensiones o componentes y se determine la relación entre estas a través de pruebas estadísticas basadas en sus características.

Para el presente estudio se empleará el diseño de investigación que corresponde al siguiente esquema:



M= muestra

O1= observación de la primera variable

O2= observación de la segunda variable

R= correlación

3.3. Población y muestra de la investigación

Según Palacios et. al. (2016) la población es “la totalidad de los elementos que poseen las principales características objeto del análisis y sus valores son conocidos como parámetros” (p. 181).

Por lo tanto, para la presente investigación se considerará como población las asociaciones de productores agropecuarios, siendo 90 asociaciones.

La muestra será considerada como la misma cantidad de sujetos de estudio, siendo este un muestreo censal y estratificado.

Se estratifica a continuación, acorde a la ubicación geográfica de estas:

Tabla 1
Muestra estratificada

Ubicación	Cantidad
Chupaca	20
Concepción	17
Huancayo	14
Jauja	18
Tarma	21
TOTAL	90

Al respecto, Palacios et. al. (2016, p. 186) denota que la muestra es una es una porción de la población de estudio, que se somete a estudio, con el propósito de obtener resultados válidos.

3.4. Técnicas para la recolección de datos

3.4.1. Descripción de los instrumentos

Como instrumento de investigación se consideró el cuestionario, que, según Palacios et. al. (2016) “La elaboración de este instrumento se trata de la formulación de un conjunto de preguntas escritas, ordenadas de forma adecuada en una cédula, las cuales mantienen relación con las dimensiones, indicadores y la hipótesis propuesta.” (p. 196).

3.4.2. Validez y confiabilidad de instrumentos

- Validez

Para la determinación de la validez de los instrumentos, se sometió al juicio de expertos, para que se puedan determinar los criterios de congruencia y validez del instrumento, dándose la evaluación siguiente:

Tabla 2
Tabla de evaluación de expertos

Datos del experto evaluador	Grado académico	Evaluación de criterio
Juan Manuel Sánchez Soto	Doctor en Administración	CORRECTO
Uldarico Aguado Rive-ros	Doctor en Administración	CORRECTO
Abdón Casiano Maita Franco	Doctor en Gestión pública y gober-nabilidad	CORRECTO

Obteniéndose una calificación CORRECTA de los expertos evaluadores, se procedió con la prueba de validez estadística.

- Confiabilidad

Para la determinación de la confiabilidad, se ejecutó una prueba piloto a razón de 30 sujetos de estudio, a través de la ejecución del instrumento formulado, considerando una confiabilidad del 95% ($z=1.96$).

Obteniendo el siguiente resultado estadístico:

Tabla 3
Confiabilidad de Cronbach

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,627	57

Contrastándolo con el baremo de interpretación:

Tabla 4
Baremos de interpretación de alfa de Cronbach

Rangos	Interpretación
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

El resultado obtenido $\alpha = 0,627$; expresa un valor alto según el baremo, en consecuencia, se procedió a la aplicación de instrumento en la muestra calculada, a una confiabilidad del 95% ($z=1.96$).

3.4.3. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron recogidos a través de cuestionarios y a su vez procesados, empleando el Microsoft Office Excel y el programa SPSS V 25.

Capítulo IV:

4. PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Presentación e interpretación en tablas y figuras

4.1.1. Resultados descriptivos por variables y dimensiones

4.1.1.1. Resultados estadísticos para la variable planeamiento estratégico

Tabla 5
Análisis de la variable planeamiento estratégico

Planeamiento estratégico			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	2.22
	Casi nunca	13	14.44
	A veces	37	41.11
	Casi siempre	30	33.33
	Siempre	8	8.89
Total		90	100

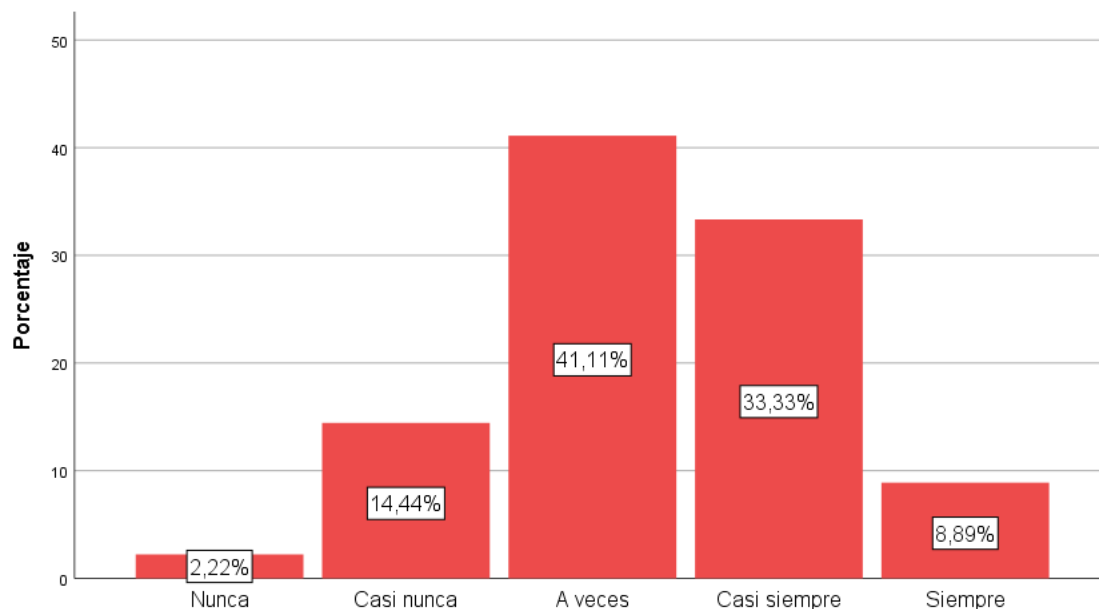


Figura 1
Planeamiento estratégico

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 2.22% (2) de estos, denotan que nunca consideran el planeamiento estratégico como un factor primario en su trabajo; en tanto que un 14.44% (13) denotan que casi nunca; en cambio, un 41.11% (37) denotan que a veces; a diferencia de un 33.33% (30) que denotan que casi siempre; y finalmente un 8.89% (8) que denotan que siempre.

4.1.1.2. Resultados estadísticos para la dimensión interna

Tabla 6
Análisis de la dimensión interna

Evaluación interna			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	2	2.22
	Casi nunca	11	12.22
	A veces	50	55.56
	Casi siempre	21	23.33
	Siempre	6	6.67
	Total	90	100

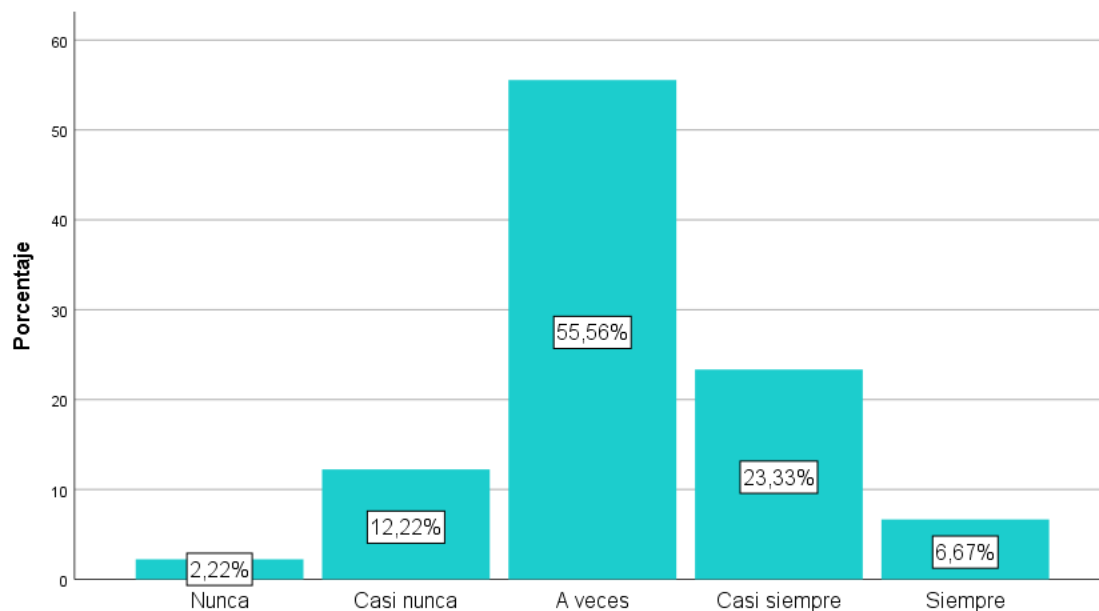


Figura 2
Evaluación interna

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 2.22% (2) de estos, denotan que nunca análisis los aspectos internos que pueden presentarse en sus asociaciones; en tanto que un 12.22% (11) denotan que casi nunca; en cambio, un 55.56% (50) denotan que a veces; a diferencia de un 23.33% (21) que denotan que casi siempre; y finalmente un 6.67% (6) que denotan que siempre.

4.1.1.3. Resultados estadísticos para la dimensión externa

Tabla 7
Análisis de la dimensión externa

Evaluación externa			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	3	3.33
	Casi nunca	23	25.56
	A veces	38	42.22
	Casi siempre	24	26.67
	Siempre	2	2.22
	Total	90	100

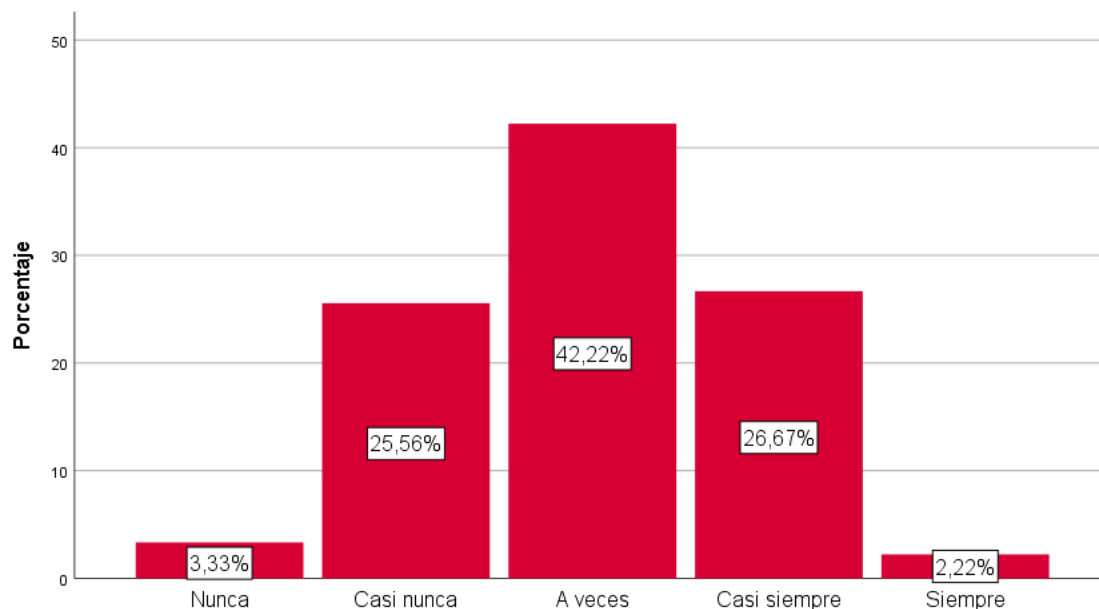


Figura 3
Evaluación externa

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 3.33% (3) de estos, denotan que nunca realizan un análisis externo del entorno en el que se desenvuelven sus asociaciones; en tanto que un 25.56% (23) denotan que casi nunca; en cambio, un 42.22% (38) denotan que a veces; a diferencia de un 26.67% (24) que denotan que casi siempre; y finalmente un 2.22% (2) que denotan que siempre.

