

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021

Para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores: Bach. Ángela Yanet CORONEL ALCÁNTARA

Bach. Betsabé Eva QUINTANA CORREA

Asesor: Dr. Melquiades Sindulfo HIDALGO MARTÍN

Cerro de Pasco - Perú - 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en
las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

PRESIDENTE

Mg. Inés VIZA PUCLLAS

MIEMBRO

Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO

MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios por su protección y bendición. A nuestros padres por su apoyo incondicional y motivación constantemente para alcanzar nuestros anhelos.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, por habernos aceptado ser parte de ella y abierto las puertas de su seno científico para poder estudiar la carrera de contabilidad, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para el logro de esta meta.

RESUMEN

La tesis se realizó para determinar, la incidencia de la planificación estratégica en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Tanto para la variable independiente y dependiente, se aplicó el cuestionario a ciento diecinueve (119) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín.

En las pruebas de hipótesis se utilizó los estadísticos de Correlación de Pearson y Regresión Lineal, en las tres hipótesis específicas, el valor de P es menor de 0.05 (0.038, 0.048, 0.046, respectivamente), siendo P menor de 0.05, se confirman la hipótesis de estudio H_1 y se rechazan las hipótesis nulas (H_0).

La conclusión general es: la **planificación estratégica**, incidió significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. Mediante la planificación estratégica se logran los objetivos a corto, mediano y largo plazo, pues encaminan sus esfuerzos hacia el éxito empresarial.

Palabras claves: Planificación estratégica, competitividad empresarial, ventajas competitivas.

ABSTRACT

The thesis was carried out to determine the impact of strategic planning on business competitiveness in agricultural exporting companies in the department of Junín in the year 2021.

For both the independent and dependent variable, the questionnaire was applied to one hundred and nineteen (119) workers and/or officials of twenty-two (22) exporting agricultural companies in the department of Junín.

In the hypothesis tests, the Pearson Correlation and Linear Regression statistics were used, in the three specific hypotheses, the P value is less than 0.05 (0.038, 0.048, 0.046, respectively), being P less than 0.05, the study hypothesis (Hi) is confirmed and the null hypothesis (Ho) is rejected.

The general conclusion is: strategic planning had a significant impact on the achievement of competitive advantages in agricultural exporting companies in the department of Junín in the year 2021. By means of strategic planning, short, medium and long term objectives are achieved, as they direct their efforts towards business success.

Key words: Strategic planning, business competitiveness, competitive advantages.

INTRODUCCIÓN

Señores miembros del jurado:

Sometemos a vuestro elevado criterio la tesis intitulada: **“La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021”**. Con la finalidad de optar el título profesional de Contador Público.

La importancia del trabajo de investigación, se fundamenta en la **competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, mediante la implementación de la **planificación estratégica**, que proporciona un sentido de dirección y describe objetivos medibles.

La hipótesis general o conjetura realizado a partir del problema planteado fue: La **planificación estratégica**, ha incidido significativamente en la **competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Variable independiente: Planificación estratégica y la variable dependiente: Competitividad empresarial.

La investigación comprende cuatro capítulos, en el **Primer Capítulo**, se consideró la **realidad problemática**, respecto a la planificación estratégica; asimismo se planteó el **problema general y específicos**; los **objetivos de la investigación**, al final se expuso la justificación de la investigación.

En el **Segundo Capítulo**, hemos desarrollado los antecedentes de la investigación y el marco teórico.

En el **Tercer Capítulo**, comprende la **metodología y técnicas de investigación**, considerando una investigación no experimental cuantitativa, tipo de investigación aplicada, diseño transversal – correlacional.

El **Cuarto Capítulo**, se presentan los **resultados** obtenidos, mostrados en cuadros y gráficos; a su vez, incluye la contrastación de hipótesis y la discusión de los resultados.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Identificación y determinación del problema	1
1.2	Delimitación de la investigación	3
1.3	Formulación del problema.....	3
	1.3.1 Problema general	3
	1.3.2 Problemas específicos.....	3
1.4	Formulación de objetivos	4
	1.4.1 Objetivo general.....	4
	1.4.2 Objetivos específicos	4
1.5	Justificación de la investigación	4
1.6	Limitaciones de la investigación	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudio	6
2.2	Bases teóricas – científicas	8
2.3	Definición de términos básicos	18
2.4	Formulación de hipótesis.....	20
	2.4.1 Hipótesis general	20
	2.4.2 Hipótesis específicas.....	21
2.5	Identificación de variables.....	21
2.6	Definición operacional de variables e indicadores	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación	24
3.2	Nivel de investigación	25
3.3	Métodos de investigación	25
3.4	Diseño de investigación.....	26
3.5	Población y muestra	27
3.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.7	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	30
3.8	Tratamiento estadístico.....	32
3.9	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	32
3.10	Orientación ética filosófica y epistémica	33

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Descripción del trabajo de campo	34
4.2	Presentación, análisis e interpretación de resultados.....	35
4.3	Prueba de hipótesis	59
4.4	Discusión de resultados	66

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Identificación de variables</i>	21
Tabla 2 <i>Matriz de operacionalización de variables</i>	22
Tabla 3 <i>Muestreo aleatorio estratificado</i>	29
Tabla 4 <i>Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación</i> ..	30
Tabla 5 <i>Cuestionario pregunta: 01 - V.I.</i>	35
Tabla 6 <i>Cuestionario pregunta: 02 V.I.</i>	36
Tabla 7 <i>Cuestionario pregunta: 03 - V.I.</i>	37
Tabla 8 <i>Cuestionario pregunta: 04 - V.I.</i>	38
Tabla 9 <i>Cuestionario pregunta: 05 V.I.</i>	39
Tabla 10 <i>Cuestionario pregunta: 06 V.I.</i>	40
Tabla 11 <i>Cuestionario pregunta: 07 V.I.</i>	41
Tabla 12 <i>Cuestionario pregunta: 08 - V.I.</i>	42
Tabla 13 <i>Cuestionario pregunta: 09 - V.I.</i>	43
Tabla 14 <i>Cuestionario pregunta: 10 -V.I.</i>	44
Tabla 15 <i>Cuestionario pregunta: 11 - V.I.</i>	45
Tabla 16 <i>Cuestionario pregunta: 12 -V.I.</i>	46
Tabla 17 <i>Cuestionario pregunta: 01- V.D.</i>	47
Tabla 18 <i>Cuestionario pregunta: 02 - V.D.</i>	48
Tabla 19 <i>Cuestionario pregunta: 03 - V.D.</i>	49
Tabla 20 <i>Cuestionario pregunta: 04 - V.D.</i>	50
Tabla 21 <i>Cuestionario pregunta: 05 - V.D.</i>	51
Tabla 22 <i>Cuestionario pregunta: 06 - V.D.</i>	52
Tabla 23 <i>Cuestionario pregunta: 07 - V.D.</i>	53
Tabla 24 <i>Cuestionario pregunta: 08 - V.D.</i>	54

Tabla 25	<i>Cuestionario pregunta: 09 - V.D.</i>	55
Tabla 26	<i>Cuestionario pregunta: 10 - V.D.</i>	56
Tabla 27	<i>Cuestionario pregunta: 11 - V.D.</i>	57
Tabla 28	<i>Cuestionario pregunta: 12 - V.D.</i>	58
Tabla 29	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson</i>	59
Tabla 30	<i>Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1</i>	60
Tabla 31	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson</i>	60
Tabla 32	<i>Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1</i>	60
Tabla 33	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson</i>	62
Tabla 34	<i>Coeficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2</i>	62
Tabla 35	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson</i>	63
Tabla 36	<i>Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2</i>	63
Tabla 37	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson</i>	64
Tabla 38	<i>Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3</i>	65
Tabla 39	<i>Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson</i>	65
Tabla 40	<i>Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3</i>	65
Tabla 41	<i>Discusión de resultados: Hipótesis específico 1</i>	67
Tabla 42	<i>Discusión de resultados: Hipótesis específico 2</i>	68
Tabla 43	<i>Discusión de resultados: Hipótesis específico 3</i>	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 <i>Etapas del proceso estratégico</i>	10
Gráfico 2 <i>Esquema general del proceso estratégico</i>	12
Gráfico 3 <i>Cinco fuerzas de Porter</i>	16
Gráfico 4 <i>Cuestionario pregunta: 01 - V.I.</i>	35
Gráfico 5 <i>Cuestionario pregunta: 02 - V.I.</i>	36
Gráfico 6 <i>Cuestionario pregunta: 03 - V.I.</i>	37
Gráfico 7 <i>Cuestionario pregunta: 04 - V.I.</i>	38
Gráfico 8 <i>Cuestionario pregunta: 05 - V.I.</i>	39
Gráfico 9 <i>Cuestionario pregunta: 06 - V.I.</i>	40
Gráfico 10 <i>Cuestionario pregunta: 07 - V.I.</i>	41
Gráfico 11 <i>Cuestionario pregunta: 08 - V.I.</i>	42
Gráfico 12 <i>Cuestionario pregunta: 09 - V.I.</i>	43
Gráfico 13 <i>Cuestionario pregunta: 10 - V.I.</i>	44
Gráfico 14 <i>Cuestionario pregunta: 11 - V.I.</i>	45
Gráfico 15 <i>Cuestionario pregunta: 12 - V.I.</i>	46
Gráfico 16 <i>Cuestionario pregunta: 01 - V.D.</i>	47
Gráfico 17 <i>Cuestionario pregunta: 02 - V.D.</i>	48
Gráfico 18 <i>Cuestionario pregunta: 03 - V.D.</i>	49
Gráfico 19 <i>Cuestionario pregunta: 04 - V.D.</i>	50
Gráfico 20 <i>Cuestionario pregunta: 05 - V.D.</i>	51
Gráfico 21 <i>Cuestionario pregunta: 06 - V.D.</i>	52
Gráfico 22 <i>Cuestionario pregunta: 07 - V.D.</i>	53
Gráfico 23 <i>Cuestionario pregunta: 08 - V.D.</i>	54
Gráfico 24 <i>Cuestionario pregunta: 09 V.D.</i>	55

Gráfico 25 <i>Cuestionario pregunta: 10 - V.D.</i>	56
Gráfico 26 <i>Cuestionario pregunta: 11 V.D.</i>	57
Gráfico 27 <i>Cuestionario pregunta: 12 - V.D.</i>	58

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Identificación y determinación del problema

Según Trigosó (2020), en la publicación del diario Gestión, indica respecto a la implementación del plan estratégico:

“El 57% de las empresas formula o diseña su estrategia sin apoyo externo, la mayoría desarrolla su estrategia bajo un horizonte de tres a cinco años y la falta de tiempo y de personal calificado dificultan la ejecución del planeamiento estratégico; el 80% de las empresas del país (peruanas o con presencia local) ejecuta su planeamiento estratégico, pero sólo el 37% se encuentran satisfecho con su implementación, según un estudio de Real Time Management (RTM) y el PAD de la Universidad de Piura” (p. 2).

Hugo Alegre Brousset director de RTM indica: “Si bien las referidas empresas definen las acciones que tienen que hacer para conquistar su futuro y las implementan, no todas se encuentran satisfechas con la referida implementación” (Trigosó, 2020, p. 3).

“Las dificultades que tienen las empresas para implementar sus planes estratégicos, es la falta de personal y además el seguimiento del desempeño que es inadecuado y reducido, entre otras dificultades” (Trigoso, 2020, p. 4).

Según Trigoso (2020), las empresas del país formulan su planeamiento estratégico según los siguientes aspectos:

“El 51%, en especial las grandes empresas, formulan su estrategia mediante un proceso formal participativo con los ejecutivos, mientras que un 33% lo hace mediante reuniones y talleres de trabajo; y el 57% de las empresas formula o diseña su estrategia solas, sin apoyo externo, especialmente las de menor tamaño; mientras que el 26% de las empresas que facturan entre US\$ 100 millones y US\$ 500 millones utilizan una consultora; cuando se hacen los planeamiento estratégicos con consultoras se incrementa el porcentaje de satisfacción” (p. 5).

Respecto a los niveles de productividad y competitividad de las empresas en el Perú, el Ministerio de la Producción (2016) indica:

“Los principales resultados de la encuesta evidencian las dificultades que enfrentan las empresas para su crecimiento y especialización que no permiten mejorar su productividad y mostrarse más competitivas a nivel local e internacional; los principales problemas se encuentran en el difícil acceso al financiamiento, la baja penetración de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la falta de planificación y perfeccionamiento de los procesos productivos, la baja inversión en las certificaciones, entre otros; estos problemas surgen, principalmente, a la micro y pequeña empresa (MYPE)” (p. 3).

1.2 Delimitación de la investigación

Con fines metodológicos, la presente investigación se delimitó en los siguientes aspectos:

Dimensión social. El recojo de información mediante el cuestionario, comprendió a ciento diecinueve (119) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín.

Dimensión espacial. Departamento de Junín.

Dimensión temporal. El período de estudio investigado fue el año 2021.

Dimensión conceptual. Variable independiente: Planificación estratégica.
Variable dependiente: Competitividad empresarial.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

¿Cómo la **planificación estratégica**, ha incidido en la **competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?

1.3.2 Problemas específicos

¿Cómo la **formulación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?

¿Cómo la **implementación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?

¿Cómo la **evaluación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?

1.4 Formulación de objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar cómo la **planificación estratégica**, ha incidido en la **competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

1.4.2 Objetivos específicos

Determinar cómo la **formulación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Determinar cómo la **implementación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Determinar cómo la **evaluación del planeamiento estratégico**, ha incidido en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

1.5 Justificación de la investigación

La investigación propuesta, busca mejorar la **competitividad empresarial** de las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, mediante la adecuada implementación del **planeamiento estratégico**, para el logro de ventajas únicas y sostenibles respecto a sus competidores, para obtener mejores resultados y por lo tanto puedan tener una posición competitiva en el mercado. Todo ello permitirá corregir la problemática identificada, contrastando las diferentes limitaciones encontradas.

Los resultados de la investigación, van a **beneficiar** a las empresas agrícolas exportadoras del departamento de Junín y se hará extensivo a las empresas de la región central y del país.

1.6 Limitaciones de la investigación

Según Moreno (2013), referente a las limitaciones en el desarrollo de la investigación indica:

“Las limitaciones vienen a constituirse en factores externos al equipo de investigadores que se convierten en obstáculos que eventualmente pudieran presentarse durante el desarrollo del estudio y que escapan al control del investigador mismo; dicho de otro modo, un factor limitante en una investigación es todo aquel capaz de influir en la calidad del estudio” (p. 5).

La limitación más importante fue la falta de predisposición en brindar información, mediante el cuestionario aplicado a la muestra y la veracidad de los datos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

De la búsqueda de las investigaciones, que tengan relación con la presente investigación, se ha identificado los siguientes:

Pizan (2019), en su investigación “*La planificación estratégica y su incidencia en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C. – Casma 2019*”, sustentada en la Universidad César Vallejo, para optar el título profesional de licenciada en administración:

“**El objetivo** del estudio fue determinar la incidencia de la planificación estratégica en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C. – Casma 2019, para lo cual se empleó un **diseño** no experimental correlacional, con un **enfoque** cuantitativo, se trabajó con una **muestra** de 40

trabajadores que laboran en la empresa Exportaciones Agro Perales S.A.C.; para la recolección de la información se aplicó la **técnica** encuesta y el **instrumento** utilizado fue el cuestionario y se obtuvo como **resultados** un Rho Spearman de 0.780, lo cual permitió llegar a la **conclusión** que existe una incidencia positiva con un Rho de Spearman de 0.780, de la planificación estratégica en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C.” (p. 13,14,17,21,30).

Salazar (2020), en la tesis *“El plan estratégico para mejorar la competitividad en la barra Cevichería Ají Limo, Jaén 2019”*, sustentado en la Universidad Señor de Sipán, para optar el título profesional de licenciado en administración:

“**El objetivo** del estudio es proponer el plan estratégico para mejorar la competitividad en la barra cevichera Ají Limo, Jaén 2019, para lo cual se empleó un **diseño** no experimental de corte transversal, con un **enfoque** cuantitativo, se trabajó con una **muestra** conformada por 5 trabajadores (jefes y asistentes) de la barra cevichería Ají Limo, Jaén 2019; para la recolección de la información se aplicó la **técnica** encuesta y el **instrumento** utilizado fue el cuestionario, lo cual permitió llegar a la **conclusión** que en la cevichería Ají Limo, no existe un plan estratégico determinado” (p. 44,46,49,89).

Sulla (2021), en su investigación *“Estrategia empresarial para promover la competitividad de la empresa Hogar y Negocios en la ciudad de Huancayo, 2020”*, sustentada en la Universidad César Vallejo, para optar el título profesional de licenciada en administración:

“El **objetivo** del estudio fue determinar la estrategia empresarial que aplica la empresa Hogar y Negocios para promover a competitividad en la ciudad de Huancayo, 2020, para lo cual se empleó un **diseño** no experimental

descriptiva-correlacional, con un **enfoque** cuantitativo, se trabajó con una **muestra** de 196 personas; para la recolección de la información se aplicó las **técnicas** de encuesta y entrevista y los **instrumentos** utilizados fue el cuestionario y la guía de entrevista, lo cual permitió llegar a la **conclusión** que la estrategia empresarial para promover la competitividad de la empresa se ubica en un nivel intermedio y se basa principalmente en la disponibilidad del personal de la empresa para la atención del cliente, generando su satisfacción” (p. 3,14,16,17,32).

2.2 Bases teóricas – científicas

En cuanto a los antecedentes de la propuesta de una teoría general contable Vilchez et al. (2019, como se citó en Mejía 2011), indica:

“La propuesta de una teoría general de la contabilidad no es un trabajo concluido y definitivo, se requiere avanzar en la consolidación de la misma, partiendo de valiosos aportes como los del profesor Mattessich y García Casella, pero siempre sustentados en consideraciones críticas que históricamente han permitido el avance del conocimiento en todos los campos” (p. 32).

En cuanto a las consideraciones generales en torno a la teoría contable Vilchez et al., (2019, como se citó en García Casella, 2012), indica:

“Nunca va a existir una Teoría General de la Contabilidad única aceptada universalmente, pues no hay una sola Teoría Básica Única de la Economía o de la Administración o de ninguna disciplina estudiada con método científico; lo que existe es una serie de avances de teorías, que quieren extender el conocimiento contable, pero siempre sujeto a posibles controversias” (p. 32).

Respecto a la naturaleza científica de la contabilidad Vilchez et al. (2019, como se citó en García Casella, 2000), plantea lo siguiente:

“Se ocupa de explicar y normar las tareas de descripción, principalmente cuantitativa, de la existencia y circulación de objetos, hechos y personas diversas de cada entre u organismo y de la proyección de los mismos en vistas del cumplimiento de metas organizacionales a través de sistemas basados en un conjunto de supuestos básicos y adecuados a cada situación” (p. 36).

A su vez, Vilchez et al. (2019, como se citó en Mejía, 2017), sobre la naturaleza científica de la contabilidad indica:

“La contabilidad es la ciencia social aplicada (tecno-ciencia) que estudia la valoración cualitativa y cuantitativa de la existencia y circulación de la riqueza (ambiental, social y económica) controlada por la organización, utilizando diversos métodos que le permiten cumplir su función de evaluar la gestión que la organización ejerce sobre la riqueza, con el fin de acumular, generar distribuir y sostenerla” (p. 37).

Según Vilchez et al. (2019), en cuanto a la investigación contable, se tiene algunas dificultades para el desarrollo de la investigación contable universitaria:

“No se podrá construir una teoría general contable si antes no se desarrolla el marco conceptual universal de la contabilidad y no se definen acuerdos básicos señalados por García Casella y de la teoría general contable, la adscripción y objeto de la contabilidad, la función y naturaleza de la contabilidad; en ese sentido, son tiempos de investigación contable hacia la construcción de una teoría general contable” (p. 51).

2.2.1 Planificación estratégica

Según D'Alessio (2008, como se citó en Hax y Majluf, 1991), **la estrategia** es un conjunto de formas bajo las cuales puede ser entendida la estrategia:

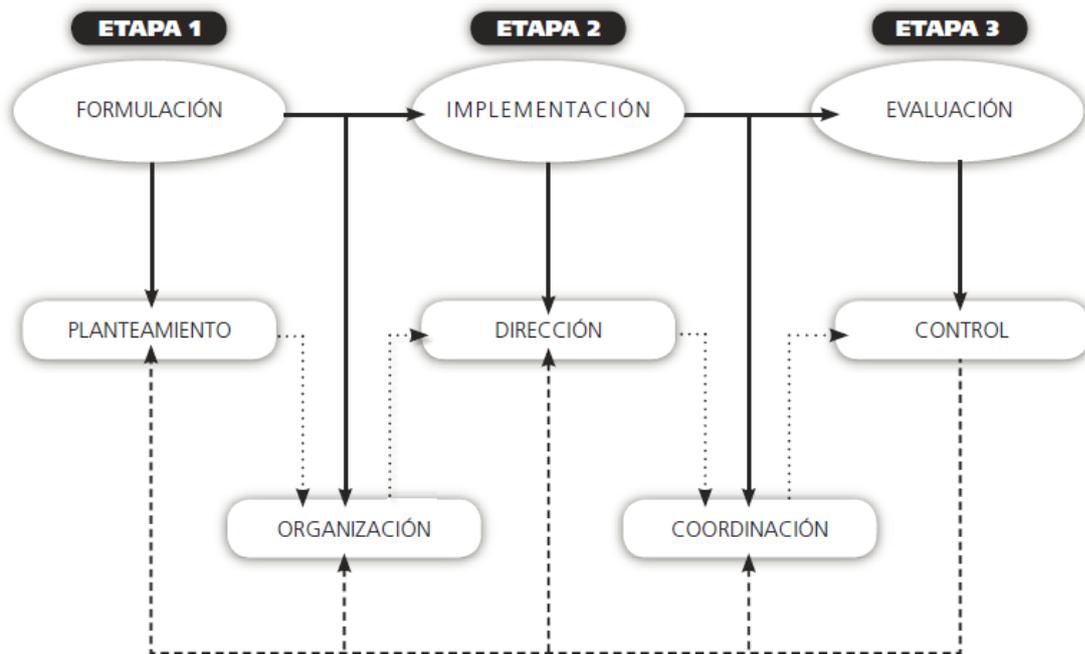
“Es un patrón de decisiones coherente, unificado, e integrador; es un medio para establecer el propósito de la organización en términos de objetivos de largo plazo, programas de acción, y priorización de la asignación de recursos; define el dominio competitivo de la organización y la influencia del entorno; es una respuesta a las oportunidades y amenazas externas, basada en las fortalezas y debilidades internas, para alcanzar ventajas competitivas; es un canal para diferenciar las tareas gerenciales en los niveles corporativos, en las unidades de negocio, y en el nivel funcional/procesos; define la contribución económica y no económica que la organización desea hacer a su comunidad vinculada (stakeholders)” (p. 6).

Según D’Alessio (2008), el **proceso estratégico** es un conjunto y secuencia de actividades que desarrolla una organización para alcanzar la visión establecida:

“Utiliza como insumos los análisis externo e interno (situaciones presentes), con el fin de obtener como resultado la formulación de las estrategias deseadas, que son los medios que encaminarán a la organización en la dirección de largo plazo, determinada como objetivos estratégicos; el proceso estratégico se convierte en la actividad más importante y fundamental del gerente, quién tiene un rol fundamental en el proceso al recaer en él la responsabilidad de desarrollarlo y administrarlo” (p. 8).

Gráfico 1

Etapas del proceso estratégico



Nota: (D'Alessio, 2008, p. 10).

“Las etapas del **proceso estratégico** son formulación, implementación y evaluación, todo el proceso está guiado por la brújula estratégica compuesta por los cinco componentes fundamentales: visión, misión, intereses organizacionales, y objetivos estratégicos de largo plazo” (D'Alessio, 2008, p. 11).

Como indica D'Alessio (2008), la primera etapa es la **formulación**, que implica el proceso de planeamiento seguido por el de organización:

“El planeamiento estratégico (formulación), se debe iniciar con el establecimiento de la visión y misión de la organización, el enunciado de los intereses organizacionales, de sus valores, y del código de ética que normarán el accionar de la organización; la evaluación de los factores externos e internos que influyen en la organización, el análisis del sector industrial y de los competidores, la determinación de los objetivos estratégicos de largo plazo, y terminará con la identificación y selección de las estrategia específicas que

permitirán, al implementarse, mejorar la competitividad de la organización en el ámbito local y/o global para poder alcanzar la visión trazada” (p. 11).

“La dirección estratégica (**implementación**), comprende cinco pasos críticos que se orientan a coordinar y organizar las estrategias externas e internas elegidas: estructura organizacional, políticas, recursos, motivación, medio ambiente/ecología” (D’Alessio, 2008, p. 13).

Según D’Alessio (2008), el control estratégico (evaluación) comprende el tablero de control, evaluación de desempeño, revisión del análisis externo e interno y acciones correctivas:

“Mediante el control estratégico se pretende cerrar las brechas encontradas entre lo planeado y lo ejecutado; está conformado por acciones de supervisión y por los ajustes al plan propuesto; es pertinente contar con un tablero de control balanceado para evaluar si se están alcanzando los objetivos de corto y largo plazo” (p. 13).

“El **esquema general del proceso estratégico**, resalta la perspectiva de futuro con que se encara el proceso, las estrategias son los caminos que conducen a esta situación futura deseada” (D’Alessio, 2008, p. 14).

Gráfico 2

Esquema general del proceso estratégico



Nota: (D'Alessio, 2008, p. 14).

2.2.2 Competitividad empresarial

La **competitividad** según Porter (2017), es una de las fuerzas más poderosas de la sociedad para avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano:

“La competencia es generalizada, tanto si implica a compañías que luchan por mercados, a países que se enfrentan a la globalización o a organizaciones sociales que responden a necesidades sociales; toda organización precisa de una estrategia para ofrecer valor superior a sus clientes” (p. 1).

Según lo indicado por Porter (2017), los conceptos fundamentales de la **estrategia competitiva y empresarial** proporcionan las bases para analizar cualquier situación competitiva:

“Hoy en día, esto muchas veces significa competencia más allá de las fronteras. Las firmas compiten en distintas ubicaciones geográficas con estrategias nacionales, regionales y globales. Al mismo tiempo, los países y las regiones

deben competir con otros lugares para proporcionar un entorno económico favorable” (p. 11).

Sobre la labor fundamental del **estratega** Porter (2017), indica que es comprender y hacer frente a la competencia:

“Sin embargo, a menudo, los directivos definen la competencia en términos demasiado estrechos de miras, como si esta solo se produjera entre los competidores directos de la actualidad; sin embargo, la competencia por obtener beneficios va más allá de los rivales consolidados de una industria para alcanzar también a otras fuerzas competidoras: los clientes, los proveedores, los posibles aspirantes y los productos suplentes; esta ampliación de la rivalidad que se origina de la combinación de cinco fuerzas define la estructura de una industria y moldea la naturaleza de la interacción competitiva dentro de ella” (p. 27).

Respecto a la **estrategia y liderazgo**, Porter (2017), reconoce que el liderazgo es necesario para conseguir crear valor superior:

“Para cualquier organización, desarrollar una estrategia es un acto de liderazgo, y la estrategia es quizá la herramienta más poderosa que poseen los líderes para reunir a todos los individuos de la organización en torno a un propósito y una dirección común” (Porter, 2017, p. 6).

Amenaza de entrada.

Respecto a la **amenaza de entrada**, Porter (2017), indica que es una estrategia a tener en cuenta:

“Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesario para competir; en especial, cuando los nuevos aspirantes proceden de otras industrias y deciden diversificarse, pueden

influir en la capacidad existente y en los flujos de liquidez para estimular la competitividad” (p. 34).

La influencia de los proveedores.

Las empresas dependen de una amplia variedad de grupos distintos de proveedores, según Porter (2017), son influyentes cuando:

“Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria; los proveedores poderosos, incluidos los que proporcionan mano de obra, pueden sacar la máxima rentabilidad de una industria que no pueda traspasar un incremento del coste al precio final” (p. 40).

Influencia de los compradores.

Según Porter (2017), los proveedores pueden ejercer gran poder, cuando son pocos, por lo cual hay necesidad de tener una gran capacidad de negociación:

“Los proveedores influyentes pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria; todo ello a costa de la rentabilidad de una industria; los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes en una industria, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de precios” (p. 42).

La amenaza de los sustitutos.

También, Porter (2017), indica que cuanto mejor es el valor relativo del sustitutivo, más estrecho es el margen de posible beneficio en una industria:

“Tenemos a un sustitutivo cuando se puede prescindir de ese producto, cuando se prefiere comprar uno usado en vez de adquirir otro nuevo o cuando lo fabrica el consumidor (trae el servicio o producto a casa); cuando la amenaza de sustitutos es elevada, la rentabilidad de la industria se resiente por ello; los productos o servicios sustitutos limitan el potencial de rendimiento de una industria al colocar un techo en los precios; si una industria no se distancia de los sustitutos a través de las prestaciones que ofrece el producto, por campañas de marketing o por otros medios, este se resentirá en cuanto a su rentabilidad y a menudo inhibirá su capacidad de crecimiento; los productos sustitutos no solo limitan los beneficios en tiempos normales, sino que también reducen la bonanza que una industria puede capitalizar en los buenos tiempos” (p. 46,47).

Rivalidad entre competidores existentes.

A su vez, Porter (2017), indica que las empresas rivales están altamente comprometidas con el negocio y tienen aspiraciones de liderazgo:

“La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio; una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria, el grado por el cual la rivalidad hace descender el potencial de beneficio de una industria depende, en primer lugar, de la *intensidad* con la que las empresas compiten y, segundo, de la *base* sobre la que están compitiendo” (p. 47).

Gráfico 3

Cinco fuerzas de Porter



Nota: (ISO 9001, 2020).

Ventaja competitiva.

Según Isotools (2021), Porter sugiere analizar las 5 fuerzas competitivas, un modelo de análisis de la posición competitiva:

“Las estrategias competitivas de Porter se orientan a conseguir lo que denomina “ventaja competitiva sostenible”, una ventaja competitiva es aquello que nos hará destacar en un mercado, por encima de la competencia; para que sea suficiente (proporcione rentabilidad a medio plazo) y sostenible en el tiempo, debe cumplir con una serie de características y ser mejor que la de los competidores, al menos, para una parte del mercado; una vez determinada la posición respecto a la competencia, Porter sugiere tres modelos básicos con los que competir en el mercado” (p. 2).

Según Isotools (2021), una estrategia competitiva de la empresa, para poder competir en el mercado es el **liderazgo en costos**:

“La ventaja competitiva de las empresas que utilizan esta estrategia es ser las que mejor precio pueden ofrecer; esto implicará la necesidad de vender un alto volumen de unidades que aportarán un menor margen unitario; para conseguirlo deberán ser muy eficaces negociando con proveedores, fácil y rápido acceso a las tecnologías productivas más eficientes, un equipo de ventas o modelo de comercialización que permita rentabilizar rápidamente la inversión y un público objetivo de gran tamaño” (p. 6).

La **estrategia de diferenciación**, según Isotools (2021), está enfocado al cliente y sus preferencias marcan la actividad de la organización:

“Para competir con base a esta estrategia es esencial un conocimiento del cliente en profundidad ya que la ventaja competitiva la determinará la capacidad de la organización de ofrecer aquello que los demás no pueden y mantenerse atentos al mercado y sus tendencias para reaccionar rápido en caso de variar” (p. 7).

Según Isotools (2021), la tercera estrategia competitiva según Michael Porter en el mercado, es la **estrategia de enfoque**:

“Este modelo competitivo se basa en ofrecer algo muy concreto para un público también muy concreto, un nicho de mercado poco explotado y con poca competencia; para ello, lo verdaderamente importante es saber en qué mercados estar y cómo llegar a ellos de forma eficiente” (p. 8).

2.3 Definición de términos básicos

Competidores. Según D'Alessio (2008, como se citó en Porter 1980), son aquellas organizaciones que disputan los mercados en una misma industria:

“Son tres de las fuerzas que constituyen la estructura del sector industrial; se trata de las organizaciones que actualmente están compitiendo con los mismos productos, bienes o servicios (intensidad de la rivalidad competitiva); las organizaciones entrantes, aquellas con intención de ingresar al mismo sector, normalmente, con los mismos productos en busca de los mismos mercados (amenazas de nuevos entrantes); y la posibilidad de que se desarrollen productos sustitutos que atiendan la misma necesidad de los consumidores bajo un esquema diferente (amenaza de los sustitutos)” (p. 3).