4.1.1.4. Resultados estadísticos para la variable competitividad empresarial

Tabla 8
Análisis de la variable competitividad empresarial

Competitividad empresarial			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	5	5.6
	Casi nunca	31	34.4
	A veces	36	40.0
	Casi siempre	17	18.9
	Siempre	1	1.1
Total		90	100.0

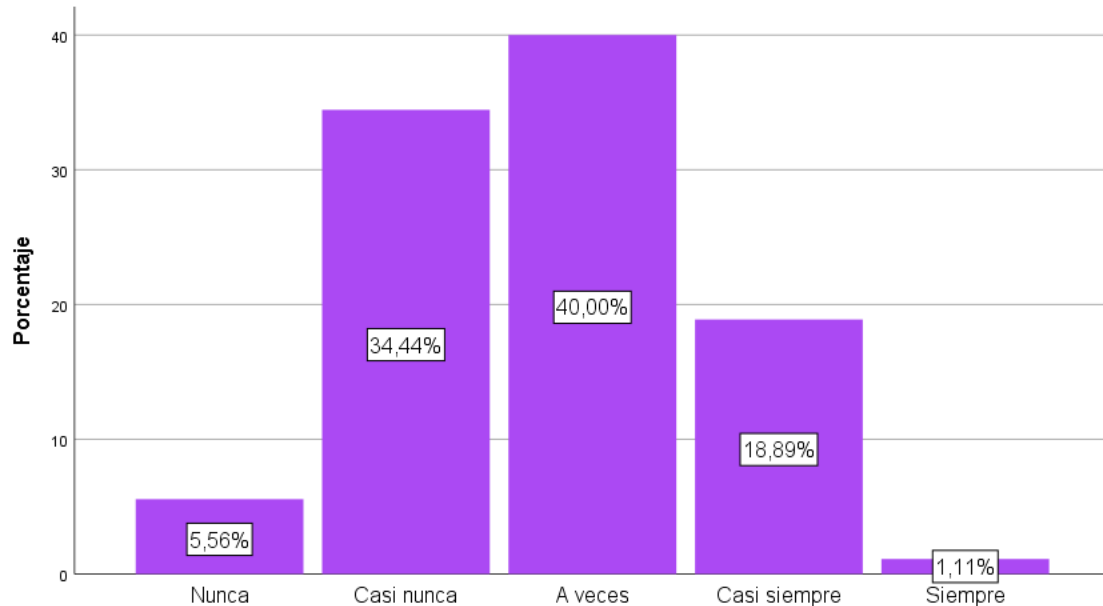


Figura 4
Competitividad empresarial

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 5.56% (5) de estos, denotan que nunca perciben ser competitivos empresarialmente en su asociaciones; en tanto que un 34.44% (31) denotan que casi nunca; en cambio, un 40% (36) denotan que a veces; a diferencia de un 18.89% (17) que denotan que casi siempre; y finalmente un 1.11% (1) que denotan que siempre.

4.1.1.5. Resultados estadísticos para la dimensión habilidades directivas

Tabla 9
Análisis de la dimensión habilidades directivas

Habilidades directivas			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	6	6.7
	Casi nunca	29	32.2
	A veces	35	38.9
	Casi siempre	17	18.9
	Siempre	3	3.3
	Total	90	100.0

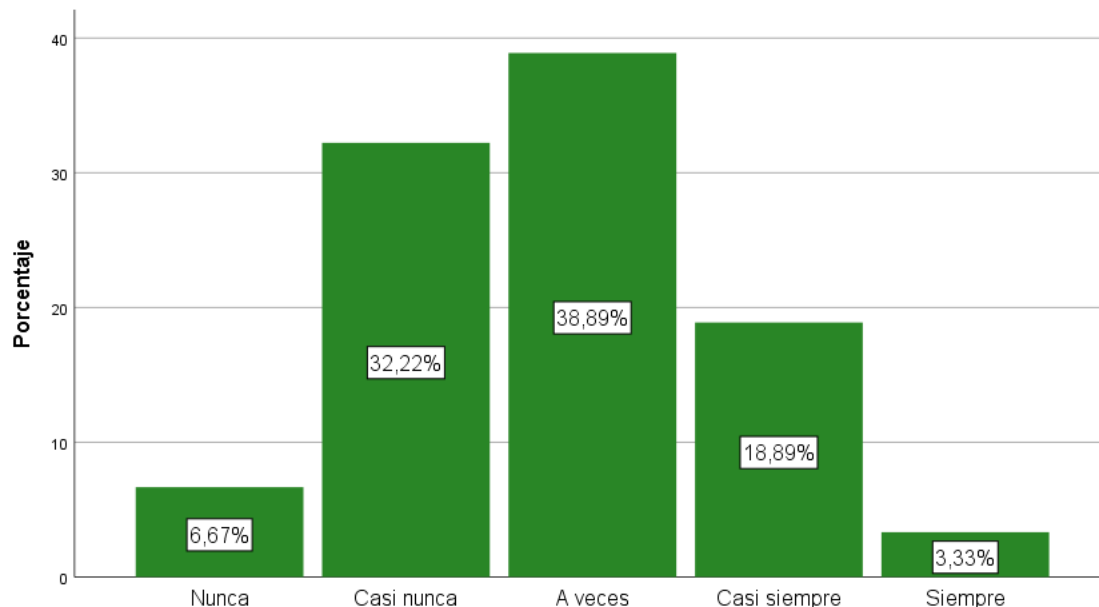


Figura 5
Habilidades directivas

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 6.67% (6) de estos, denotan que nunca toman importancia a las habilidades de los directivos o dirigentes en sus asociaciones; en tanto que un 32.22% (29) denotan que casi nunca; en cambio, un 38.89% (35) denotan que a veces; a diferencia de un 18.89% (17) que denotan que casi siempre; y finalmente un 3.33% (3) que denotan que siempre.

4.1.1.6. Resultados estadísticos para la dimensión diferenciación competitiva

Tabla 10
Análisis de la dimensión diferenciación competitiva

Diferenciación competitiva			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	5	5.6
	Casi nunca	6	6.7
	A veces	47	52.2
	Casi siempre	30	33.3
	Siempre	2	2.2
Total		90	100.0

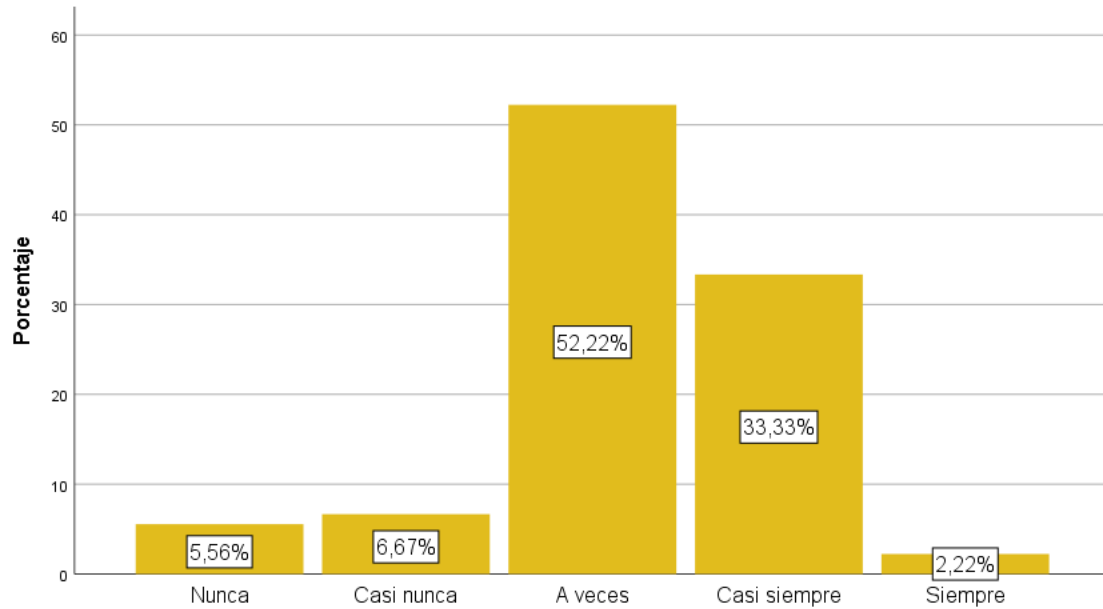


Figura 6
Diferenciación competitiva

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 5.56% (5) de estos, denotan que nunca toman importancia a la diferenciación competitiva que pueden ejercer dentro de sus asociaciones; en tanto que un 6.67% (6) denotan que casi nunca; en cambio, un 52.22% (47) denotan que a veces; a diferencia de un 33.33% (30) que denotan que casi siempre; y finalmente un 2.22% (2) que denotan que siempre.