Compradores. “Constituyen el mercado de consumidores al comprar y/o usar los productos, bienes o servicios, clientes y consumidores pueden ser sinónimos; con su poder de negociación, constituyen una fuerza del sector industrial” (D’Alessio, 2008, p. 3).

Dimensión interna. “Se refiere al ambiente interior de la organización, a los aspectos que esta se pueda controlar, determina las fortalezas y debilidades internas que sirven como medida del desempeño de la organización con relación a sus competidores” (D’Alessio, 2008, p. 3).

Entorno. “Se refiere al ambiente (cercano o lejano) que se encuentra fuera del control de la organización, el entorno presenta oportunidades y amenazas externas que pueden beneficiar o afectar a la organización” (D’Alessio, 2008, p. 3).

Estrategias. “Son acciones potenciales que resultan de las decisiones de la gerencia, las estrategias constituyen los caminos que conducen a la organización a la visión esperada” (D’Alessio, 2008, p. 4).

Misión. “Responde a la pregunta: ¿Cuál es nuestro negocio y a quiénes nos debemos?, es el paso crucial en la administración estratégica, porque juega el rol

de catalizador o impulsor para conducir a la organización de la situación actual a la futura” (D’Alessio, 2008, p. 2).

Proveedores. “Suministran los insumos directos e indirectos a la organización y a las que compiten en la industria; con su poder de negociación, constituyen una fuerza del sector industrial” (D’Alessio, 2008, p. 3).

Valores. “Son los principios que guían la actividad gerencial de la organización, deben ser conocidos, aceptados, y seguidos por todos; las políticas deben estar alineadas con los valores de la organización” (D’Alessio, 2008, p. 2).

Ventaja competitiva. “Es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir; es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás” (Economipedia, 2016, párr. 3).

Visión. Según D’Alessio (2008), dentro de la cultura organizacional del universo empresarial: existe una rama dentro de los planes de acción que requiere de un pensamiento estratégico:

“Existe una rama dentro de los planes de acción que requiere de un pensamiento estratégico a la pregunta: ¿Qué queremos ser? La visión es la expresión de las aspiraciones de la organización, de lo que desea ser en el futuro; se alcanza cuando se logran los objetivos de largo plazo, los cuales describen la posición futura que la organización pretende obtener” (p. 2).

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La **planificación estratégica**, ha incidido significativamente en la **competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

2.4.2 Hipótesis específicas

La **formulación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

La **implementación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

La **evaluación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

2.5 Identificación de variables

Tabla 1

Identificación de variables

Tipo de variables	Variables (Rxy)
Variable independiente (causa):	Planificación estratégica
Variable dependiente (efecto):	Competitividad empresarial

2.6 Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 2

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
X: Planificación estratégica (Variable independiente)	“El plan estratégico es un documento donde se plasman todas las decisiones a largo plazo que va a tomar una empresa, con los objetivos, las metas y la hoja de ruta que debe seguir una organización para conseguirlos; el plan estratégico debe contener: Un análisis interno y externo, la misión y la cultura de la empresa, la visión estratégica de la organización, los objetivos estratégicos para lograr la visión” (Ekon, 2020, p. 3,4).	X1 Formulación del planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de evaluación de factores externos – EFE. • Matriz de evaluación de factores internos – EFI. • Misión • Visión 	Cuestionario	01
		X2 Implementación del planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de posición estratégica y evaluación de acciones – SPACE. • Matriz de planeación estratégica – MPEC. • Estructura organizacional • Matriz de perfil competitivo – MPC. 		02
		X3 Evaluación del planeamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de objetivos estratégicos. • Evaluación del plan estratégico. • Retroalimentación. • Programas de innovación y desarrollo. 		03 04
					05
					06 07 08
					09 10 11 12

<p>Y: Competitividad empresarial (Variable dependiente)</p>	<p>“La competitividad empresarial es la capacidad que tiene una empresa u organización de mantenerse y sostenerse a través de ventajas, que le permitan alcanzar objetivos, e ideales propuestos y así lograr perfeccionarse en el entorno, marcando la diferencia ante su competencia, obteniendo sacar valor y rentabilidad” (Buenas tareas, 2015, p. 2).</p>	<p>Y1 Ventajas competitivas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poder de negociación de los compradores. • Poder de negociación de los proveedores. • Amenaza de nuevos competidores. • Amenaza de productos sustitutos. • Rivalidad entre competidores. • Estrategia de diferenciación. • Estrategia de liderazgo en costos. • Estrategia del enfoque o nicho de mercado. • Cadena de valores • Productividad empresarial • Ventas y rentabilidad. • Tecnología. 	<p>Cuestionario</p>	<p>01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12</p>
---	---	--	--	----------------------------	--

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación en el estudio desarrollado, pertenece a la **ciencia aplicada**; según Sánchez et al. (2018), la ciencia aplicada es:

“El campo en el cual la investigación de los problemas científicos se realiza con un fin práctico, aplicativo o pragmático; se trata esencialmente de todas aquellas ciencias fácticas que centran su objetivo en conocer una realidad o un fenómeno para mejorar el bienestar del hombre; buena parte de la tecnología que se desarrolla es producto de la ciencia aplicada” (p. 28).

En el prólogo de su libro Hernández-Sampiere & Mendoza (2018) indica: “tal clase de investigación cumple dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada); gracias a estos dos tipos de investigación la humanidad ha evolucionado” (p. xxxiii).

Es preciso enfatizar respecto a la investigación aplicada, Vara (2015), indica al respecto:

“El interés de la investigación aplicada es práctica, pues sus resultados son utilizados inmediatamente en la solución de problemas de la realidad; la investigación aplicada normalmente identifica la situación problemática y busca, dentro de las posibles soluciones, aquella que pueda ser la más adecuada para el contexto específico; no se olvide que la investigación empresarial casi siempre es aplicada, porque busca solucionar un problema concreto, práctico, de la realidad cotidiana de las empresas” (p. 235).

3.2 Nivel de investigación

La investigación es del nivel **correlacional**, “tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existen entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 109).

El **nivel relacional**, “no son estudios de causa y efecto; solo demuestra dependencia probabilística entre eventos” (Supo, 2012, p. 5).

3.3 Métodos de investigación

Respecto al método de investigación es **no experimental cuantitativa**, según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018) ¿Qué es la investigación no experimental en la ruta cuantitativa?:

“Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables; es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables; lo que efectúa en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos y variables tal como se dan en su contexto natural para analizarlas” (p. 174).

Según Niglas (2010, como se citó en Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018), “el significado original del término cuantitativo (del latín “quantitas”) se vincula a conteos numéricos y métodos matemáticos, actualmente, representa un conjunto de procesos organizado de manera secuencial para comprobar ciertas suposiciones” (p. 5,6).

3.4 Diseño de investigación

Desde la posición de Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), diseño es un “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información (datos) requerida en una investigación con el fin último de responder satisfactoriamente el planteamiento del problema” (p. 150).

Respecto a los tipos de diseños no experimentales Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), indica que son transeccionales y longitudinales:

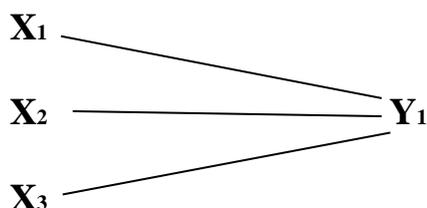
“Distintos autores han adoptado diversos criterios para catalogar la investigación no experimental; sin embargo, consideramos la siguiente manera de clasificar dicha investigación, por su dimensión temporal o el número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos; el diseño transeccional o transversal (recolección de datos en un solo momento), longitudinal (recolección de datos en varios momentos” (p. 176).

El diseño transeccional o transversal “pueden tener un alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 177).

El diseño transversal correlacional o causal: “Estos diseños son útiles para establecer relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado; a veces, únicamente en términos correlacionales, otras

en función de la relación causa-efecto (causales)” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 178).

El diseño de investigación es **transeccional o transversal: correlacional**; cuyo esquema del diseño es el siguiente:



X: Variable independiente (causa)

Y: Variable dependiente (efecto)

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población es “el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, documentos, data, eventos, empresas, situaciones, etc.) a investigar” (Vara, 2015, p. 261).

Respecto al concepto de población, según Gamarra et al. (2015) nos indica lo siguiente:

“La palabra población, universo o colectivo, se usan indistintamente para referirse al conjunto de todos los elementos, individuos o unidades, que representan características comunes, susceptibles de observación, medición o experimentación y que constituye el ámbito de estudio para cualquier tipo de investigación” (p. 136).

La población está constituida por ciento setenta (170) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, en el

departamento de Junín, año 2021, según datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (PROMPERÚ, 2012, p. 1).

3.5.2 Muestra

Muestra es “es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional; la muestra siempre es una parte de la población” (Vara, 2015, p. 261).

Al respecto se debe tener en cuenta “para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tienen que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (Hernández et al., 2014, p. 173).

Para determinar la muestra de la investigación, se aplicó la fórmula para población finita (Vara, 2015, p. 269), esta fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{p(1-p) \cdot Z^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + p(1-p)Z^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

Z= Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad, Z = 1.96).

p= Proporción de éxito (50% = 0.5)

E= Máximo error permisible = 0.05 (5%)

N= Tamaño de la población.

En conclusión, utilizando un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5% para el total de ciento setenta (170) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, se ha requerido encuestar a ciento diecinueve (119) personas.

En la investigación se utilizó el muestreo aleatorio simple, este tipo de muestreo “se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de los sujetos tiene la variable o variables objeto de la medición” (Bernal, 2010, p. 164).

Tabla 3

Muestreo aleatorio estratificado

MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL					
Tamaño de la población		170			
Tamaño de la muestra		119 (Obtenida con la fórmula)			
Número de estratos considerados		22			
A fijación simple: elegir de cada estrato		5.4 sujetos			

Número estrato	Identificación de estratos	RUC	N° Sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO A LTDA.	20135240681	7	4.12%	5
2	NEGRISA S.A.C.	20509438448	6	3.53%	4
3	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAFES ESPECIALES MOUNTAIN COFFE	20486094657	10	5.88%	7
4	COOP AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA.	20129529530	8	4.71%	6
5	COOP AGRARIA CAFETALERA PERENE	20130376127	9	5.29%	6
6	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA Y DE SERVICIOS ORO VERDE LTDA	20489109981	6	3.53%	4
7	CORPORACIÓN DE PRODUCTORES CAFÉ PERÙ S.A.C.	20485867245	7	4.12%	5
8	AMAZONAS TRADING PERÙ S.A.C.	20521137682	5	2.94%	4
9	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA SELVA ALTA	20486389371	8	4.71%	6
10	COOPERATIVA AGRARIA DE FRUTOS ECOLÓGICOS SANCHIRIO PALOMAR	20486299895	9	5.29%	6
11	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROECOLÓGICOS BIOCAFE PICHANAKI	20486794985	11	6.47%	8
12	SUMAQAO S.A.C.	20535645346	6	3.53%	4
13	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA VALLE DE INCAHUASI	20527565376	9	5.29%	6
14	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DE COMERCIALIZACIÓN Y SERVICIOS DE LA SELVA CENTRAL Nº 225	20486843439	8	4.71%	6
15	COOPERATIVA AGRARIA DE SERVICIOS CAFÉ HEMALU DE LOS BOSQUES DEL INKA	20486054949	6	3.53%	4
16	COOPERATIVA AGRARIA DE CAFES ESPECIALES YAPAZ BAJO	20487224236	8	4.71%	6
17	COOPERATIVA AGROECOLOGICA DE CAFÉ DE ORIGEN SELVA CENTRAL	20487224660	6	3.53%	4
18	COOPERATIVA AGROECOLOGICA CAFETALERA PICHANAKY	20486604442	9	5.29%	6
19	EMPRESA AGRARIA CAFETALERA CHANCHAMAYO HIGHLAND COFFEE S.A.C.	20486021773	8	4.71%	6
20	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CEBICAFEN LTDA.	20480563183	8	4.71%	6
21	ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES CAFETALEROS SAN IGNACIO	20486476347	9	5.29%	6
22	COOP AGRARIA CAFETALERA EL QUINACHO L 78	20143692010	7	4.12%	5
Total			170	100.00%	119

NOTA: Elaboración propia con datos de PROMPERÚ.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Vara (2012), respecto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos:

“Las técnicas de análisis de datos son herramientas útiles para obtener información científica; después de organizar los datos, es necesario analizarlos cualitativa o cuantitativamente, dependiendo de la naturaleza de los datos indica que, para determinar la muestra de la investigación, se aplica la fórmula para población finita” (p. 459).

Tabla 4

Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación

No	Técnicas	Instrumento	Informantes	Aspectos a informar
01	Encuesta	Cuestionario	<ul style="list-style-type: none">Ciento diecinueve (119) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín.	Variables de estudio.

3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se tabuló la información obtenido de la aplicación del cuestionario, con el uso de los softwares Excel y SPSS, “en cuanto análisis de datos se utilizará la Correlación de Pearson y Regresión Lineal” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 345-349).

Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis.

Según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), para una investigación cuantitativa, con diseño transversal – correlacional, con nivel de medida de variables de intervalo o razón, se debe tener en cuenta:

“El estadístico de Correlación de Pearson, sin embargo, no evalúa la causalidad de las variables, por lo tanto, la prueba estadística adecuada para el presente trabajo de investigación viene a ser **Regresión Lineal**, que es un modelo estadístico para estimar el efecto de una variable sobre otra; está asociado con el coeficiente r de Pearson, se utiliza cuando las hipótesis son causales, nivel de medición de las variables: intervalos o razón” (p. 345-349).

En el trabajo de investigación, para contrastar las hipótesis, según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), se sigue los siguientes procedimientos:

“Formular la hipótesis nula (H_0), formular la hipótesis de estudio (H_i), fijar el nivel de significancia (95% de confianza, $p=0.05$), aplicación de la prueba estadística de Correlación de Pearson, aplicación de la prueba estadística de Regresión Lineal e interpretación” (p. 345-349).

Para la toma de decisiones tanto en los estadísticos de Correlación de Pearson y Regresión lineal, según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), se toma en cuenta:

“El coeficiente de r de Pearson puede variar de -1.00 a $+1.00$; donde: -1.00 = correlación negativa perfecta (“A mayor X, menor Y”; o “a menor X, mayor Y”; si el coeficiente es $+1.00$ = correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”); el signo indica la dirección de la correlación (positiva o negativa); y el valor numérico, la magnitud de la correlación” (p. 346).

Tanto para la Correlación de Pearson y Regresión Lineal, según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018) se considera lo siguiente:

“Si P es menor del valor 0.05 , se dice que el coeficiente es significativo en el nivel de 0.05 (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de

probabilidad de error); si P es menor del valor 0.05 se confirma la hipótesis alterna H_1) (hipótesis de estudio), por cuanto hay significancia; si P es mayor del valor 0.05 se rechaza la hipótesis alterna H_1) y se acepta la hipótesis nula” (p. 341).

3.8 Tratamiento estadístico

En una investigación de nivel correlacional, según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), los estadísticos pertinentes son Correlación de Pearson y Regresión Lineal, aplicados en el software SPSS:

“Existen muchísimas técnicas estadísticas, según el objetivo de contraste que se persiga, hay cuatro criterios a tener en cuenta en la elección y aplicación del método de análisis estadístico: el fin que se pretende (descriptivo, correlacional, causal, predictivo, etc.); el número de variables a analizar a la vez (univariada, bivariada o multivariada); el tipo de escala en que se van a medir las variables (nominal, ordinal, de intervalos o de razón); el objetivo específico, es decir describir variables, comparar grupos, correlacionar variables, analizar relaciones causales, analizar fiabilidad y validez” (p. 474,475).

3.9 Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Antes de aplicar el cuestionario, se realizó la prueba de fiabilidad de Alfa Cronbach, con el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versión 25, habiéndose logrado el 82,6% de fiabilidad, Sánchez et al. (2018) indica:

“Alfa de Cronbach, es un indicador estadístico que se emplea para estimar el nivel de confiabilidad por consistencia interna de un instrumento que contiene una lista de reactivos; se expresa en término de correlaciones que van desde -1 a + 1; generalmente se aplica a reactivos que son de respuestas politómicas, es

decir, que admiten más de dos alternativas de respuesta” (p. 16). Se muestra en el Anexo 03: Procedimiento de validez y confiabilidad.