4.1.1.7. Resultados estadísticos para la dimensión capacidad innovadora

Tabla 11
Análisis de la dimensión capacidad innovadora

Capacidad innovadora			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	6	6.7
	Casi nunca	17	18.9
	A veces	35	38.9
	Casi siempre	29	32.2
	Siempre	3	3.3
	Total	90	100.0

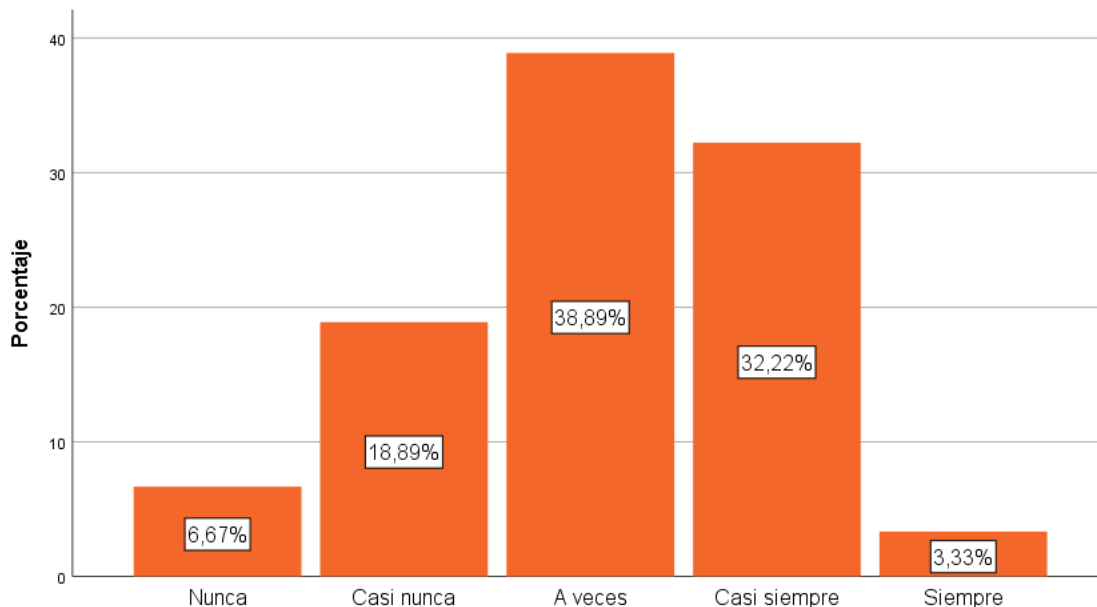


Figura 7
Capacidad innovadora

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 6.67% (6) de estos, denotan que nunca toman importancia a la capacidad innovadora para la mejora dentro de sus asociaciones; en tanto que un 18.89% (17) denotan que casi nunca; en cambio, un 38.89% (35) denotan que a veces; a diferencia de un 32.22% (29) que denotan que casi siempre; y finalmente un 3.33% (3) que denotan que siempre.

4.1.1.8. Resultados estadísticos para la dimensión capacidades del capital humano

Tabla 12
Análisis de la dimensión capacidades del capital humano

Capacidades del capital humano			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nunca	1	1.1
	Casi nunca	19	21.1
	A veces	45	50.0
	Casi siempre	24	26.7
	Siempre	1	1.1
	Total	90	100.0

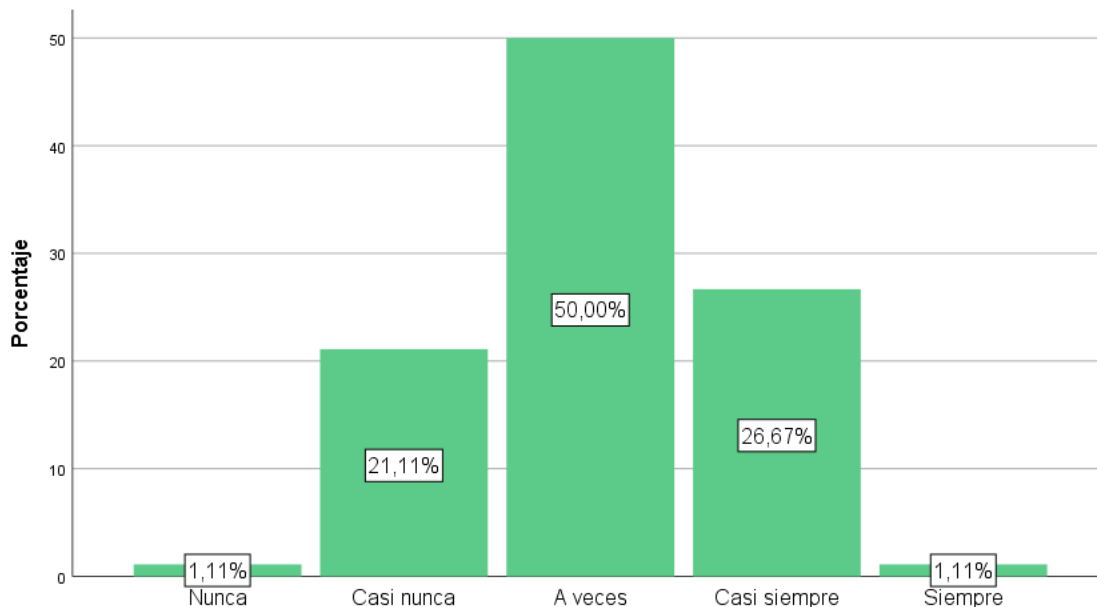


Figura 8
Capacidades del capital humano

Interpretación: de los 90 sujetos sometidos a estudio, se halló que, un 1.11% (1) de estos, denotan que nunca toman importancia a la capacidad del capital humano que tienen dentro de sus asociaciones; en tanto que un 21.11% (19) denotan que casi nunca; en cambio, un 50% (45) denotan que a veces; a diferencia de un 26.67% (24) que denotan que casi siempre; y finalmente un 1.11% (1) que denotan que siempre.

4.1.2. Tablas cruzadas por variables y dimensiones

4.1.2.1. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la variable competitividad empresarial

Tabla 13
Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la variable competitividad empresarial

		Tabla cruzada Planeamiento estratégico*Competitividad empresarial						
		V2					Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
VI	Nunca	Recuento	0	1	1	0	0	2
		% del total	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	2.2%
	Casi nunca	Recuento	1	5	4	2	1	13
		% del total	1.1%	5.6%	4.4%	2.2%	1.1%	14.4%
	A veces	Recuento	3	11	16	7	0	37
		% del total	3.3%	12.2%	17.8%	7.8%	0.0%	41.1%
	Casi siempre	Recuento	0	9	14	7	0	30
		% del total	0.0%	10.0%	15.6%	7.8%	0.0%	33.3%
	Siempre	Recuento	1	5	1	1	0	8
		% del total	1.1%	5.6%	1.1%	1.1%	0.0%	8.9%
	Total	Recuento	5	31	36	17	1	90
		% del total	5.6%	34.4%	40.0%	18.9%	1.1%	100.0%

Interpretación: Mediante la tabla cruzada entre las variables, se denota que, en base a los datos analizados y la escala empleada, en relación al 100% (90) de la muestra considerada, se visualiza que, entre los valores analizados, se identifica una relación significativa, en base a los valores del valor a veces (40% y 41.1%).

4.1.2.2. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión habilidades directivas

Tabla 14
Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión habilidades directivas

		Tabla cruzada Planeamiento estratégico*Habilidades directivas						
		D1					Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
VI	Nunca	Recuento	0	2	0	0	0	2
		% del total	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
	Casi nunca	Recuento	2	9	0	1	1	13
		% del total	2.2%	10.0%	0.0%	1.1%	1.1%	14.4%
	A veces	Recuento	3	6	24	4	0	37
		% del total	3.3%	6.7%	26.7%	4.4%	0.0%	41.1%
	Casi siempre	Recuento	0	9	7	12	2	30
		% del total	0.0%	10.0%	7.8%	13.3%	2.2%	33.3%
	Siempre	Recuento	1	3	4	0	0	8
		% del total	1.1%	3.3%	4.4%	0.0%	0.0%	8.9%
	Total	Recuento	6	29	35	17	3	90
		% del total	6.7%	32.2%	38.9%	18.9%	3.3%	100.0%

Interpretación: Mediante la tabla cruzada entre la variable y la dimensión, se identifica que, en base a la proporción de los datos analizados y la escala

ordinal de Likert empleada, en relación al 100% (90) de la muestra considerada, se visualiza que, entre los valores analizados, se identifican diferencias significativas, en base a los valores del valor casi nunca y a veces (32.2% y 38.9%) y a veces (41.1%).

4.1.2.3. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión diferenciación competitiva

Tabla 15

Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión diferenciación competitiva

		Tabla cruzada Planeamiento estratégico*Diferenciación competitiva						
		D2					Total	
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
VI	Nunca	Recuento	0	0	1	1	0	2
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	2.2%
Casi nunca		Recuento	0	0	8	5	0	13
		% del total	0.0%	0.0%	8.9%	5.6%	0.0%	14.4%
A veces		Recuento	3	3	18	11	2	37
		% del total	3.3%	3.3%	20.0%	12.2%	2.2%	41.1%
Casi siempre		Recuento	2	2	15	11	0	30
		% del total	2.2%	2.2%	16.7%	12.2%	0.0%	33.3%
Siempre		Recuento	0	1	5	2	0	8
		% del total	0.0%	1.1%	5.6%	2.2%	0.0%	8.9%
Total		Recuento	5	6	47	30	2	90
		% del total	5.6%	6.7%	52.2%	33.3%	2.2%	100.0%

Interpretación: Mediante la tabla cruzada entre la variable y la dimensión, se identifica que, en base a los datos analizados y la escala empleada, en relación al 100% (90) de la muestra considerada, se visualiza que, entre los valores analizados, se identifica una relación significativa, en base a los valores del valor a veces (52.2% y 41.1%).

4.1.2.4. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidad innovadora

Tabla 16
Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidad innovadora

		Tabla cruzada Planeamiento estratégico*Capacidad innovadora					Total	
		D3						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
V1	Nunca	Recuento	0	0	1	1	0	2
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	2.2%
Casi nunca	Casi nunca	Recuento	0	3	5	4	1	13
		% del total	0.0%	3.3%	5.6%	4.4%	1.1%	14.4%
A veces	A veces	Recuento	3	5	17	12	0	37
		% del total	3.3%	5.6%	18.9%	13.3%	0.0%	41.1%
Casi siempre	Casi siempre	Recuento	1	6	11	11	1	30
		% del total	1.1%	6.7%	12.2%	12.2%	1.1%	33.3%
Siempre	Siempre	Recuento	2	3	1	1	1	8
		% del total	2.2%	3.3%	1.1%	1.1%	1.1%	8.9%
Total	Total	Recuento	6	17	35	29	3	90
		% del total	6.7%	18.9%	38.9%	32.2%	3.3%	100.0%

Interpretación: Mediante la tabla cruzada entre la variable y la dimensión, se identifica que, en base a los datos analizados y la escala, en relación al 100% (90) de la muestra considerada, se visualiza que, entre los valores analizados, se identifican diferencias significativas, en base a los valores del valor a veces y casi siempre (38.9% y 32.2%) y a veces (41.1%).

4.1.2.5. Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidades del capital humano

Tabla 17
Tabla cruzada entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidades del capital humano

		Tabla cruzada Planeamiento estratégico*Capacidades del capital humano					Total	
		D4						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
V1	Nunca	Recuento	0	1	0	1	0	2
		% del total	0.0%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	2.2%
Casi nunca	Casi nunca	Recuento	0	4	5	3	1	13
		% del total	0.0%	4.4%	5.6%	3.3%	1.1%	14.4%
A veces	A veces	Recuento	1	8	17	11	0	37
		% del total	1.1%	8.9%	18.9%	12.2%	0.0%	41.1%
Casi siempre	Casi siempre	Recuento	0	5	19	6	0	30
		% del total	0.0%	5.6%	21.1%	6.7%	0.0%	33.3%
Siempre	Siempre	Recuento	0	1	4	3	0	8
		% del total	0.0%	1.1%	4.4%	3.3%	0.0%	8.9%
Total	Total	Recuento	1	19	45	24	1	90
		% del total	1.1%	21.1%	50.0%	26.7%	1.1%	100.0%

Interpretación: Mediante la tabla cruzada entre la variable y la dimensión, se identifica que, en base a los datos analizados y la escala empleada, en

relación al 100% (90) de la muestra considerada, se visualiza que, entre los valores analizados, se identifica una relación significativa, en base a los valores del valor a veces (50% y 41.1%).

4.1.3. Prueba de normalidad

4.1.3.1. Prueba de normalidad para la primera variable y sus dimensiones

Tabla 18

Prueba de normalidad para la variable planeamiento estratégico y sus dimensiones

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planeamiento estratégico	0.610	90	0.000	0.989	90	0.000
Evaluación interna	0.100	90	0.000	0.976	90	0.000
Evaluación externa	0.760	90	0.000	0.988	90	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Se denota que en base a la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la bondad de ajuste se aproxima a las características de la muestra determinada (no paramétrica), por lo que se identifica que, según el valor de significancia (sig.=0.000) corresponde a lo esperado para la determinación de las pruebas de contraste correlacionales (sig<0.05), bajo el coeficiente de rho de Spearman (rs).

4.1.3.2. Prueba de normalidad para la segunda variable y sus dimensiones

Tabla 19
Prueba de normalidad para la variable competitividad empresarial y sus dimensiones

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Competitividad empresarial	0.052	90	0.000	0.993	90	0.000
Habilidades directivas	0.100	90	0.000	0.984	90	0.000
Diferenciación competitiva	0.129	90	0.000	0.950	90	0.000
Capacidad innovadora	0.111	90	0.000	0.968	90	0.000
Capacidades del capital humano	0.730	90	0.000	0.986	90	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Se denota que en base a la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la bondad de ajuste se aproxima a las características de la muestra determinada (no paramétrica), por lo que se identifica que, según el valor de significancia (sig.=0.000) corresponde a lo esperado para la determinación de las pruebas de contraste correlacionales (sig<0.05), bajo el coeficiente de rho de Spearman (r_s).

4.1.4. Contrastación de las Hipótesis de investigación

4.1.4.1. Contraste de la hipótesis general

- Planteamiento de hipótesis

H0: El planeamiento estratégico NO se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

H1: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

- Calculo estadístico

Tabla 20
Prueba de correlación para la hipótesis general

Correlaciones			Planeamiento estratégico	Competitividad empresarial
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,885**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	Competitividad empresarial	Coefficiente de correlación	,885**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

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

Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación significativa entre las variables consideradas ($r_s=0.885$, $p<0.05$) a nivel positivo fuerte, acorde a la escala señalada.

- Contrastación:

$$\begin{aligned}
 N &= 90 \\
 r &= 0.885 \\
 t &= \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= 17.8312
 \end{aligned}$$

Interpretación: Acorde al resultado, se identifica que el valor obtenido ($t=17.8312$) es mayor al valor de confianza considerada en el cálculo de la muestra (95% , $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, confirmándose la validez de la hipótesis alterna ($H1$).

4.1.4.2. Contraste de la primera hipótesis específica

- Planteamiento de hipótesis

H0: NO existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

H1: Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

- Calculo estadístico

Tabla 21
Prueba de correlación para la primera hipótesis específica

Correlaciones			Planeamiento estratégico	Habilidades directivas
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,674**
		Sig. (bilateral)	-	,000
		N	90	90
	Habilidades directivas	Coefficiente de correlación	,674**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	-
		N	90	90

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

Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación significativa entre la variable y la dimensión planteada ($r_s=0.674$, $p<0.05$) a nivel positivo medio, acorde a la escala de correlación dada.

- Contrastación:

$$\begin{aligned}
 N &= 90 \\
 r &= 0,674 \\
 t &= \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= 8,5588
 \end{aligned}$$

Interpretación: Acorde al resultado, se identifica que el valor obtenido ($t=8.5588$) es mayor al valor de confianza considerada en el cálculo de la muestra (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, confirmándose la validez de la hipótesis alterna ($H1$).

4.1.4.3. Contraste de la segunda hipótesis específica

- Planteamiento de hipótesis

H0: NO existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

H1: Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

- Calculo estadístico

Tabla 22
Prueba de correlación para la segunda hipótesis específica

Correlaciones				
			Planeamiento estratégico	Diferenciación competitiva
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coeficiente de correlación	1,000	,823**
		Sig. (bilateral)	-	,000
		N	90	90
	Diferenciación competitiva	Coeficiente de correlación	,823**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	-
		N	90	90

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

Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	-0.90 a -0.99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación significativa entre la variable y la dimensión planteada ($r_s=0.823$, $p<0.05$) a nivel positivo fuerte, acorde a la escala de correlación dada.

- Contrastación:

$$\begin{aligned}
 N &= 90 \\
 r &= 0.823 \\
 t &= \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= 13.5913
 \end{aligned}$$

Interpretación: Acorde al resultado, se identifica que el valor obtenido ($t=13.5913$) es mayor al valor de confianza considerada en el cálculo de la muestra (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, confirmándose la validez de la hipótesis alterna ($H1$).

4.1.4.4. Contraste de la tercera hipótesis específica

- Planteamiento de hipótesis

H0: NO existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

H1: Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

- Calculo estadístico

Tabla 23
Prueba de correlación para la tercera hipótesis específica

Correlaciones			Planeamiento estratégico	Capacidad innovadora
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,572**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	Capacidad innovadora	Coefficiente de correlación	,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

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

Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación significativa entre la variable y la dimensión planteada ($r_s=0.572$, $p<0.05$) a nivel positivo medio, acorde a la escala de correlación dada.

- Contrastación:

N = 90

$$r = 0.572$$

$$t = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = 6.5417$$

Interpretación: Acorde al resultado, se identifica que el valor obtenido ($t=6.5417$) es mayor al valor de confianza considerada en el cálculo de la muestra (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, confirmándose la validez de la hipótesis alterna ($H1$).

4.1.4.5. Contraste de la cuarta hipótesis específica

- Planteamiento de hipótesis

H0: NO existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

H1: 4. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

- Calculo estadístico

Tabla 24
Prueba de correlación para la cuarta hipótesis específica

Correlaciones				
			Planeamiento estratégico	Capacidades del capital humano
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coficiente de correlación	1,000	,793**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	90	90
	Capacidades del capital humano	Coficiente de correlación	,793**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	90	90

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

Correlación negativa perfecta	- 1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Interpretación: Se evidencia que existe una relación significativa entre la variable y la dimensión planteada ($r_s=0.793$, $p<0.05$) a nivel positivo fuerte, acorde a la escala de correlación dada.

- Contrastación:

$$\begin{aligned}
 N &= 90 \\
 r &= 0,793 \\
 t &= \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= 12.2107
 \end{aligned}$$

Interpretación: Acorde al resultado, se identifica que el valor obtenido ($t=12.2107$) es mayor al valor de confianza considerada en el cálculo de la muestra (95%, $p=1.96$) siendo que $t>1.96$, confirmándose la validez de la hipótesis alterna ($H1$).

Capítulo V:

5. DISCUSION

5.1. Discusión de resultados obtenidos

La presente investigación tuvo como objetivo general el determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

Se encontraron ciertas barreras como limitaciones, relacionadas al levantamiento de información, así como la aplicación del instrumento de investigación, relacionada a la disposición de los sujetos de estudio como parte de la muestra calculada. Siendo que, la prueba piloto conducida, arrojó un resultado alto en cuanto a la confiabilidad, identificándose el valor del alfa de Cronbach como 0.627, por lo que se procedió con el desarrollo de la investigación y procesamiento de datos levantados.

Partiendo del análisis de la variable planeamiento estratégico, se identificó que, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría, un 41.11% (37) denotan que a veces consideran el planeamiento estratégico como un factor primario en su trabajo, contrastándose con los niveles casi precarios en los que se desempeñan, siendo así, que puede manifestarse que el planeamiento estratégico no es un factor influyente en su preparación y toma de decisiones.

En tanto, para el análisis de las dimensiones, para la primera dimensión evaluación interna, se halló que, en su mayoría, de los 90 sujetos encuestados, un 55.56% (50) denotan que a veces analizan o consideran los aspectos internos que pueden presentarse en sus asociaciones; enfocándose como una evaluación, esto puede sugerir que el trabajo que se da en estas asociaciones solo se direcciona en el cumplimiento de metas a corto plazo o que se manifiestan en las situaciones del día a día. Para la segunda dimensión evaluación externa, se determinó que, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría, un 42.22% (38) denotan que a veces realizan un análisis externo del entorno en el que se desenvuelven sus asociaciones, que se puede traducir en que, estas asociaciones, se desenvuelven en un entorno limitado a su propia percepción, sin considerar elementos o factores que podrían afectarlos en ciertos escenarios.

Para el análisis de la segunda variable competitividad empresarial, se identificó que, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría, un 34.44% (31) y 40% (36) denotan que casi nunca y a veces, respectivamente, perciben ser competitivos empresarialmente en su asociaciones, que se puede expresar en que esta competitividad se ve condicionada por factores que los dirigentes no toman en cuenta, o, en un análisis macro, que son competitivos solo en un contexto limitado.

En tanto para el análisis de las dimensiones, para la primera dimensión habilidades directivas, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría un 32.22% (29) y 38.89% (35) denotan que casi nunca y a veces, respectivamente, toman importancia a las habilidades de los directivos o dirigentes en sus asociaciones, esto puede denotarse en la poca o nula capacidad de gestión que podría definirse en estas asociaciones, enfocadas a la competitividad y el planteamiento que se pueda dar. Para la segunda dimensión diferenciación competitiva, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría, un 52.2% (47) denotan que a veces toman importancia a la diferenciación competitiva que pueden ejercer dentro de sus asociaciones, lo que se entiende como, que no hay un interés alto en querer diferenciarse entre ellos, o en el mercado donde se desempeñan. Para la tercera dimensión capacidad innovadora, de los 90 sujetos encuestados, en su mayoría, un 38.89% (35) y 32.22% (29) denotan que casi nunca y a veces, respectivamente, toman importancia a la capacidad innovadora para la mejora dentro de sus asociaciones, enfocándose en un escenario en donde mantenerse actualizados no es una prioridad inmediata. Finalmente, para la cuarta dimensión capacidades del capital humano, de los 90 sujetos, en su mayoría, un 50% (45) denotan que nunca toman importancia a la capacidad del capital humano que tienen dentro de sus asociaciones, que se expresa en que no se toma mucha importancia al personal que está en áreas relacionadas a producción, o tal vez, existe una deficiencia en cuanto los factores de consideración para este capital humano.

Para las pruebas de normalidad, se denoto, que en base a la prueba de Kolmogorov-Smirnov, la bondad de ajuste se aproxima a las características de la muestra determinada (no paramétrica), por lo que se identificó que, según el valor de significancia ($sig.=0.000$) corresponde a lo esperado para la determinación de

las pruebas de contraste correlacionales ($sig < 0.05$), bajo el coeficiente de rho de Spearman (r_s), por lo que se procedió a las contrastaciones de hipótesis.