3.10 Orientación ética filosófica y epistémica

Se respeta la autoría en las fuentes de información consultadas, según las citas y referencias de Normas APA (American Psychological Association), “La ética debe estar necesariamente presente en los investigadores y debe ser respetada a través de los estilos normativos de citación y referenciación” (M. B. Salazar et al., 2018).

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción del trabajo de campo

Se aplicó el cuestionario a ciento diecinueve (119) trabajadores y/o funcionarios, de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Las respuestas fueron tabuladas en el software Excel por cada indicador, para luego hacer un resumen de las respuestas por cada una de las preguntas; doce (12) preguntas respecto a la variable independiente y doce (12) preguntas de la variable dependiente. Por cada pregunta se elaboró los gráficos estadísticos.

Los resúmenes de las respuestas del cuestionario por cada indicador, se han transferido al estadístico de SPSS versión 25, para obtener el Coeficiente de Correlación de Pearson y el Coeficiente de Regresión Lineal de Pearson, lo cual

ha permitido realizar la prueba de hipótesis, se presenta a continuación los gráficos correspondientes.

4.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA – VI
FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Gráfico 4

Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

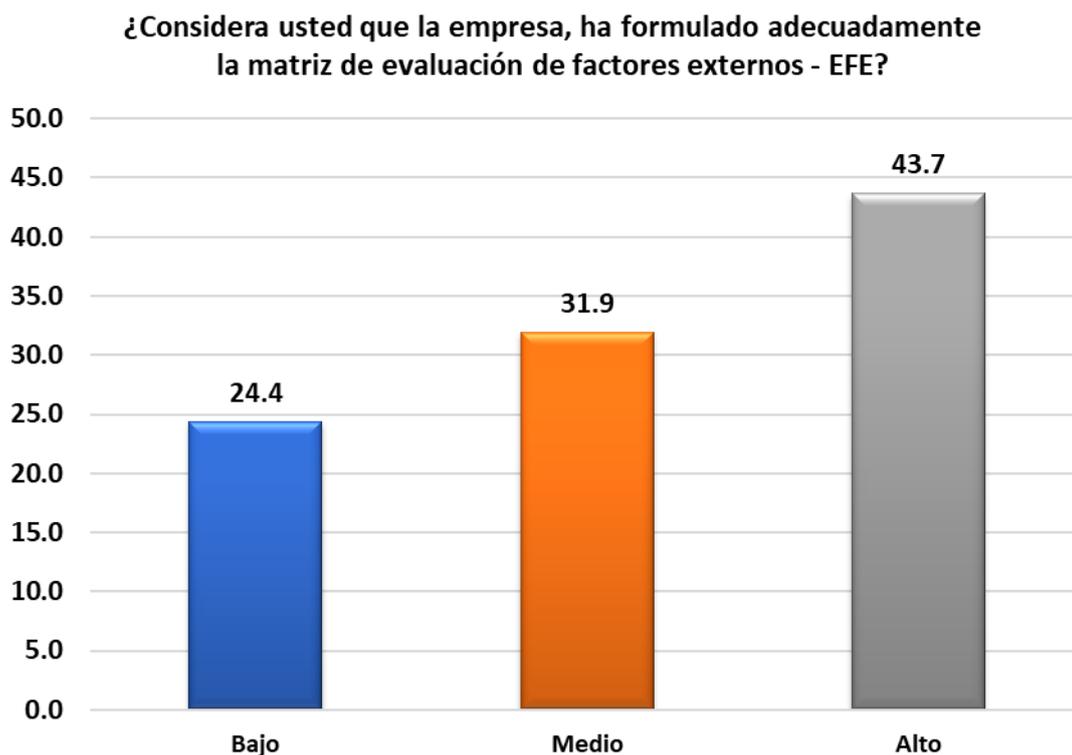


Tabla 5

Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

1 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	29	24.4
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	52	43.7
Total	119	100

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 43.7 % de los entrevistados afirman, que las empresas, han formulado adecuadamente la matriz de evaluación de factores externos – EFE, un 31.9% consideran medianamente y un 24.4% estiman que no.

Gráfico 5

Cuestionario pregunta: 02 - V.I.

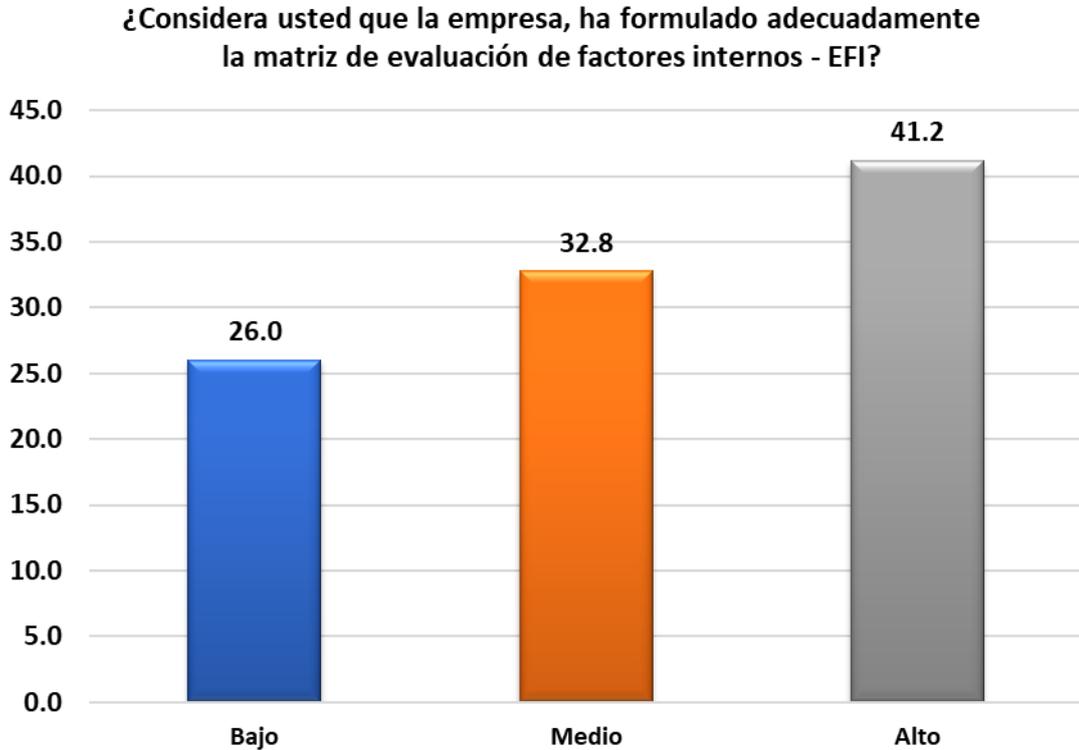


Tabla 6

Cuestionario pregunta: 02 V.I.

2 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.0
Medio (Medianamente)	39	32.8
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

El gráfico muestra que el 41.2 % de los entrevistados aseveran que, las empresas, han formulado adecuadamente la matriz de evaluación de factores internos - EFI; un 32.8% consideran medianamente y un 26.0% estiman que no.

Gráfico 6

Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

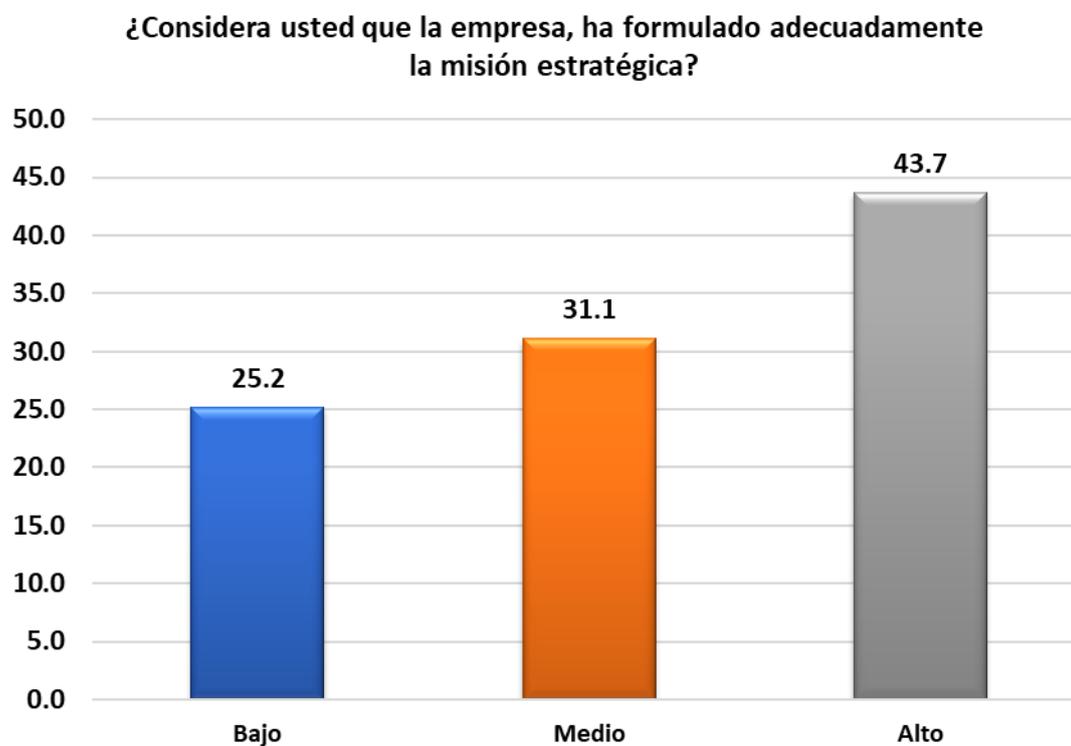


Tabla 7

Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

3 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	30	25.2
Medio (Medianamente)	37	31.1
Alto (Si)	52	43.7
Total	119	100

Los resultados de la muestra aseveran que el 43.7 % de los entrevistados afirman que, las empresas han formulado adecuadamente la misión estratégica; un 31.1% consideran medianamente y un 25.2% estiman que no.

Gráfico 7

Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

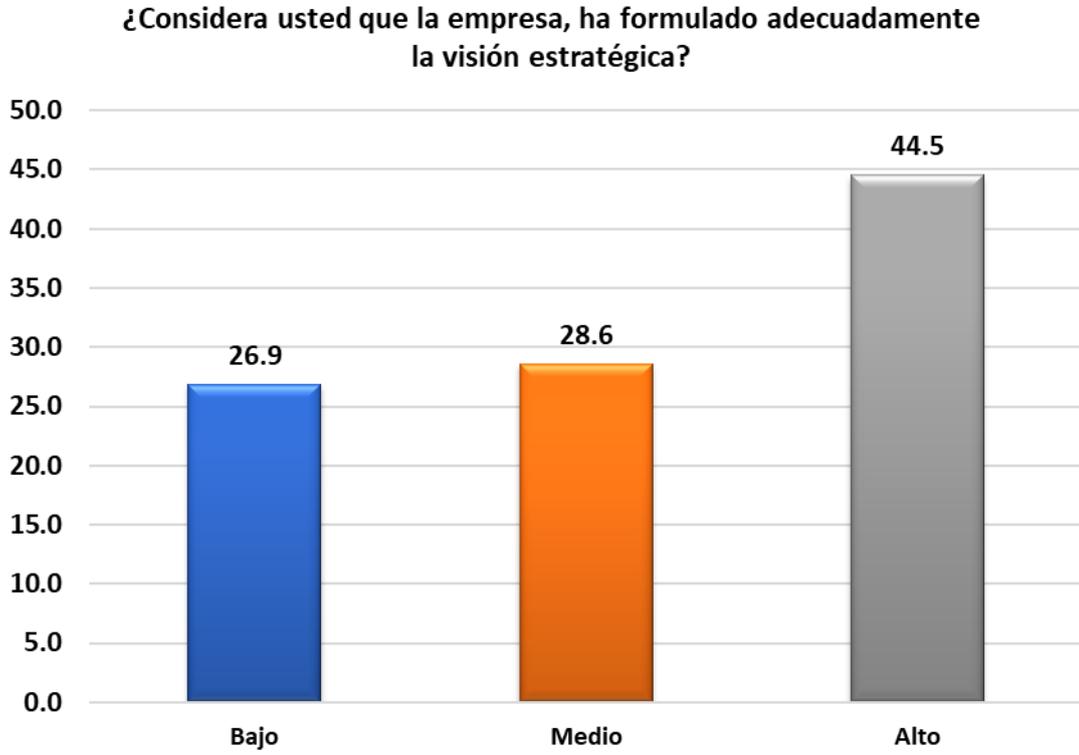


Tabla 8

Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

4 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.9
Medio (Medianamente)	34	28.6
Alto (Si)	53	44.5
Total	119	100

La estadística muestra que el 44.5 % de los entrevistados afirman que, las empresas, han formulado adecuadamente la visión estratégica; un 28.6% consideran medianamente y un 26.9% estiman que no.

Gráfico 8

Cuestionario pregunta: 05 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de posición estratégica y evaluación de acciones - SPACE?

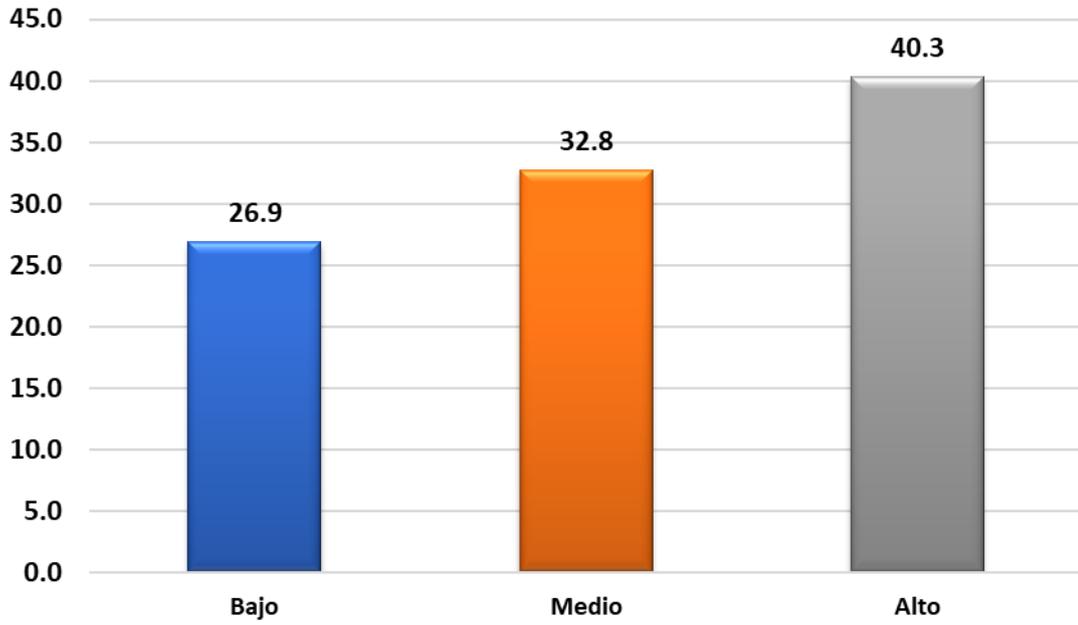


Tabla 9

Cuestionario pregunta: 05 V.I.

5 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.9
Medio (Medianamente)	39	32.8
Alto (Si)	48	40.3
Total	119	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de posición estratégica y evaluación de acciones - SPACE?; un 40.3 % de los encuestados lo afirman, el 32.8 % indican medianamente y un 26.9 % lo niegan.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA – VI

IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Gráfico 9

Cuestionario pregunta: 06 - V.I.