Los resultados anteriores permitieron contrastar la hipótesis general de estudio que consistió en determinar si *el planeamiento estratégico se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se determinó que, según la prueba estadística de correlación, que existe una relación a un nivel positivo fuerte ($r_s = 0.885$, $p < 0.05$) contrastada también el nivel de significancia ($sig. = 0.00 < 0.05$), verificada también en la información que brinda la tabla cruzada, que denota que, se identifica una relación significativa, en base a los valores del nivel a veces (40% y 41.1%). Por lo que puede decirse que, en palabras de Reina (2017), la formulación de un plan estratégico, es una buena practica a largo plazo, “ya que lo ayuda a posicionarse a las adversidades que se presenten en el futuro”, lo que presenta, que, en el escenario estudiado, la mayoría de las asociaciones, en algún momento tendrá problemas a futuro, si ya no lo tienen, con su aspecto funcional, siendo que también, puede determinarse que afectara a su competitividad, y se verán condicionados bajo cierto escenario a mantenerse o adoptar medidas críticas para su continuidad.

Para la primera hipótesis específica planteada, que pretendió identificar si *existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se determinó que, según la prueba estadística de correlación, que existe una relación a un nivel positivo medio ($r_s = 0.674$, $p < 0.05$) contrastada también el nivel de significancia ($sig. = 0.00 < 0.05$), verificada también en la información que brinda la tabla

cruzada, que denota que, se identifican diferencias significativas, en base a los valores del valor casi nunca y a veces (32.2% y 38.9%) y a veces (41.1%). Al respecto, Chaves (2019), expresa que, dentro de los factores a evaluarse en la planificación estratégica, deben de considerarse elementos que afecten o condiciones aspectos netos de la organización o empresa, en este caso, las asociaciones determinan que, estos factores al no estudiarse, caen en cierta dejadez que las afecta de forma indirecta; la “micro gestión” señalada por el autor señalado, expresa que si no se aprovechan las oportunidades, desde el punto de vista dirigenal, las brechas con el mercado se verán más marcadas y condicionaran a esas asociaciones a futuro.

Para la segunda hipótesis específica planteada, que pretendió determinar si *existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se determinó que, según la prueba estadística de correlación, que existe una relación a un nivel positivo fuerte ($r_s=0.823$, $p<0.05$) contrastada también el nivel de significancia ($sig.=0.00<0.05$), verificada también en la información que brinda la tabla cruzada, que denota que, se identifica una relación significativa, en base a los valores del nivel a veces (52.2% y 41.1%). Quispe (2015) expresa que, para diferenciarse, tiene que ejecutarse un estudio que permita identificar las características en las que se puede destacar, esto dentro del planeamiento, en tanto que dentro del planeamiento las asociaciones deberían de tener cierto enfoque hacia diferenciarse, para ser competitivos, ya que estos, al desenvolverse en el entorno o mercado, determinaran como serán sobresalientes, y como prevalecerán frente a la competencia, de otras asociaciones o en otro entorno.

Para la tercera hipótesis específica planteada, que pretendió determinar si *existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se determinó que, según la prueba estadística de correlación, que existe una relación a un nivel positivo medio ($r_s=0.572$, $p<0.05$) contrastada también el nivel de significancia ($sig.=0.00<0.05$), verificada también en la información que brinda la tabla cruzada, que denota que, se identifican diferencias significativas, en base a los valores del valor a veces y casi siempre (38.9% y 32.2%) y a veces (41.1%). Tejada y Ugaz (2016), determinan que, dentro de la planificación, y el análisis de los factores internos y externos, mencionados en esta investigación, es crucial analizar la innovación que se puede ejecutar como un aspecto notorio en las organizaciones, es así que en las asociaciones que se investigaron, se denota que muchas de ellas, están estancadas en un sentido en el que la comodidad es una característica fácil de mantener, lo cual puede ser perjudicial a futuro, por las propias características y factores del entorno, que a la larga, deterioraran estas asociaciones.

Finalmente, para la cuarta hipótesis específica planteada, que pretendió determinar si *existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín*, se determinó que, según la prueba estadística de correlación, que existe una relación a un nivel positivo fuerte ($r_s=0.793$, $p<0.05$) contrastada también el nivel de significancia ($sig.=0.00<0.05$), verificada también en la información que brinda la tabla cruzada, que denota que, se identifica una relación significativa, en base a los valores del valor a veces (50% y 41.1%). Quispe y Vera (2016), identifican que una de las características que se

desgastan mas en las organizaciones, es el capital humano, por factores que se relacionan con la forma en cómo se planea adaptar la organización para mejorar las condiciones de este trabajador, además de cómo afrontar el entorno y sus cambios para establecer nuevas formas de manejo. Es por lo que, el escenario estudiado, se puede establecer que, de no darse consideraciones concretas en estas asociaciones, se debilitaran sus estructuras, ya precarias, a peos, de forma que muchas fracasaran o serán conducidas a un entorno hostil que no las permita desarrollar.

5.2. Conclusiones

1. En relación al objetivo general, que consistió en *determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se halló que, en base a la prueba estadística de correlación, el coeficiente de rho de Spearman, se identificó una relación positiva fuerte ($r_s=0.885$, $p<0.05$), confirmándose la hipótesis alterna planteada, por lo que se puede decir que, si existe una relación significativa entre la variable planeamiento estratégico y la variable competitividad empresarial.
2. En relación al primer objetivo específico, que consistió en *identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se halló que, en base a la prueba estadística de correlación, el coeficiente de rho de Spearman, se identificó una relación positiva media ($r_s=0.674$, $p<0.05$), confirmándose la hipótesis alterna planteada, por lo que se puede decir que, si existe una relación significativa entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión habilidades directivas.

3. En relación al segundo objetivo específico, que consistió en *identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitiva de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se halló que, en base a la prueba estadística de correlación, el coeficiente de rho de Spearman, se identificó una relación positiva fuerte ($r_s=0.823$, $p<0.05$), confirmándose la hipótesis alterna planteada, por lo que se puede decir que, si existe una relación significativa entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión diferenciación competitiva
4. En relación al tercer objetivo específico, que consistió en *identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se halló que, en base a la prueba estadística de correlación, el coeficiente de rho de Spearman, se identificó una relación positiva media ($r_s=0.572$, $p<0.05$), confirmándose la hipótesis alterna planteada, por lo que se puede decir que, si existe una relación significativa entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidad innovadora.
5. En relación al cuarto objetivo específico, que consistió en *identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020*, se halló que, en base a la prueba estadística de correlación, el coeficiente de rho de Spearman, se identificó una relación positiva fuerte ($r_s=0.793$, $p<0.05$), confirmándose la hipótesis alterna planteada, por lo que se puede decir que, si existe una relación significativa entre la variable planeamiento estratégico y la dimensión capacidades del capital humano.

5.3. Recomendaciones

1. Mediante estos resultados permiten identificar la situación que guardan las empresas asociativas de productores agropecuarios de la región Junín – 2020, en el tema de planeamiento y competitividad empresarial, además los resultados pueden servir para ser contrastados con otras investigaciones realizadas en la región, los cuales arrojan resultados similares en cuanto al nivel de competitividad. Por ello, resulta significativo que este tipo de investigaciones se sigan generando para comprender a escala micro el aparato productivo juninense y con ello, desarrollar estrategias, objetivos y políticas de desarrollo empresarial orientados a obtener ventajas competitivas.
2. Se debe mantener constantemente actualizados toda la información que se tiene con relación a la empresa estudiada, y con ello poder estructurar su plan estratégico, y, hacer partícipes en todo momento a sus trabajadores sobre la visión, misión, políticas, valores, e inculcarles a trabajar enfocados en un objetivo común, teniendo siempre presente la importancia del buen servicio al cliente y/o consumidor quien es un factor muy importante para esta empresa. Se sugiere también que los jefes de cada área tengan una relación más estrecha con el personal, para que de esa manera exista confianza entre ambos, enseñarles y hacerles saber que todos realizan una labor muy importante que permite el desarrollo de esta organización en torno a la competencia.
3. El caso particular de la competitividad permitirá a los directivos y/o gerentes tener un conocimiento específico de las actividades que desarrolla

la empresa en diversas áreas. Este tipo de competitividad puede considerarse como el más importante debido a que es la misma empresa la que tiene el control directo sobre las variables que le permiten desarrollarse y afianzarse en el mercado.

4. Los resultados mostrados indican que las empresariales de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020, son medianamente competitivas, pero con tendencia importante de superar y crecer presentando niveles de competitividad hacia el alza por lo que sugerimos fortalecer las áreas de contabilidad y finanzas, utilizándolo, como punta de partida para lograr que la competitividad de la empresa se incremente.
5. Asimismo, estos resultados permiten abrir otras líneas de investigación a escala micro y tomar en consideración de manera desagregada cada una de las dimensiones para encontrar aquellas acciones o decisiones implementadas de forma incorrecta o no implementadas que puedan ser la clave para mejorar la competitividad. Profundizándose en la indagación de las relaciones y variables aquí estudiadas, realizando estudios similares a otros ámbitos territoriales (por ejemplo, nacionales) y sectoriales. Otro aspecto a considerar en evaluaciones futuras es la incorporación de variables adicionales que expliquen el desempeño empresarial. como tasas de crecimiento, eficiencia y rentabilidad, que complementen los hallazgos presentados a partir de las percepciones de competitividad que expresan los gerentes de las empresas analizadas.
6. Finalmente, es imprescindible que las empresas hagan del tema de la competitividad un referente para ellas si desean realmente ser competitivas a escala nacional e internacional. Es importante que las empresas generen

un cambio en su cultura empresarial, pensar como empresa corporativa, en lugar de la empresa tradicional como mecanismo para profesionalizar todas las áreas que integran una organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almonte Ramírez, Y. (2013). *El capital humano fuente de ventaja competitiva*. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/scm/2013/03/11/el-capital-humano-fuente-de-ventaja-competitiva/>
- Andler, R. (2018). *El análisis Interno y Externo*. Instituto interamericano de Cooperación para al Agricultura. Disponible en: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7043/BVE18040203e.pdf;jsessionid=5128951A1BDD04B28FB941D533C211C1?sequence=1>
- Barney, J. B. (2011). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. 3rd edition, Pearson Education, New Jersey, U.S.A. Disponible en: <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Barney-Gaining-and-Sustaining-Competitive-Advantage-4th-Edition/PGM105343.html>
- Chávez Gutiérrez, J. H. (2019). *Planificación Estratégica y su relación con el nivel de Competitividad y el Desempeño Financiero en las Pymes del sector de plásticos en la Provincia Sabana Centro, Cundinamarca (Colombia)*. [Tesis de posgrado]. Universidad de la Sabana. Colombia. Disponible en: [Planificación%20Estratégica%20y%20su%20relación%20con%20el%20nivel%20de%20Competitividad.pdf](#)
- Claver Cortés, E., Llopis Taverner, J., Molina Manchón, H., Conca Flor, F. J. y Molina Azorín, J. F. (2000). *La tecnología como factor de competitividad: Un análisis a través de la teoría de recursos y capacidades*. Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/17477/6/tecnologiafactor2000.pdf>

- Contreras Contreras, F. (2000). *Planeamiento estratégico en bibliotecas y centros de documentación*. Lima. Disponible en: <https://scholar.google.com/citations?user=cd1J1xcAAAAJ&hl=th>
- Corral, S. (1994) *Strategic planning for library and information services*. London. Disponible en: https://strathprints.strath.ac.uk/36181/1/LISR_2012.pdf
- Espinosa, R. (2018). *Ventaja competitiva: Que es, claves, tipos y ejemplos*. Disponible en: <https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos>
- Fagerberd, J. (1988). *International Competitiveness*. The Economic Journal. Disponible en: https://econpapers.repec.org/article/ecjeconjl/v_3a98_3ay_3a1988_3ai_3a391_3ap_3a355-74.htm
- García Echevarría, S. (1999). *Capacidad directiva y competitividad*. Instituto de dirección y Organización de Empresa. Num. 260. Disponible en: <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/4005/5904571026.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García Osorio, O., Quintero Quintero, J. y Arias Pérez, J. (2014). *Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios*. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v27n49/v27n49a05.pdf>
- Gomez Conde, J., Lopez Valeiras, E., Gonzales Sánchez, M.B. y Rodríguez Gonzales, E. (2012). *Sistemas Contables de gestión, recursos comerciales y capital humano. Un análisis en el sector agroalimentario español*. Disponible en:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-31952012000100008

Hinojosa Pérez, J. A. (2017). *El arte de hacer una tesis: Para pos y pregrado con casos prácticos*. Primera edición. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

Llisterri, J. (2000). *Competitividad y desarrollo económico local*. Disponible en: <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/dp3295.pdf>

Lopez, S. (2017). *Las estrategias de precios en un mercado cada vez mas competitivo*. Disponible en: <https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/marketing-ventas/estrategias-de-precios-en-un-mercado-competitivo/>

Ministerio de Economía y Finanzas de Perú (2000). *Instructivo para la formulación del Plan estratégico Institucional de los Pliegos Presupuestarios del Sector Publico*. Resolución Directorial N° 009-2000-EF-76.01. Separata, Lima: 2000. Disponible en: <https://www.mef.gob.pe/es/por-instrumento/resolucion-directoral/1300-r-d-n-009-2000-ef-76-01/file>

Müller, G. (1995). *El caleidoscopio de la competitividad*. Revista de la CEPAL N° 56. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11993/056137148_es.pdf?sequence=1

Palacios Vilela, J. J., Romero Delgado, H. E. y Ñaupas Paitan, H. (2016). *Metodología de la investigación jurídica*. Primera edición. Editorial Grijley E.I.R.L. Lima.

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*, New York, U.S.A. Disponible en:
<https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>

Porter, M. (1998). *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*, New York, U.S.A. Disponible en:
<https://www.semanticscholar.org/paper/Competitive-Advantage%3A-Creating-and-Sustaining-Porter/f5d6857c5e18f546fed8ba6a5826619cdf55f6c7>

Quispe Condori, D. M. (2015). *Planificación Estratégica y Competitividad Empresarial en el Complejo Recreacional Ponceca Ecoturístico del Distrito de Andahuaylas, 2015*. [Tesis pregrado]. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú. Disponible en:
<http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/235/25-2016-EPAE-QUISPE%20CONDORI-PLANIFICACION%20ESTRATEGICA%20Y%20COMPETITIVIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

QuispeRamírez, J. y Vera Manrique, W. M. (2016). *Aplicación del Planeamiento Estratégico en la Ventaja Competitiva de los Comerciantes de frutas de la Provincia de Chincha*. [Tesis de pregrado]. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Perú. Disponible en:
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3830/TESIS_%20QUISPE%20RAMIREZ%20J.%20Y%20VERA%20MANRIQUE%20W.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Reina Morán, C. A. (2017). *Plan Estratégico para mejorar la Competitividad de la Hacienda Productora de Banana, "Rigo"*. [Tesis de pregrado]. Universidad Estatal de Milagro. Ecuador. Disponible en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/3269/propuesta%20obtencion%20del%20titulo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Romo Vázquez, H. y Rivas Tovar, L. A. (2012). *Modelo de competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil en México*. Contaduría y administración, 57(1). Disponible en:

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000100007&lng=es&tlng=es

Ruesga, S. y Da Silva, J. (2007). *Competitividad y globalización: Nuevos y viejos desafíos*. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/index.php/PAPE/article/viewFile/PAPE0707220007A/25690>

Sanja, G. (2011). *Planeación Estratégica Organizacional. Análisis del Ambiente Externo*.

Disponible en: <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/50289-planeacion-estrategica#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20del%20ambiente%20externo,industrial%20y%20el%20ambiente%20competitivo.&text=Se%20debe%20tener%20en%20cuenta,Econ%C3%B3mico>.

Scott, B. y Lodge, G. (1985) *Us Competitiveness in the world economy*. Harvard Business School Press. Disponible en:

[https://books.google.com.pe/books?id=LUBP24UjdJMC&pg=PA69&lpg=PA69&dq=Scott,+B.+y+Lodge,+G.+\(1985\)+Us+Competitiveness+in+the+world+economy.+Harvard+Business+School+Press&source=bl&ots=zdoMJID-h_&sig=ACfU3U2-USqDIWfDmI1LAU5c8oRtpYOJjg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwidkv7e1JPqAhVwQjABHXHZDNsQ6AEwA3oECAYQAQ#v=onepage&q=Scott%2C%20](https://books.google.com.pe/books?id=LUBP24UjdJMC&pg=PA69&lpg=PA69&dq=Scott,+B.+y+Lodge,+G.+(1985)+Us+Competitiveness+in+the+world+economy.+Harvard+Business+School+Press&source=bl&ots=zdoMJID-h_&sig=ACfU3U2-USqDIWfDmI1LAU5c8oRtpYOJjg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwidkv7e1JPqAhVwQjABHXHZDNsQ6AEwA3oECAYQAQ#v=onepage&q=Scott%2C%20)

[B.%20y%20Lodge%2C%20G.%20\(1985\)%20Us%20Competitiveness%20in%20the%20world%20economy.%20Harvard%20Business%20School%20Press&f=false](https://www.yourlodge.com/g/1985/us/competitiveness-in-the-world-economy-harvard-business-school-press&f=false)

Serna Gómez, H. (1994). *Planeación y gestión estratégica*. Bogotá. Disponible en: <https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=5805>

Serna, F. (2008). *Gerencia Estratégica*. México. Global Ediciones. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022812005.pdf>

Soberon Salcedo, E. (2018). *Elaboración de un Plan Estratégico y su relación con la competitividad de la empresa SODEL Ingenieros Servicios Generales*. [Tesis de pregrado]. Universidad Privada del Norte. Perú. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21253/Soberon%20Salcedo%20Eduar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Steiner, G. A. (1983). *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*. México. Disponible en: <https://es.slideshare.net/EdgarVasquezCruz/planeacion-estrategica-steiner-44715639>

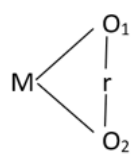
Tejada Ludeña, G. B. (2016). *Propuesta de un plan Estratégico Para Mejorar La Competitividad De La Empresa “Serviconfort E.I.R.L.” De La Ciudad De Trujillo Periodo 2016 – 2018*. [Tesis de pregrado]. Universidad Privada Antenor Orrego. Peru. Disponible en: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2321/1/RE_ADMI_GREYSI.TEJADA_CLAUDIA.UGAZ_PROPUESTA.DE.UN.PLAN.ESTRATEGICO.PARA.MEJORAR.LA.COMPETITIVIDAD_DATOS.PDF

Vázquez Abad, J. (2002). *La relación entre la estructura financiera y la estrategia competitiva de la empresa desde el punto de vista de control del riesgo: una mención especial a la estrategia de diferenciación*. Disponible en: http://www.usc.es/econo/RGE/Vol%2011_1/Castelan/La%20relaci%F3n%20entre%20la%20estructura%20financiera....pdf

14. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?</p> <p>Problemas específicos: 1. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020? 2. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020? 3. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020? 4. ¿Existe una relación entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.</p> <p>Problemas específicos: 1. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 2. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 3. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 4. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.</p>	<p>Hipótesis general: El planeamiento estratégico se relaciona significativamente en la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.</p> <p>Hipótesis específicas: 1. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 2. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitivas de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 3. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020. 4. Existe una relación significativa entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020.</p>	<p>V1: Planeamiento estratégico</p> <p>V2: Competitividad empresarial</p>	<p>D1: Interno</p> <p>D2: Externo</p> <p>D1: Habilidades Directivas</p> <p>D2: Diferenciación competitiva</p> <p>D3: Capacidad innovadora.</p> <p>D4: Capacidades del capital humano</p>	<p>Administración Marketing Operaciones Finanzas Personal TIC's (Tecnologías de la información y comunicación) Contexto social Cultura Idiosincrasia Ambiente Normas Gobierno Avances tecnológicos Mejoras de producción Producción</p> <p>Habilidades personales Habilidades interpersonales Habilidades grupales Producto o servicio Calidad Flexibilidad Precio Comunicación e imagen Distribución Entorno Procesos Confianza Capacidad Comportamiento Costumbre del trabajo comunal</p>	<p>Tipo de investigación: Básica, transversal, no experimental</p> <p>Diseño de investigación: Descriptivo correlacional</p>  <p>Donde: M: muestra O: variable R: relación</p> <p>Población y muestra: 90 asociaciones agropecuarias</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnicas de análisis y procesamiento de información: - Estadística descriptiva (tablas de frecuencia y gráficos) - Estadística inferencial (coeficiente de correlación de Rho de Spearman) - Análisis en Excel y SPSS 25</p>

Anexo 2. Instrumentos para la recolección de datos

CUESTIONARIO

El presente cuestionario, forma parte de la investigación de Posgrado Titulado: **Planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Junín – 2020**. La información que se proporcionará tendrá un tratamiento académico anónimo.