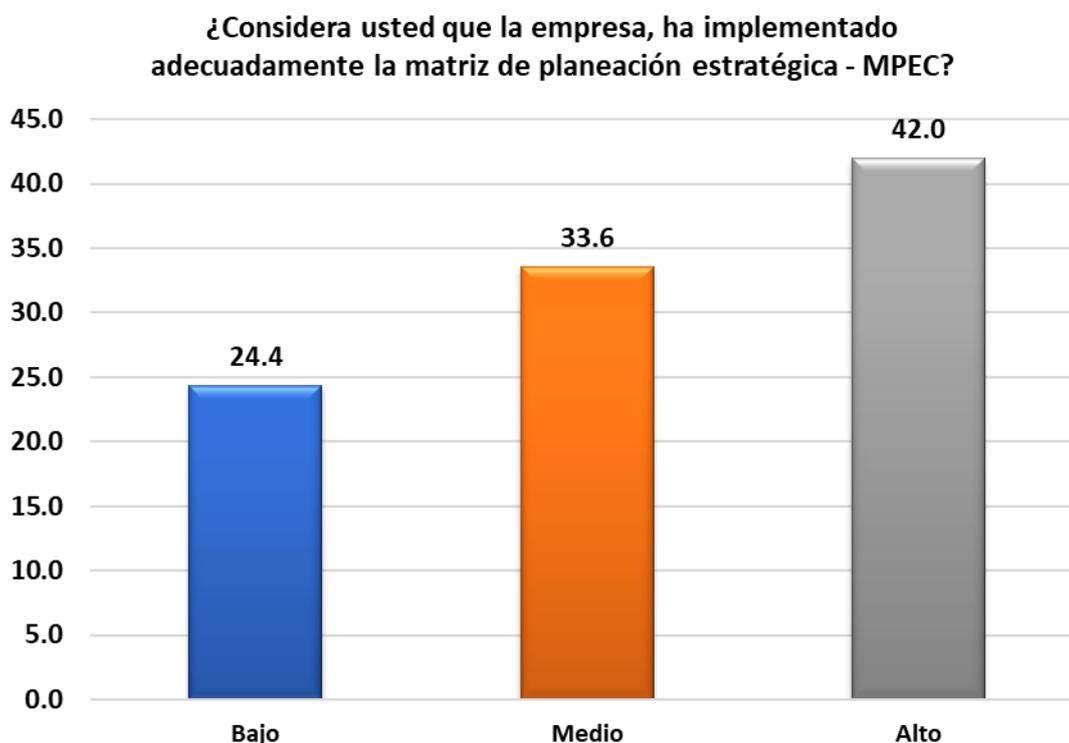


Tabla 10

Cuestionario pregunta: 06 V.I.

6 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	29	24.4
Medio (Medianamente)	40	33.6
Alto (Si)	50	42.0
Total	119	100

Con respecto a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de planeación estratégica - MPEC?; los encuestados aseveran positivamente en un 42.0 %; el 33.6 % indican medianamente y un 24.4 % respondieron negativamente.

Gráfico 10

Cuestionario pregunta: 07 - V.I.

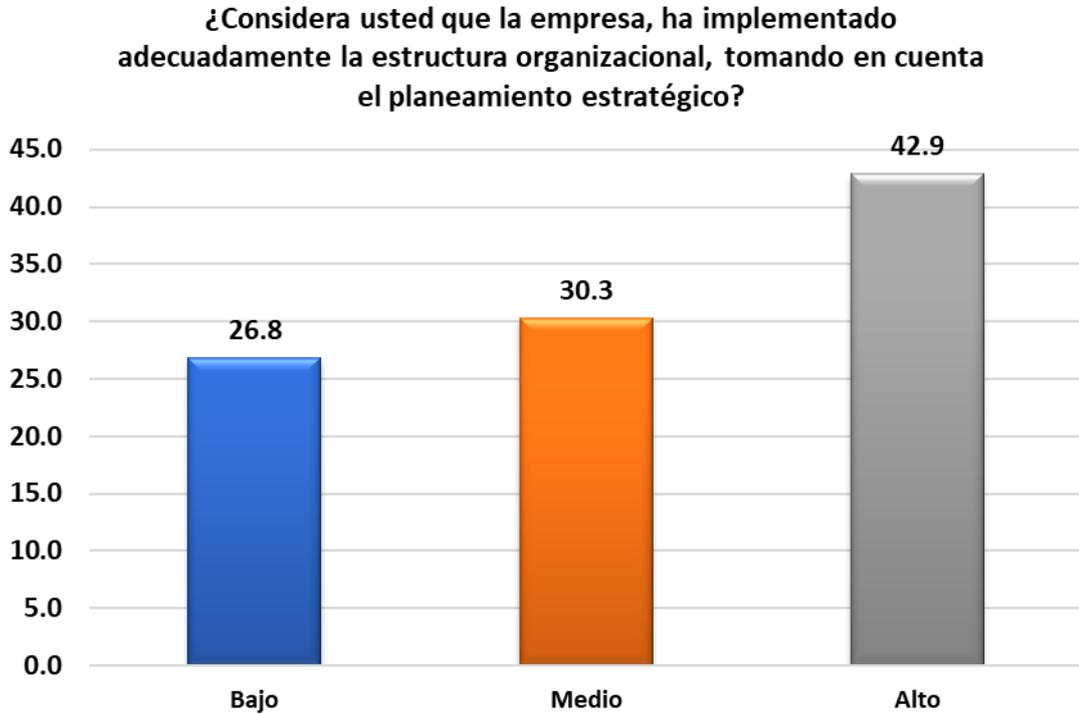


Tabla 11

Cuestionario pregunta: 07 V.I.

7 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.8
Medio (Medianamente)	36	30.3
Alto (Si)	51	42.9
Total	119	100

En el presente cuadro estadístico, el 42.9 % de los consultados indican que, las empresas han implementado adecuadamente la estructura organizacional, tomando en cuenta el planeamiento estratégico; indican medianamente un 30.3 % y un 26.8 % lo niegan.

Gráfico 11

Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

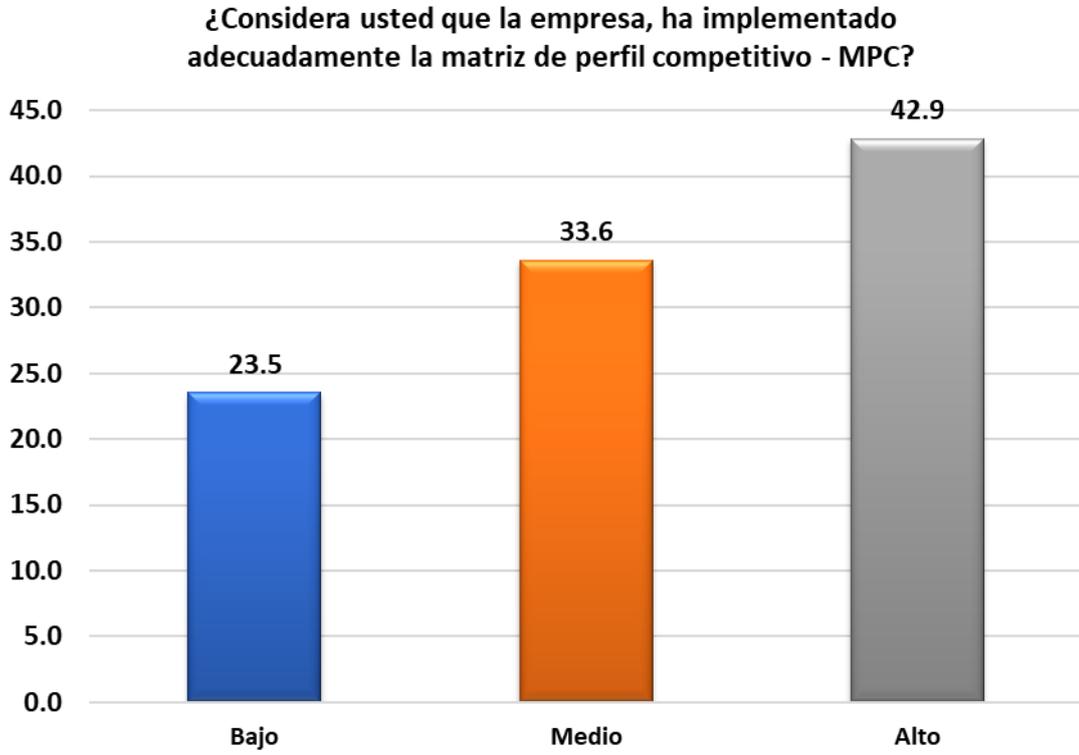


Tabla 12

Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

8 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	28	23.5
Medio (Medianamente)	40	33.6
Alto (Si)	51	42.9
Total	119	100

El gráfico nos muestra que un 42.9 % de los entrevistados indican que, las empresas han implementado adecuadamente la matriz de perfil competitivo - MPC; el 33.6 % indican medianamente y el 23.5 % indican que no.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA – VI

EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Gráfico 12

Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

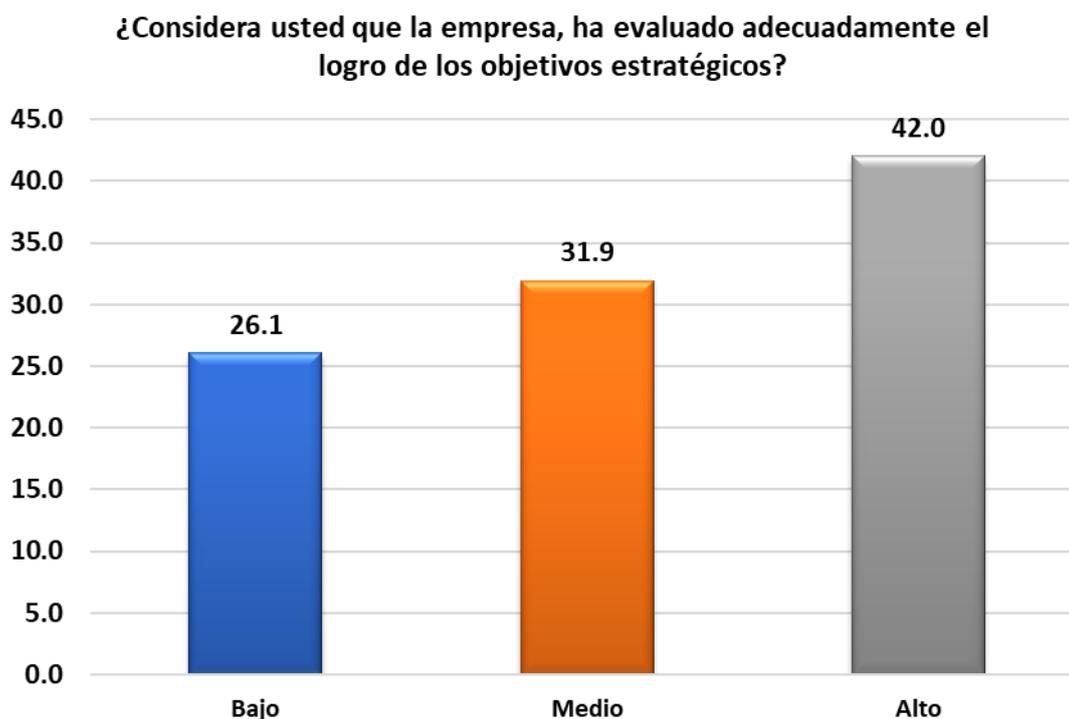


Tabla 13

Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

9 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.1
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	50	42.0
Total	119	100

En el presente gráfico podemos apreciar que el 42.0 % de los entrevistados afirman que, las empresas han evaluado adecuadamente el logro de los objetivos estratégicos; indican medianamente un 31.9 % y un 26.1 % señalan que no.

Gráfico 13

Cuestionario pregunta: 10 - V.I.

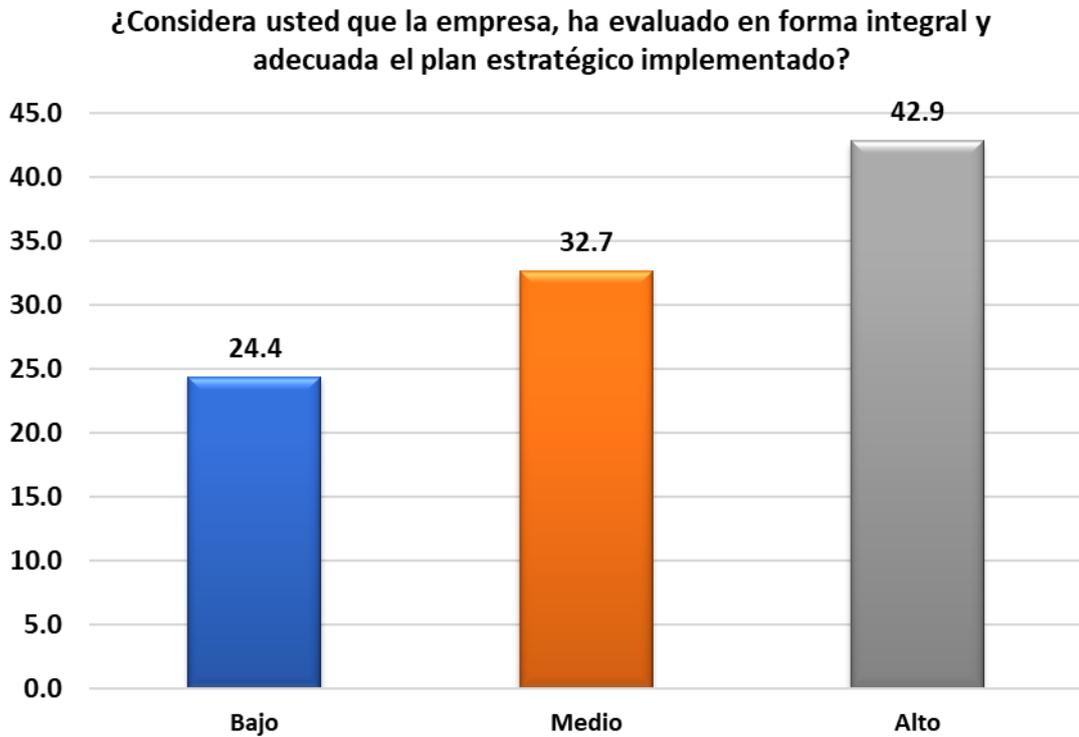


Tabla 14

Cuestionario pregunta: 10 - V.I.

10 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	29	24.4
Medio (Medianamente)	39	32.7
Alto (Si)	51	42.9
Total	119	100

En el gráfico se aprecia que el 42.9 % de los entrevistados manifiestan que, las empresas han evaluado en forma integral y adecuada el plan estratégico implementado; un 32.7 % indican medianamente y un 24.4 % estiman que no.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA – VI

EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Gráfico 14

Cuestionario pregunta: 11 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, después de la evaluación del plan estratégico, realizó en forma adecuada el proceso de retroalimentación, para optimizar su ejecución?

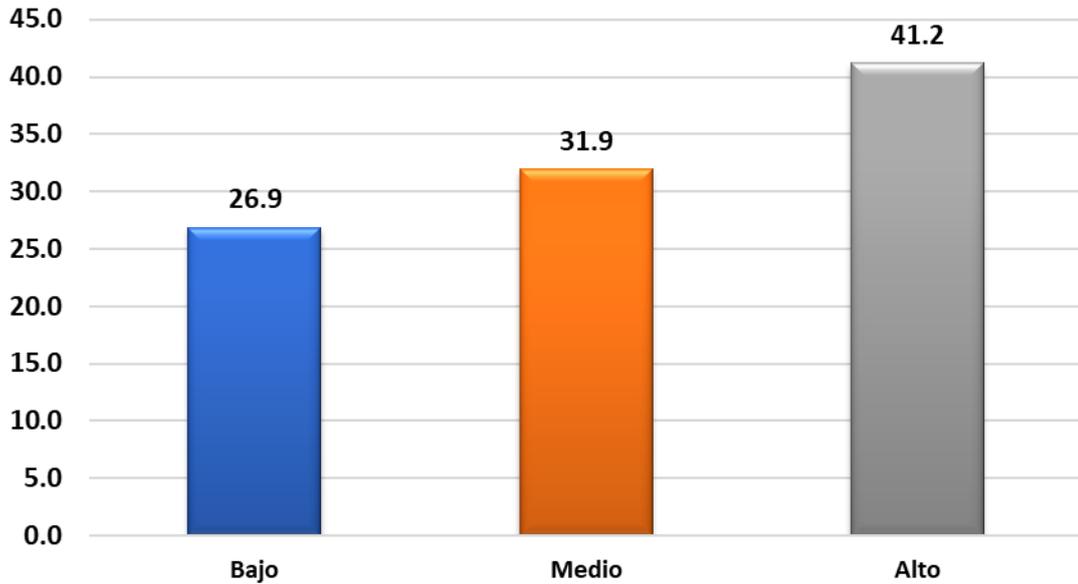


Tabla 15

Cuestionario pregunta: 11 - V.I.

11 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.9
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

En el presente gráfico podemos apreciar que el 41.2 % de los entrevistados afirman que, las empresas después de la evaluación del plan estratégico, realizaron en forma adecuada el proceso de retroalimentación, para optimizar su ejecución; indican medianamente un 31.9 % y un 26.9 % señalan que no.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA – VI

EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Gráfico 15

Cuestionario pregunta: 12 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, después de la evaluación del plan estratégico, implementó adecuadamente los programas de innovación y desarrollo?