Instrucciones: responda marcando aspa (X) en cada cuadro acorde a la siguiente escala dada, se le agradece su consideración.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	Aveces	Casi siempre	Siempre

VARIABLE 1: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO					
D1: FACTORES ITERNOS					
	1	2	3	4	5
1. Es importante establecer un manejo administrativo mínimo en su asociación					
2. Hace publicidad para mejorar con sus clientes					
3. Establece procedimientos para manejar su producción					
4. Establece mecanismos para manejar sus finanzas, como gastos e ingresos					
5. Tiene procedimientos para manejar el personal a su cargo					
6. Implementa herramientas para la mejora de sus procesos administrativos					
D2: FACTORES EXTERNOS					
7. Se debe de analizar el contexto social donde se desempeña para cambiar cosas					
8. El factor cultural influye en la decisión de los clientes					
9. La forma de comportarse y pensar del cliente influye en lo que compra					
10. El ambiente debe ser propicio para producir y hacer los negocios					
11. Las normas y leyes afectan su desarrollo, peor también lo benefician de cierta forma					
12. El gobierno debe ofrecer apoyo y ayuda económica, y técnica					
13. Se aprovechan e implementan los avances tecnológicos para la mejora de la organización					
14. Se consideran mejoras para el crecimiento de la producción y su aprovechamiento					
15. La producción del sector es considerada para determinar las acciones a realizarse					


VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL					
D1: HABILIDADES DIRECTIVAS	1	2	3	4	5
16. Las habilidades de los dirigentes tienen que enfocarse a las situaciones personales					
17. Los dirigentes tienen que considerar los aspectos de cada persona					
18. El desarrollo de trabajadores y dirigentes tiene que ser constante					
19. Se debe fomentar las relaciones entre trabajadores, para desarrollar un entorno cordial					
20. Los grupos de trabajadores deben enfocarse al desarrollo constante de sus actividades					
21. Se fomenta la formación de grupos laborales					
D2: DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA					
22. Se debe enfocar diferenciar el producto de la competencia que se tenga					
23. La calidad es tomada como un factor o característica esencial					
24. Se es flexible para cambiar aspectos deficientes en la asociación					
25. El precio es un factor clave, que debe de manejarse con cautela					
26. Es importante la comunicación para ser competitivo					
27. Se debe establecer una cadena de distribución eficaz					
D3: CAPACIDAD INNOVADORA					
28. El entorno hace que se establezcan criterios de innovación					
29. Se tiene que innovar para diferenciarse					
30. Los procesos que tiene definidos se evalúan constantemente					
31. Se establecen procesos acordes a la capacidad que se tiene					
32. Se enfoca el trabajo a la confianza de tener ingresos					
33. Tiene que percibirse confianza en los productos o servicios contratados por el cliente					
D4: CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO					
34. Los trabajadores tienen que capacitarse, o debe darles capacitación					
35. Los trabajadores deben capacitarse en áreas específicas y no en general					
36. Se realizan evaluaciones al comportamiento del trabajador					
37. Se establecen normas y regulaciones para el desarrollo del trabajo					
38. El trabajo se condiciona por las costumbres de los trabajadores					
39. Se debe de priorizar las costumbres del trabajo en la zona donde se desempeña					

Anexo 3. Base de datos

ITEM	VARIABLE 1: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO			V2: COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL				
	D1: INTERNO	D2: EXTERNO	TOTAL	D1: HABILIDADES DIRECTIVAS	D2: DIFERENCIACION COMPETITIVA	D5: CAPACIDAD INNOVADORA	D6: CAPACIDADES DEL CAPITAL HUMANO	TOTAL
	TOTAL	TOTAL		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	
Sujeto 1	21	35	56	22	24	21	19	86
Sujeto 2	26	32	58	19	21	20	25	85
Sujeto 3	21	34	55	19	20	24	20	83
Sujeto 4	20	35	55	23	16	25	16	80
Sujeto 5	17	31	48	23	21	23	26	93
Sujeto 6	18	26	44	18	12	15	26	71
Sujeto 7	19	22	41	13	21	18	19	71
Sujeto 8	18	36	54	21	22	16	21	80
Sujeto 9	18	24	42	17	21	21	17	76
Sujeto 10	9	26	35	17	18	16	23	74
Sujeto 11	28	36	64	17	12	17	20	66
Sujeto 12	7	26	33	15	25	21	18	79
Sujeto 13	25	35	60	25	6	24	18	73
Sujeto 14	14	42	56	20	21	23	26	90
Sujeto 15	28	34	62	22	21	25	27	95
Sujeto 16	16	30	46	23	19	18	27	87
Sujeto 17	28	34	62	28	13	22	21	84
Sujeto 18	19	30	49	19	24	21	24	88
Sujeto 19	29	34	63	20	15	11	18	64
Sujeto 20	13	32	45	21	26	20	20	87
Sujeto 21	12	32	44	22	17	22	25	86
Sujeto 22	20	31	51	21	14	21	21	77
Sujeto 23	21	31	52	20	11	18	25	74
Sujeto 24	25	42	67	21	21	21	24	87
Sujeto 25	21	30	51	21	27	24	23	95
Sujeto 26	30	32	62	22	20	26	25	93
Sujeto 27	13	27	40	18	26	24	24	92
Sujeto 28	23	31	54	16	17	18	20	71
Sujeto 29	10	30	40	17	24	24	19	84
Sujeto 30	28	30	58	25	17	17	14	73
Sujeto 31	21	34	55	18	27	24	20	89
Sujeto 32	24	34	58	26	19	20	16	81
Sujeto 33	20	36	56	26	20	25	21	92
Sujeto 34	21	38	59	17	21	25	23	86
Sujeto 35	17	39	56	19	17	28	22	86
Sujeto 36	19	16	35	11	18	28	24	81
Sujeto 37	24	21	45	17	23	10	18	68
Sujeto 38	12	27	39	11	20	10	16	57
Sujeto 39	29	35	64	20	22	13	19	74
Sujeto 40	16	32	48	20	30	21	24	95
Sujeto 41	29	28	57	20	16	18	21	75
Sujeto 42	16	32	48	15	27	15	18	75
Sujeto 43	26	32	58	17	20	17	21	75
Sujeto 44	20	36	56	18	27	19	21	85
Sujeto 45	21	32	53	22	22	21	24	89
Sujeto 46	26	35	61	15	20	23	25	83
Sujeto 47	29	32	61	17	26	17	21	81
Sujeto 48	19	31	50	11	28	17	23	79
Sujeto 49	20	29	49	15	21	12	20	68
Sujeto 50	23	31	54	21	21	14	23	79
Sujeto 51	16	24	40	27	23	19	22	91
Sujeto 52	22	25	47	21	24	23	16	84
Sujeto 53	14	23	37	16	23	16	21	76
Sujeto 54	21	27	48	22	24	21	23	90
Sujeto 55	18	23	41	20	23	19	21	83
Sujeto 56	21	29	50	24	27	20	24	95
Sujeto 57	21	27	48	22	28	25	20	95
Sujeto 58	19	21	40	17	19	18	15	69
Sujeto 59	20	25	45	20	18	18	20	76
Sujeto 60	18	28	46	23	24	19	22	88
Sujeto 61	16	23	39	17	23	20	17	77
Sujeto 62	16	28	44	20	22	23	23	88
Sujeto 63	24	26	50	24	24	16	19	83
Sujeto 64	16	26	42	20	17	19	23	79
Sujeto 65	20	30	50	24	26	23	18	91
Sujeto 66	22	26	48	22	19	21	11	73
Sujeto 67	19	26	45	22	26	24	21	93
Sujeto 68	19	29	48	20	23	23	16	82
Sujeto 69	17	26	43	18	25	17	20	80
Sujeto 70	16	26	42	23	21	20	26	90

Sujeto 71	17	26	43	20	20	24	16	80
Sujeto 72	18	27	45	19	16	25	23	83
Sujeto 73	12	21	33	19	21	23	26	89
Sujeto 74	19	27	46	21	12	15	26	74
Sujeto 75	17	24	41	16	21	18	20	75
Sujeto 76	21	30	51	20	22	16	19	77
Sujeto 77	14	23	37	17	21	21	18	77
Sujeto 78	15	23	38	19	18	16	23	76
Sujeto 79	19	27	46	21	12	17	17	67
Sujeto 80	15	24	39	19	25	21	16	81
Sujeto 81	14	34	48	21	6	24	23	74
Sujeto 82	24	33	57	24	21	23	24	92
Sujeto 83	14	24	38	30	21	25	30	106
Sujeto 84	22	27	49	25	19	18	21	83
Sujeto 85	18	30	48	25	13	22	23	83
Sujeto 86	21	32	53	25	24	21	22	92
Sujeto 87	21	37	58	30	15	11	21	77
Sujeto 88	19	35	54	28	26	20	21	95
Sujeto 89	19	39	58	29	17	22	23	91
Sujeto 90	18	38	56	28	14	21	22	85

Anexo 4. Evidencia digital de similitud

turnitin  | Planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de productores agropecuarios de la región...


8 de 14 > ?

Resumen de coincidencias X

17%

20

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN
ESTRATÉGICA EMPRESARIAL



TENIS

Planeamiento estratégico y la competitividad empresarial de las asociaciones de
productores agropecuarios de la región Lima, 2015

AUTORA:
Francisca Burgos, skian

PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestría en Gestión Estratégica Empresarial

ASESOR:
Dr. Yago Celis, Elibeth AGUIRRE
HWY 300 2060 1002 2065 0115

LIMA, PERÚ

2016

- 1 Entregado a Universida... Trabajo de estudiante 2%
- 2 www.scielo.org.mx Fuente de Internet 2%
- 3 www.repositorioacade... Fuente de Internet 2%
- 4 Entregado a Universida... Trabajo de estudiante 1%
- 5 Entregado a Universida... Trabajo de estudiante 1%
- 6 repositorio.unajma.edu... Fuente de Internet 1%
- 7 repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet 1%

Página: 1 de 90 | Número de palabras: 13277 | High Resolution | Text-only Report | Activado

Anexo 5. Autorización de publicación en el repositorio


**UNIVERSIDAD
PERUANA DE
CIENCIAS E
INFORMÁTICA**

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN
DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN O TESIS
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI**

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: FERNÁNDEZ BERROSPÍ ALCIA

DNI: 20096060 Correo electrónico: alciafer@hotmail.com

Domicilio: Calle Huancayo 291- Huankuas

Teléfono fijo: _____ Teléfono celular: 984511887

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO Ó TESIS

Facultad/Escuela: POSGRADO

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:
PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

3.- OBTENER:

Bachiller () Título () Mg. (X) Dr. () PhD. ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el documento indicado en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencias e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art23 y Art.33.

Autorizo la publicación de mi tesis (marque con una X):

Sí, autorizo el depósito y publicación total.

No, autorizo el depósito ni su publicación.

Como constancia firmo el presente documento en la ciudad de Lima, a los _____ días del mes de _____ de 2020.