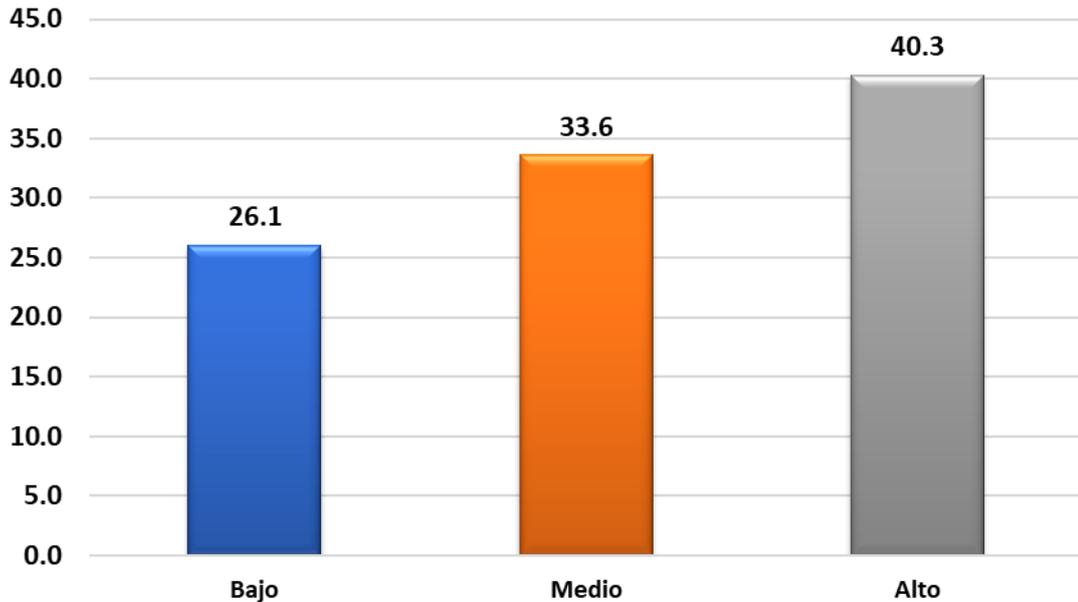


Tabla 16

Cuestionario pregunta: 12 - V.I.

12 – VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.1
Medio (Medianamente)	40	33.6
Alto (Si)	48	40.3
Total	119	100

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 40.3 % de los entrevistados afirman que, las empresas después de la evaluación del plan estratégico, implementaron adecuadamente los programas de innovación y desarrollo; consideran medianamente un 33.6% y estiman que no un 26.1%.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL – VD

VENTAJAS COMPETITIVAS

Gráfico 16

Cuestionario pregunta: 01 - V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los compradores (clientes)?

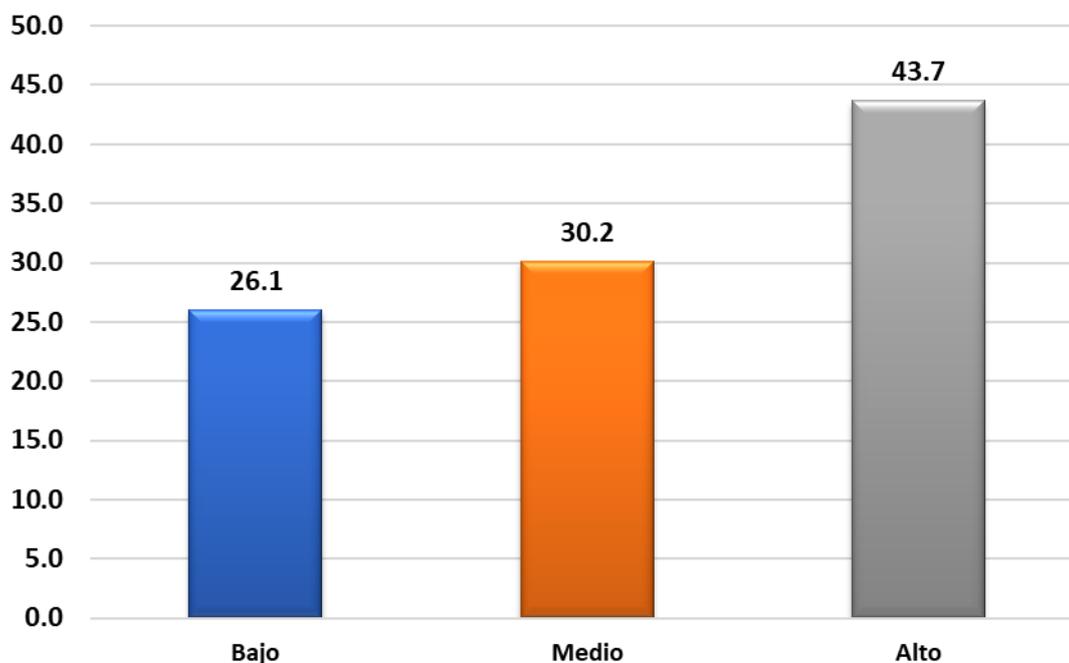


Tabla 17

Cuestionario pregunta: 01- V.D.

1 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.1
Medio (Medianamente)	36	30.2
Alto (Si)	52	43.7
Total	119	100

El gráfico muestra que el 43.7 % de los entrevistados aseveran que, la planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los compradores (clientes); un 30.2% consideran medianamente y un 26.1% estiman que no.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL – VD

VENTAJAS COMPETITIVAS

Gráfico 17

Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los proveedores?

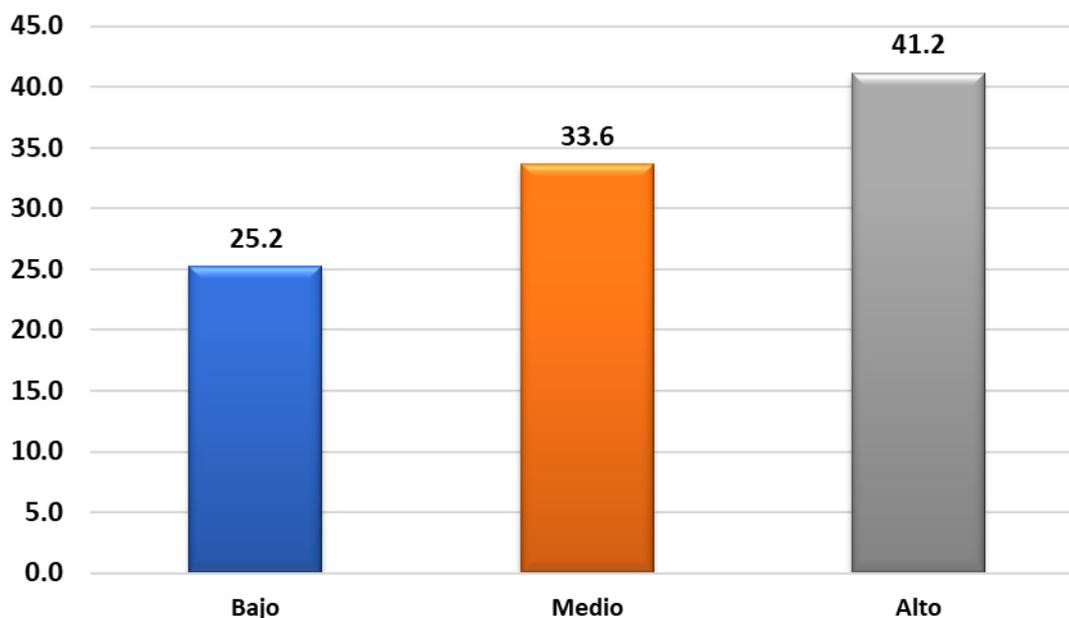


Tabla 18

Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

2 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	30	25.2
Medio (Medianamente)	40	33.6
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

El gráfico muestra que el 41.2 % de los entrevistados aseveran que, la planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los proveedores; un 33.6% consideran medianamente y un 25.2% estiman que no.

Gráfico 18

Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la amenaza de nuevos competidores?

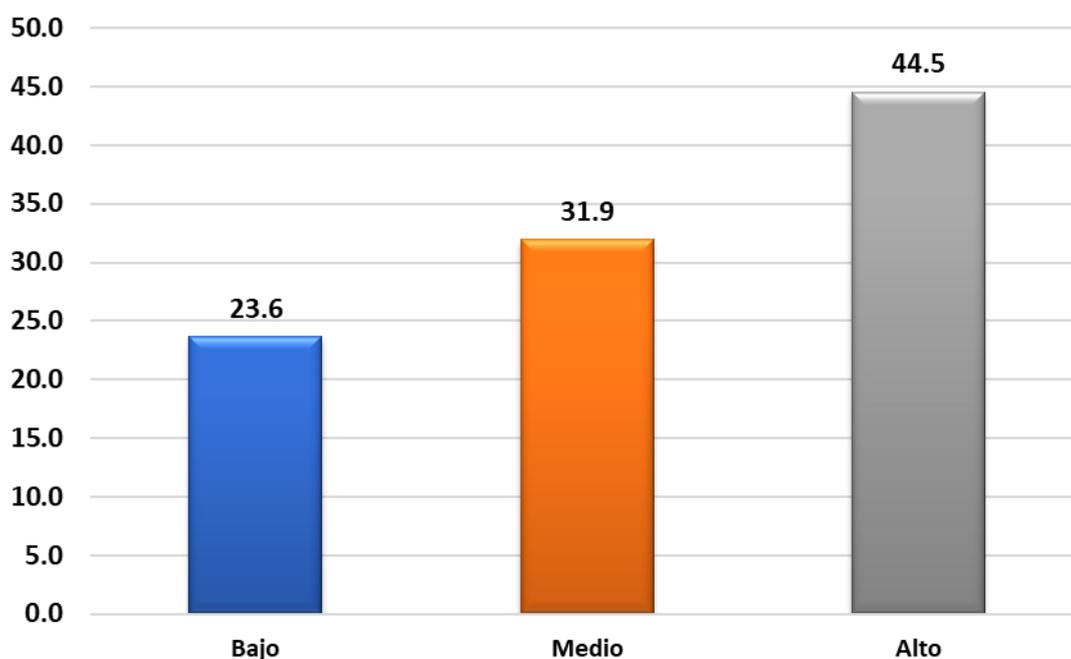


Tabla 19

Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

3 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	28	23.6
Bajo (No)	38	31.9
Medio (Medianamente)	53	44.5
Alto (Si)	119	100

Los resultados de la muestra aseveran que el 44.5 % de los entrevistados afirman que, la planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la amenaza de nuevos competidores; un 31.9% consideran medianamente y un 23.6% estiman que no.

Gráfico 19

Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

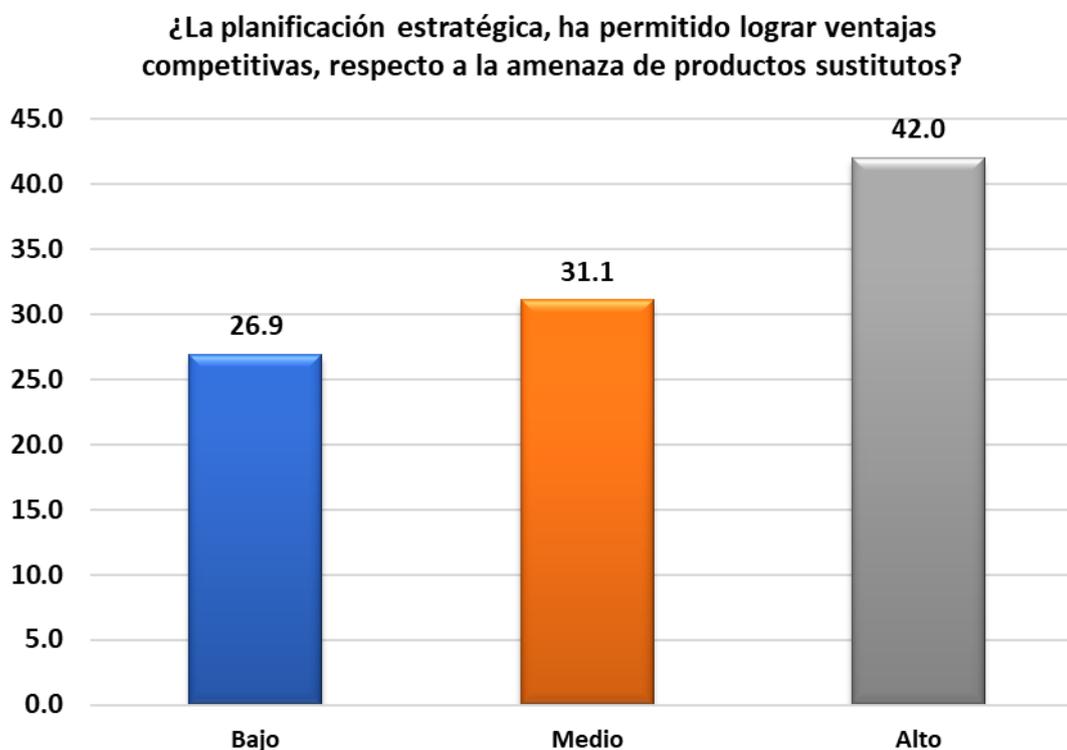


Tabla 20

Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

4 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.9
Medio (Medianamente)	37	31.1
Alto (Si)	50	42.0
Total	119	100

La estadística muestra que el 42.0 % de los entrevistados afirman que, la planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la amenaza de productos sustitutos; un 31.1% consideran medianamente y un 26.9% estiman que no.

Gráfico 20

Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la rivalidad entre competidores?

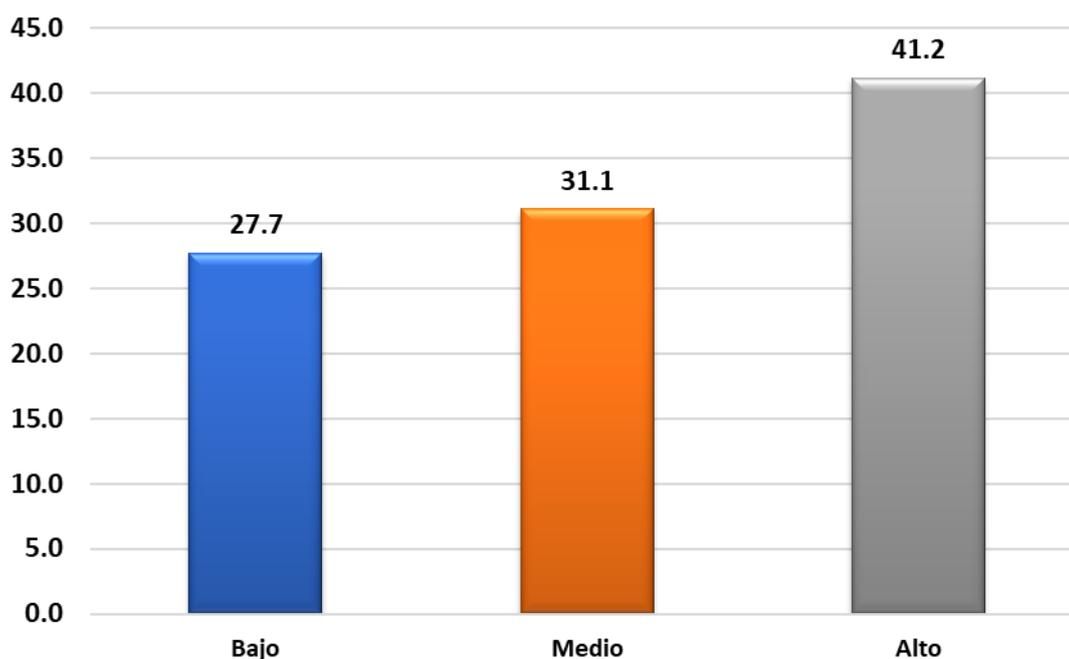


Tabla 21

Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

5 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	33	27.7
Medio (Medianamente)	37	31.1
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la rivalidad entre competidores?; un 41.2 % de los encuestados lo afirman, el 31.1 % indican medianamente y un 27.7 % lo niegan.