 Firma



Anexo 6. Matrices de validación de expertos

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Objetivo	Variable	Dimensiones	N° ítem	CONTENIDO		Observaciones
				Claridad	Congruencia	
Determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad interna de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Huancabamba - 2020.	VI: Planeamiento estratégico	D1: Interno	1. Es importante establecer un manejo administrativo sólido en su asociación. 2. Hace publicidad para mejorar con sus clientes. 3. Establece procedimientos para manejar su producción. 4. Establece mecanismos para manejar sus finanzas, como gastos e ingresos. 5. Tiene procedimientos para manejar al personal a su cargo. 6. Implementa herramientas para la mejora de sus procesos administrativos.	C	C	NINGUNA
		D2: Externo	7. Se debe de analizar el entorno social donde se desarrolla para cambiar cosas. 8. El factor cultural influye en la decisión de los clientes. 9. La forma de comportarse y tratar del cliente influye en lo que compra. 10. El ambiente debe ser propicio para producir y hacer los negocios. 11. Las acciones y leyes afectan su desarrollo, pero también le benefician de cierta forma. 12. El gobierno debe ofrecer apoyo y ayuda económica, y técnica. 13. Se aprovechan e implementan los avances tecnológicos para la mejora de la organización. 14. Se consideran mejoras para el crecimiento de la producción y su aprovechamiento. 15. La producción del sector es considerada para determinar las acciones a realizarse.	C	C	NINGUNA
1. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Huancabamba - 2020.	V2: Competitividad agropecuaria	D1: Habilidades directivas	16. Las habilidades de los dirigentes tienen que enfocarse a las situaciones personales. 17. Los dirigentes tienen que considerar los aspectos de cada persona. 18. El desarrollo de trabajadores y dirigentes tiene que ser constante. 19. Se debe fomentar las relaciones entre trabajadores, para desarrollar un entorno cordial. 20. Los grupos de trabajadores deben enfocarse al desarrollo constante de sus actividades. 21. Se fomenta la formación de grupos laborales.	C	C	NINGUNA
D2: Diferenciación competitiva			22. Se debe enfocar diferenciar al producto de la competencia que se tenga. 23. La calidad es tomada como un factor o característica esencial. 24. Se es flexible para cambiar aspectos deficientes en la asociación. 25. El precio es un factor clave, que debe de manejarse con cuidado. 26. Es importante la comunicación para ser competitivo. 27. Se debe establecer una cadena de distribución eficaz.	C	C	NINGUNA
2. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Huancabamba - 2020.		D3: Capacidad innovadora	28. El sistema hace que se establezcan criterios de innovación. 29. Se tiene que innovar para diferenciarse. 30. Los procesos que tiene deficiencias se actualizan constantemente. 31. Se establecen procesos acordes a la capacidad que se tiene. 32. Se enfoca el trabajo a la confianza de tener ingresos. 33. Tiene que producir confianza en los productos o servicios contratados por el cliente.	C	C	NINGUNA
3. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Huancabamba - 2020.		D4: Capacidades del capital humano	34. Los trabajadores tienen que capacitarse, o debe darse capacitación. 35. Los trabajadores deben capacitarse en áreas específicas y no en general. 36. Se realizan evaluaciones al comportamiento del trabajador. 37. Se establecen normas y regulaciones para el desarrollo del trabajo. 38. El trabajo se concluye por los estándares de los trabajadores. 39. Se debe de priorizar los estándares del trabajo en la zona donde se desarrolla.	C	C	NINGUNA

CRITERIO:
Validar de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se valida mediante juicio de expertos.

ESTRUCTURACION:
En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA. La relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente. Si lo cree conveniente, añada sus observaciones.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO
Apellidos y nombre: JUAN MANUEL SANCHEZ SOTO
DNE: 20080726
Grado Académico y Profesión: DOCTOR EN ADMINISTRACION

Firma: 

MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS.

Objetivo	Variable	Dimensión	N° Ítem	CONTENIDO		Observaciones
				Claridad	Congruencia	
Determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad interna de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jujuy – 2020.	VI: Planeamiento estratégico	DI: Interno	1. Es importante establecer un manejo administrativo eficiente en su asociación 2. Hace publicidad para mejorar con sus clientes 3. Establece procedimientos para manejar su producción 4. Establece mecanismos para manejar sus finanzas, costos gastos e ingresos 5. Tiene procedimientos para manejar al personal a su cargo 6. Implementa herramientas para la mejora de sus procesos administrativos	C	C	NINGUNO
		DE: Externo	7. Se debe de analizar el contexto social donde se desarrolla para cambiar cosas 8. El factor cultural influye en la decisión de los clientes 9. La forma de comportarse y pensar del cliente influye en lo que compra 10. El ambiente debe ser propicio para producir y hacer los negocios 11. Las normas y leyes afectan su desarrollo, pero también lo benefician de cierta forma 12. El gobierno debe ofrecer apoyo y ayuda económica, y técnica 13. Se aprovechan e implementan los avances tecnológicos para la mejora de la organización 14. Se consultan mejoras para el crecimiento de la producción y su aprovechamiento 15. La producción del sector es orientada para determinar las acciones a realizar	C	C	NINGUNO
1. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jujuy – 2020.	V2: Competitividad empresarial	DI: Habilidades directivas	16. Las habilidades de los dirigentes tiene que enfocarse a las situaciones personales 17. Los dirigentes tiene que considerar los aspectos de cada persona 18. El desarrollo de trabajadores y dirigentes tiene que ser constante 19. Se debe fomentar las relaciones entre trabajadores, para desarrollar un entorno cordial 20. Los grupos de trabajadores deben enfocarse al desarrollo constante de sus actividades 21. Se fomenta la formación de grupos laborales	C	C	NINGUNO
2. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitiva de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jujuy – 2020.		DE: Diferenciación competitiva	22. Se debe evitar duplicar el producto de la competencia que se tenga 23. La calidad es tomada como un factor o característica esencial 24. Se es flexible para cambiar aspectos deficientes en la asociación 25. El precio es un factor clave, que debe de manejarse con cautela 26. Es importante la comunicación para ser competitivo 27. Se debe establecer una cadena de distribución eficaz	C	C	NINGUNO
3. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jujuy – 2020.		DI: Capacidad innovadora	28. El sistema hace que se establezcan criterios de innovación 29. Se tiene que innovar para diferenciarse 30. Los procesos que tiene definidos se evalúan constantemente 31. Se establecen procesos según a la capacidad que se tiene 32. Se evalúa el trabajo a lo cotidiano de tener ingresos 33. Tiene que permitirse conflictos en los productos o servicios contratados por el cliente	C	C	NINGUNO
4. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jujuy – 2020.		DE: Capacidades del capital humano	34. Los trabajadores tiene que capacitarse, o debe darles capacitación 35. Los trabajadores deben capacitarse en áreas específicas y no en general 36. Se realizan evaluaciones al comportamiento del trabajador 37. Se establecen normas y regulaciones para el desarrollo del trabajo 38. El trabajo se condiciona por los costumbres de los trabajadores 39. Se debe de generar las costumbres del trabajo en la zona donde se desarrolla	C	C	NINGUNO

CRITERIO:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente. Si lo cree conveniente, añada sus observaciones.

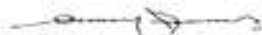
DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombre: AGUADO RIVEROS, ELDARICO _____

DNI: 19910415 _____

Grado Académico y Profesión: DOCTOR EN ADMINISTRACION- LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS _____

Firma: _____



MATRIZ PARA VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Objetivos	Variable	Dimensión	N° ítem	CONTENIDO		Observaciones
				Claridad	Congruencia	
Determinar el nivel de relación que existe entre el planeamiento estratégico y la competitividad interna de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jauja – 2020.	VI: Planeamiento estratégico	D1: Interno	1. Es importante establecer un manejo administrativo mínimo en su asociación. 2. Hace publicidad para mejorar con sus clientes. 3. Establece procedimientos para manejar su producción. 4. Establece mecanismos para manejar sus finanzas, como gastos e ingresos. 5. Tiene procedimientos para manejar al personal a su cargo. 6. Implementa herramientas para la mejora de sus procesos administrativos.	C	C	NINGUNO
		D2: Externo	7. Se debe de analizar el contexto social donde se desarrolla para cambiar cosas. 8. El factor cultural influye en la decisión de los clientes. 9. La forma de comportarse y pensar del cliente influye en lo que compra. 10. El ambiente debe ser propicio para producir y hacer los negocios. 11. Las normas y leyes afectan su desarrollo, por también le benefician de cierta forma. 12. El gobierno debe ofrecer apoyo y ayuda económica, y técnica. 13. Se aprovechan e implementan los avances tecnológicos para la mejora de la organización. 14. Se consideran mejoras para el crecimiento de la producción y su aprovechamiento. 15. La producción del sector es considerada para determinar las acciones a realizarse.	C	C	NINGUNO
1. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las habilidades directivas de los dirigentes de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jauja – 2020.	V2: Competitividad empresarial	D1: Habilidades directivas	16. Las habilidades de los dirigentes tienen que enfocarse a las situaciones particulares. 17. Los dirigentes tienen que considerar los aspectos de cada persona. 18. El desarrollo de trabajadores y dirigentes tiene que ser constante. 19. Se debe fomentar las relaciones entre trabajadores, para desarrollar un sistema cordial. 20. Los grupos de trabajadores deben enfocarse al desarrollo constante de sus actividades. 21. Se fomenta la formación de grupos laborales.	C	C	NINGUNO
2. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la diferenciación competitiva de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jauja – 2020.		D2: Diferenciación competitiva	22. Se debe enfocar desarrollar el producto de la competencia que se tenga. 23. La calidad es tomada como un factor o característica esencial. 24. Se es flexible para cambiar aspectos deficientes en la asociación. 25. El precio es un factor clave, que debe de manejarse con cautela. 26. Es importante la comunicación para ser competitivo. 27. Se debe establecer una cadena de distribución eficaz.	C	C	NINGUNO
3. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y la capacidad innovadora de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jauja – 2020.		D3: Capacidad innovadora	28. El interés tiene que se establezcan criterios de innovación. 29. Se tiene que innovar para diferenciarse. 30. Los procesos que tiene definidos se evalúan constantemente. 31. Se analizan procesos nuevos a la capacidad que se tiene. 32. Se analiza el trabajo a la continua de tener ingresos. 33. Tiene que permitirse innovar en los productos o servicios contratados por el cliente.	C	C	NINGUNO
4. Identificar la relación existente entre el planeamiento estratégico y las capacidades del capital humano de las asociaciones de productores agropecuarios de la región Jauja – 2020.		D4: Capacidades del capital humano	34. Los trabajadores tiene que capacitarse, o debe darlos capacitación. 35. Los trabajadores deben capacitarse en áreas específicas y no en general. 36. Se realizan evaluaciones al comportamiento del trabajador. 37. Se establecen normas y regulaciones para el desarrollo del trabajo. 38. El trabajo se condiciona por los contributos de los trabajadores. 39. Se debe de promover los costumbres del trabajo en la zona donde se desarrolla.	C	C	NINGUNO

CRITERIOS:

Validez de criterio, por medio de la CLARIDAD Y CONGRUENCIA de cada ítem y se realiza mediante juicio de expertos.

INSTRUCCIONES:

En las columnas de CLARIDAD Y CONGRUENCIA indique con una "C" si se considera CORRECTA o con una "I" si se considera INCORRECTA, la relación de cada aspecto con el ítem, en función de la variable correspondiente. Si lo cree conveniente, añada sus observaciones.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Apellidos y nombres: MAITA FRANCO, ABBON CASLAND

DNI: 19912986

Grado Académico y Profesión: INGENIERO EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

 **Dr. Maíta Franco**
Docente

Firma _____