Gráfico 21

Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

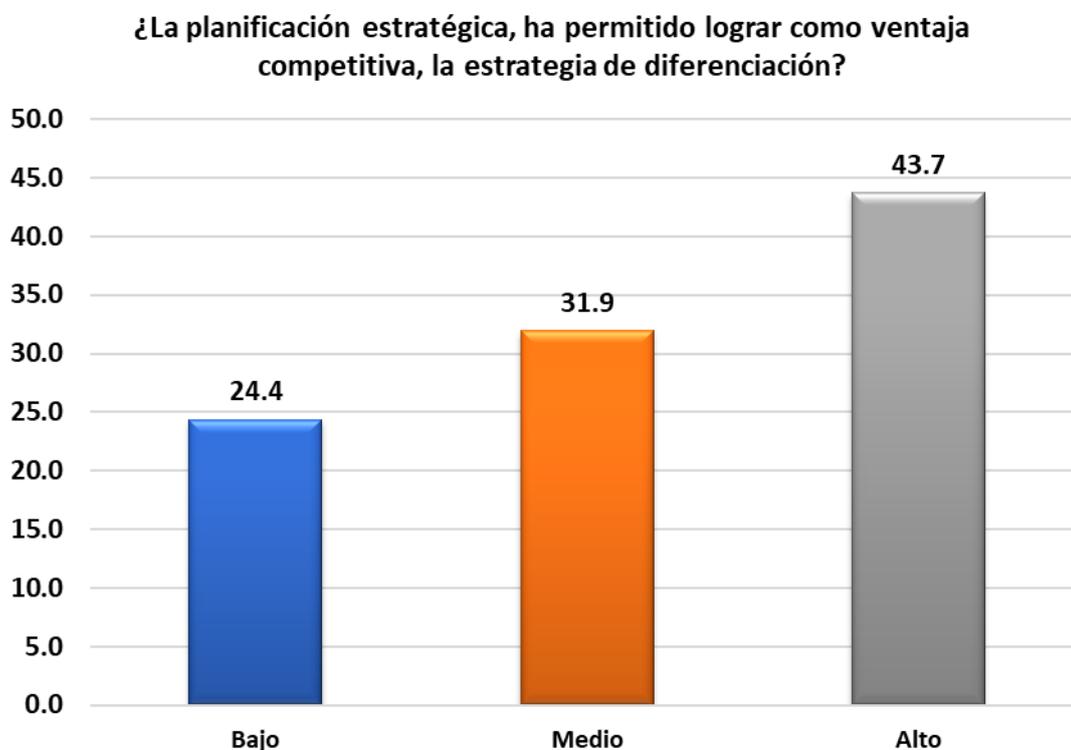


Tabla 22

Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

6 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	29	24.4
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	52	43.7
Total	119	100

Con respecto a la interrogante: ¿La planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia de diferenciación?; un 43.7 % de los encuestados lo afirman, el 31.9 % indican medianamente y un 24.4 % respondieron negativamente.

Gráfico 22

Cuestionario pregunta: 07 - V.D.

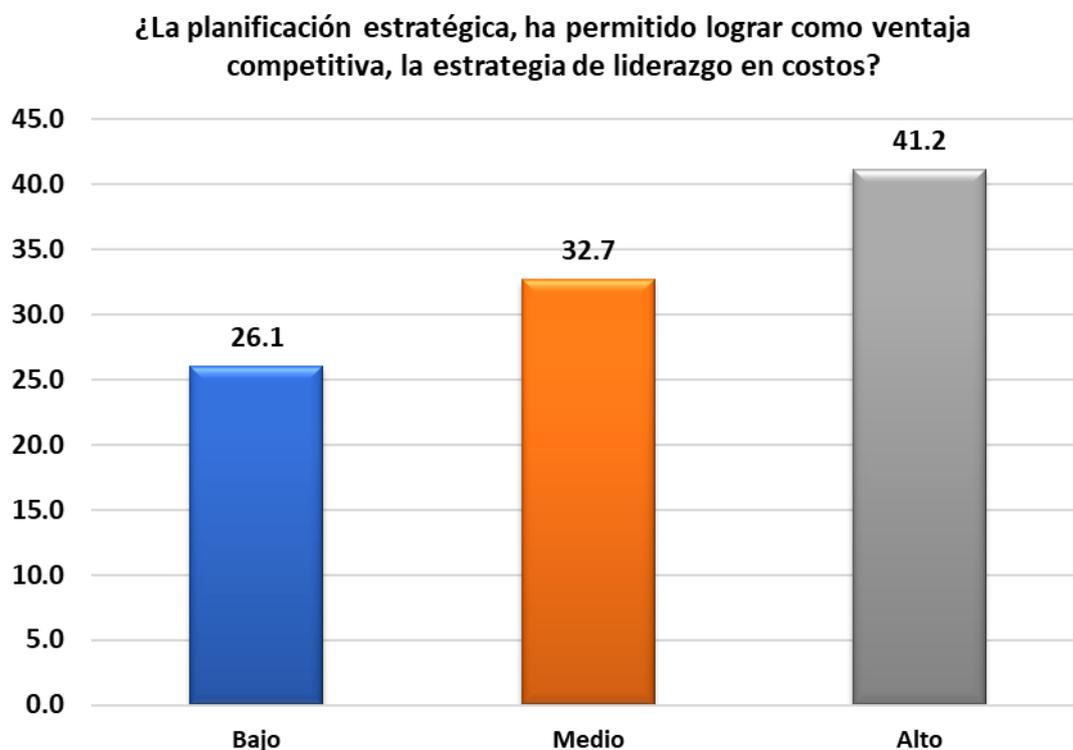


Tabla 23

Cuestionario pregunta: 07 - V.D.

7- VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.1
Medio (Medianamente)	39	32.7
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

En el presente cuadro estadístico, el 41.2 % de los consultados indican que, la planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia de liderazgo en costos; indican que se ha cumplido medianamente un 32.7 % y un 26.1 % lo niegan.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL – VD

VENTAJAS COMPETITIVAS

Gráfico 23

Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

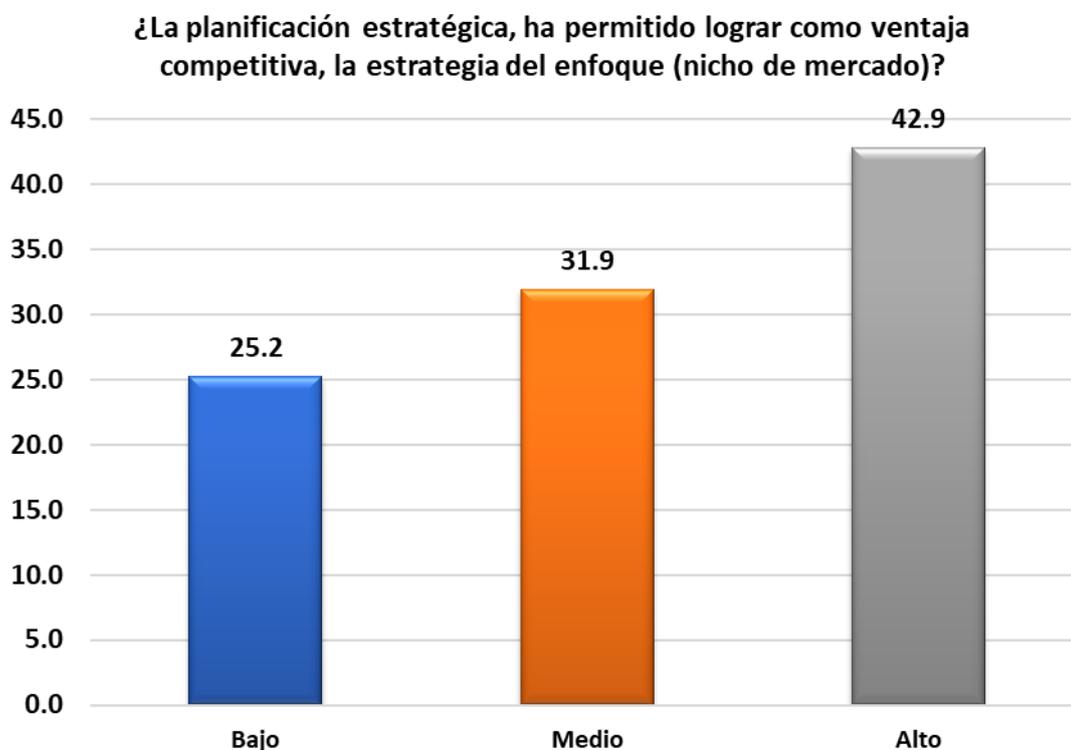


Tabla 24

Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

8 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	30	25.2
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	51	42.9
Total	119	100

Del gráfico y cuadro estadístico, se afirma que el 42.9 % de los entrevistados indican que, la planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia del enfoque (nicho de mercado); el 31.9 % indican medianamente y el 25.2 % lo niegan.

Gráfico 24

Cuestionario pregunta: 09 V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar la cadena de valor para mejorar la eficiencia y aportar valor a la empresa?

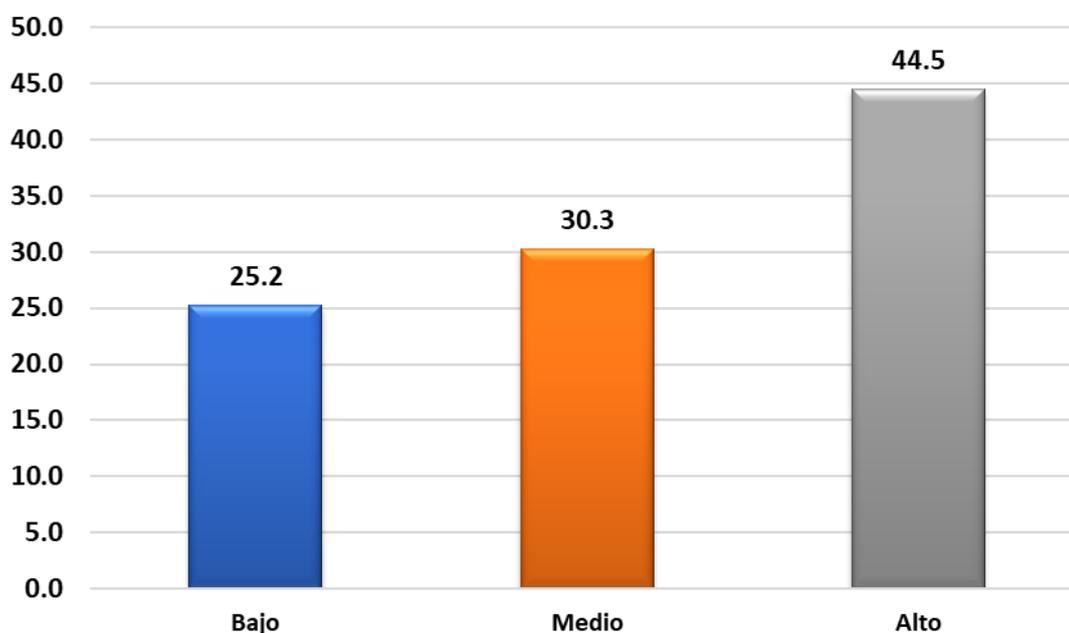


Tabla 25

Cuestionario pregunta: 09 - V.D.

9 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	30	25.2
Medio (Medianamente)	36	30.3
Alto (Si)	53	44.5
Total	119	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar la cadena de valor para mejorar la eficiencia y aportar valor a la empresa?; lo afirman un 44.5 %; un 30.3 % señalan medianamente y un 25.2 % lo niegan.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL – VD

VENTAJAS COMPETITIVAS

Gráfico 25

Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

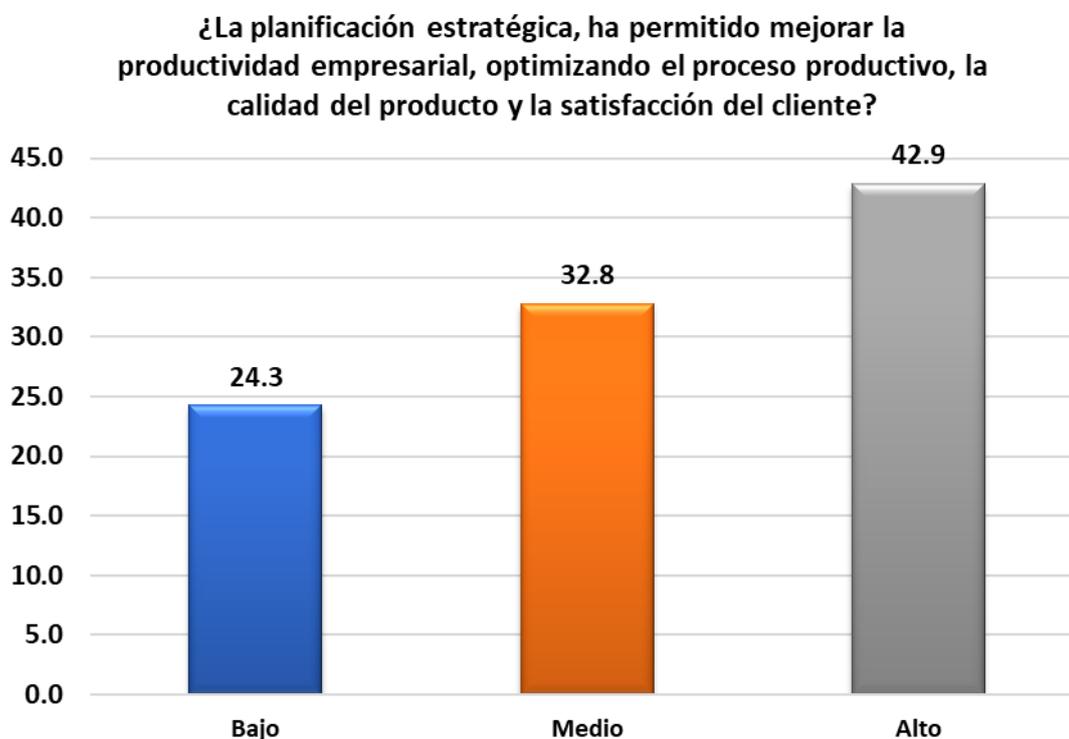


Tabla 26

Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

10 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	29	24.3
Medio (Medianamente)	39	32.8
Alto (Si)	51	42.9
Total	119	100

Del gráfico y cuadro estadístico, se afirma que el 42.9 % de los entrevistados indican que, la planificación estratégica, ha permitido mejorar la productividad empresarial, optimizando el proceso productivo, la calidad del producto y la satisfacción del cliente; el 32.8 % indican medianamente y el 24.3 % lo niegan.

Gráfico 26

Cuestionario pregunta: 11 V.D.

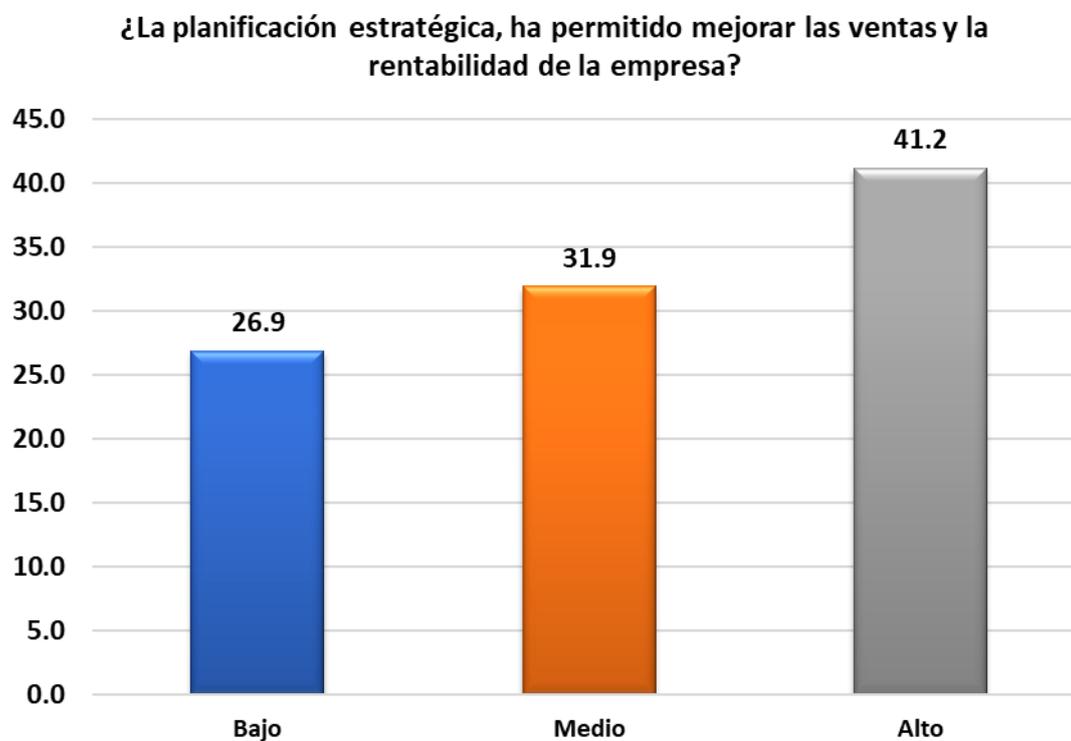


Tabla 27

Cuestionario pregunta: 11 - V.D.

11 – VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	32	26.9
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	49	41.2
Total	119	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar las ventas y la rentabilidad de la empresa?; un 41.2% lo afirman; un 31.9 % señalan medianamente y un 26.9 % lo niegan.

Gráfico 27

Cuestionario pregunta: 12 - V.D.

¿La planificación estratégica, ha permitido implementar una adecuada tecnología, para optimizar las operaciones de la empresa?

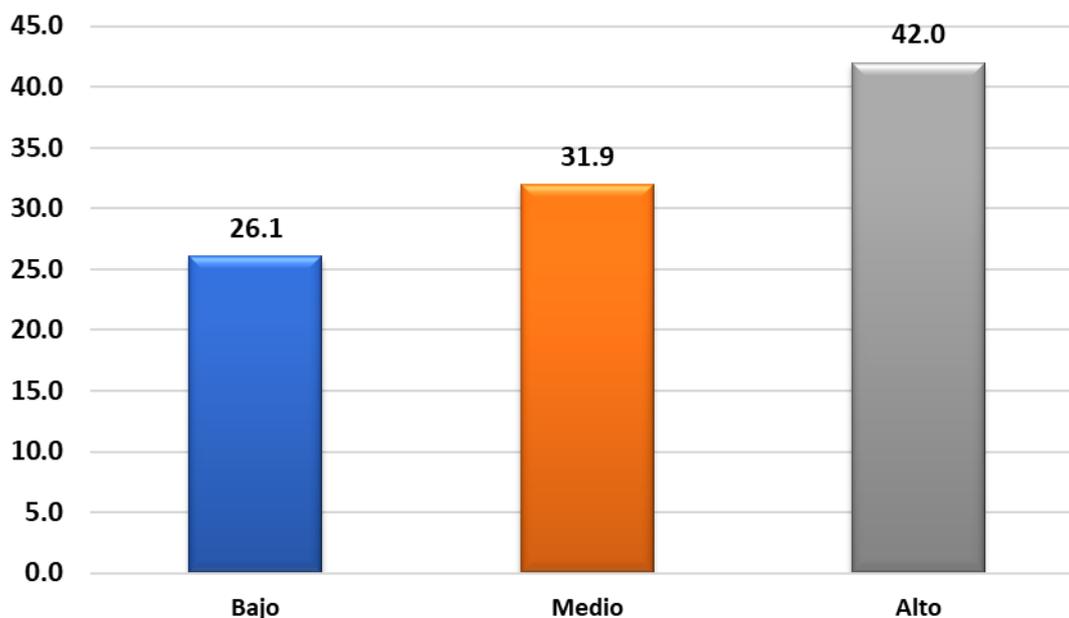


Tabla 28

Cuestionario pregunta: 12 - V.D.

12- VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	31	26.1
Medio (Medianamente)	38	31.9
Alto (Si)	50	42.0
Total	119	100

Del gráfico y cuadro estadístico, se afirma que el 42.0 % de los entrevistados indican que, la planificación estratégica, ha permitido implementar una adecuada tecnología, para optimizar las operaciones de la empresa; el 31.9 % indican medianamente y el 26.1 % indican no.

4.3 Prueba de hipótesis

4.3.1 Primera hipótesis

La **formulación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

La **formulación del planeamiento estratégico**, **NO** ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

b) Hipótesis de estudio H₁)

La **formulación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 29

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 1	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Formulación del planeamiento estratégico - V.I.	122	148	206	476

Tabla 30

Coefficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1

Correlaciones

		FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	VENTAJAS COMPETITIVAS
FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	Correlación de Pearson	1	,998 [*]
	Sig. (bilateral)		,038
	N	3	3
VENTAJAS COMPETITIVAS	Correlación de Pearson	,998 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,038	
	N	3	3

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

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 31

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 1	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Formulación del planeamiento estratégico - V.I.	122	148	206	476

Tabla 32

Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,998 ^a	,996	,993	10,443

a. Predictores: (Constante), FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	29898,952	1	29898,952	274,181	,038 ^b
	Residuo	109,048	1	109,048		
	Total	30008,000	2			

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

b. Predictores: (Constante), FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	24,881	27,903		,892	,536
	FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	2,843	,172	,998	16,558	,038

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

f) Interpretación

Tanto en la Correlación de Pearson y Regresión Lineal el valor de **P es 0.038**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**; siendo **P 0.038**, se **confirma la hipótesis alterna Hi**) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y se **rechaza la hipótesis nula (Ho)** (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.2 Segunda hipótesis

La **implementación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

La **implementación del planeamiento estratégico**, **NO** ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

b) Hipótesis de estudio Hi)

La **implementación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 33

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 2	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Implementación del planeamiento estratégico - V.I.	121	155	200	476

Tabla 34

Coeficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2

Correlaciones

		IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	VENTAJAS COMPETITIVAS
IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	Correlación de Pearson	1	,997*
	Sig. (bilateral)		,048
	N	3	3
VENTAJAS COMPETITIVAS	Correlación de Pearson	,997*	1
	Sig. (bilateral)	,048	
	N	3	3

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

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 35

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 2	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Implementación del planeamiento estratégico - V.I.	121	155	200	476

Tabla 36

Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,997 ^a	,994	,988	13,146

a. Predictores: (Constante), IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	29835,194	1	29835,194	172,652	,048 ^b
	Residuo	172,806	1	172,806		
	Total	30008,000	2			

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

b. Predictores: (Constante), IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error			
1	(Constante)	-13,034	37,984		-,343	,790
	IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	3,082	,235	,997	13,140	,048

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

f) Interpretación

Tanto en la Correlación de Pearson y Regresión Lineal el valor de **P es 0.048**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**; siendo

P 0.048, se **confirma la hipótesis alterna** H_1) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y se **rechaza la hipótesis nula** (H_0) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.3 Tercera hipótesis

La **evaluación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

Procedimiento de contrastación:

a) **Hipótesis nula (H_0)**

La **evaluación del planeamiento estratégico**, **NO** ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

b) **Hipótesis de estudio (H_1)**

La **evaluación del planeamiento estratégico**, ha incidido significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.

c) **Coefficiente de Correlación de Pearson**

Tabla 37

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 3	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Evaluación del planeamiento estratégico - V.I.	123	155	198	476

Tabla 38

Coefficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3

Correlaciones

		EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	VENTAJAS COMPETITIVAS
EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	Correlación de Pearson	1	,997 [*]
	Sig. (bilateral)		,046
	N	3	3
VENTAJAS COMPETITIVAS	Correlación de Pearson	,997 [*]	1
	Sig. (bilateral)	,046	
	N	3	3

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

d) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 39

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 3	Bajo	Medio	Alto	Total
Ventajas competitivas - V.D.	366	454	608	1428
Evaluación del planeamiento estratégico - V.I.	123	155	198	476

Tabla 40

Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,997 ^a	,995	,990	12,410

a. Predictores: (Constante), EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	29853,995	1	29853,995	193,851	,046 ^b
	Residuo	154,005	1	154,005		
	Total	30008,000	2			

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

b. Predictores: (Constante), EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error			
1	(Constante)	-39,097	37,683		-1,038	,488
	EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	3,246	,233	,997	13,923	,046

a. Variable dependiente: VENTAJAS COMPETITIVAS

e) Interpretación

Tanto en la Correlación de Pearson y Regresión Lineal el valor de **P** es **0.046**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**; siendo **P 0.046**, se **confirma la hipótesis alterna** H_1) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y se **rechaza la hipótesis nula** (H_0) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.4 Discusión de resultados

En la aplicación del cuestionario, para la discusión de resultados se ha tomado en cuenta lo siguiente:

➤ Variable independiente: **Planificación estratégica**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, se midieron de la siguiente forma:

Alto: Adecuada implementación de la planificación estratégica.

Medio: Medianamente adecuada implementación de la planificación estratégica.

Bajo: Inadecuada implementación de la planificación estratégica.

➤ Variable dependiente: **Competitividad empresarial**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, se midieron de la siguiente manera:

Alto: Adecuado logro de la competitividad empresarial.

Medio: Medianamente adecuado logro de la competitividad empresarial.

Bajo: Inadecuado logro de la competitividad empresarial.

Coefficiente de correlación (R_{xy}), es una medida descriptiva de la intensidad de la relación lineal entre dos variables X, Y (variable independiente y dependiente, respectivamente); un valor de +1 indica que las dos variables están perfectamente relacionadas en sentido lineal positivo (Anderson et al., 2008).

- **Discusión de resultados hipótesis específico 1**

Dimensión: Formulación del planeamiento estratégico (causa).

Dimensión: Ventajas competitivas (efecto).

Tabla 41

Discusión de resultados: Hipótesis específico 1

Estadísticos	Nivel de Significancia P=0.05	Coefficiente de Correlación (R_{xy})	Referencia de Tablas
Correlación de Pearson	0.038	0.998	Tabla 30
Regresión Lineal	0.038	0.998	Tabla 32

Según las Tablas 30 y 32, se confirma la hipótesis alterna H_1 o hipótesis de estudio, debido a que el **nivel de significancia** es menor del valor 0.05; a su

vez, existe una **correlación positiva muy fuerte** ($> +0.90$, acercándose a $+1.00$) de las dimensiones **formulación del planeamiento estratégico** (causa) y **ventajas competitivas** (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye, que la **formulación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La formulación del planeamiento estratégico ayuda a las organizaciones a determinar sus objetivos y a elegir sus estrategias o cursos de acción que les permitirá reducir riesgos y aprovechar oportunidades.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 2**

Dimensión: Implementación del planeamiento estratégico (causa).

Dimensión: Ventajas competitivas (efecto).

Tabla 42

Discusión de resultados: Hipótesis específico 2

Estadísticos	Nivel de Significancia $P=0.05$	Coefficiente de Correlación (R_{xy})	Referencia Tablas
Correlación de Pearson	0.048	0.997	Tabla 34
Regresión Lineal	0.048	0.997	Tabla 36

Según las Tablas 34 y 36, se confirma la hipótesis alterna (H_1) o hipótesis de estudio, debido a que el **nivel de significancia** es menor del valor 0.05; a su vez, existe una **correlación positiva muy fuerte** ($> +0.90$, acercándose a $+1.00$) de las dimensiones **implementación del planeamiento estratégico** (causa) y **ventajas competitivas** (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye, que la **implementación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las

ventajas competitivas, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La operación de la estrategia se logra con la ejecución el plan maestro del planeamiento estratégico.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 3**

Dimensión: Evaluación del planeamiento estratégico (causa).

Dimensión: Ventajas competitivas (efecto).

Tabla 43

Discusión de resultados: Hipótesis específico 3

Estadísticos	Nivel de Significancia P=0.05	Coefficiente de Correlación (Rxy)	Referencia de Tablas
Correlación de Pearson	0.046	0.997	Tabla 38
Regresión Lineal	0.046	0.997	Tabla 40

Según las Tablas 38 y 40, se confirma la hipótesis alterna H_1 o hipótesis de estudio, debido a que el **nivel de significancia** es menor del valor 0.05; a su vez, existe una **correlación positiva muy fuerte** ($> +0.90$, acercándose a +1.00) de las dimensiones **evaluación del planeamiento estratégico** (causa) y **ventajas competitivas** (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye, que la **evaluación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La evaluación de la estrategia nos otorga un panorama claro del logro de objetivos de la empresa.

CONCLUSIONES

- 1) Con respecto al objetivo general se concluye, que la **planificación estratégica**, incidió significativamente en el logro de **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. Mediante la planificación estratégica se logran los objetivos a corto, mediano y largo plazo, pues encaminan sus esfuerzos hacia el éxito empresarial.
- 2) En cuanto al primer objetivo específico se concluye, que la **formulación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La formulación del planeamiento estratégico ayuda a las organizaciones a determinar sus objetivos y a elegir sus estrategias o cursos de acción que les permitirá reducir riesgos y aprovechar oportunidades.
- 3) En lo referente al segundo objetivo específico se concluye, que la **implementación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La operación de la estrategia se logra con la ejecución el plan maestro del planeamiento estratégico.
- 4) A cerca del tercer objetivo específico se concluye, que la **evaluación del planeamiento estratégico**, incidió significativamente en el logro de las **ventajas competitivas**, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021. La evaluación de la estrategia nos otorga un panorama claro del logro de objetivos de la empresa.

RECOMENDACIONES

- 1) Las empresas agrícolas exportadoras del departamento de Junín, respecto a su entorno, se recomienda tener siempre el análisis de los factores internos y externos, con la finalidad de identificar riesgos, que permitan su mitigación inmediata.
- 2) Las empresas agrícolas deben realizar el seguimiento del cumplimiento de sus objetivos de mediano y largo plazo, orientados al logro de la visión y misión de la organización.
- 3) A través del planeamiento estratégico, para poder mejorar la gestión empresarial, es necesario la implementación del balanced scorecard o tablero integral de mando, que es una poderosa herramienta para crear y controlar sus propios indicadores de gestión financiera, procesos internos, clientes y formación y crecimiento.
- 4) Las empresas deben proveer de recursos necesarios para ejecutar el plan estratégico, capacitando al personal y asignando responsabilidades, para la adecuada ejecución del plan estratégico y realizar el seguimiento del logro de los objetivos.
- 5) El planeamiento estratégico, debe contar con estrategias empresariales, constituido por un conjunto de acciones, que se deben llevar a cabo en la empresa, con el fin de lograr ventajas competitivas, estos tipos de estrategias pueden ser producto y marketing, funcionales como la optimización de recursos y corporativas en la imagen de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición). Pearson Educación de Colombia Ltda.,
- Buenas tareas. (2015). *La competitividad por Michael Porter* [Empresarial]. Buenas Tareas. <https://www.buenastareas.com/ensayos/La-Competitividad-Porter-Michael-Porter/78967999.html>
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia*.
https://www.academia.edu/33864534/El_proceso_Estrat%C3%A9gico_Fernando_D_Alessio_Ipinza_2C_CENTRUM_Cat%C3%B2lica_Pontifici_Universidad_Cat%C3%B2lica_del_Per%C3%B9
- Economipedia. (2016). *Ventaja competitiva—Definición, qué es y concepto*.
Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Ekon. (2020). *Plan estratégico: Qué es y cómo se pone en marcha* [Empresarial]. Ekon.
<https://www.ekon.es/blog/elaborar-plan-estrategico-empresa/>
- Gamarra, G., Rivera, T. A., Wong, F. J., & Pujay, O. E. (2015). *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS*. Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición). MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Hernández-Sampiere, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación* (Primera edición). MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- ISO 9001. (2020). *¿Qué es el modelo de las 5 fuerzas de Porter?* <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/05/que-es-el-modelo-de-las-5-fuerzas-de-porter-y-como-se-realiza-un-analisis-competitivo-con-este-modelo/>

- Isotools. (2021). *Estrategia competitiva de enfoque (Michael Porter) en los mercados actuales*. isotools.org. <https://www.isotools.org/2021/02/10/estrategia-competitiva-de-enfoque-michael-porter-en-los-mercados-actuales/>
- Ministerio de la Producción. (2016). *Estudio de la situación actual de las empresas peruanas*. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oeedocumentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/790-estudio-de-la-situacion-actual-de-las-empresas-peruana>
- Moreno, E. (2013, agosto 7). Metodología de investigación, pautas para hacer tesis. *Metodología de investigación, pautas para hacer tesis*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>
- Pizan, J. G. (2019). *La planificación estratégica y su incidencia en el nivel de competitividad empresarial de Exportaciones Agro Perales S.A.C. – Casma 2019* [Pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45627>
- Porter, M. E. (2017). *Ser competitivo* (9ª Edición). Ediciones Deusto. <https://www.debeleer.com/ser-competitivo-michael-e-porter/>
- PROMPERÚ. (2012). *Principales empresas exportadoras Junín 2012*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/avance_regiones/Junin/Ficha_Junin.pdf
- Salazar, M. B., Icaza, M. de F., & Alejo, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311.

- Salazar, Y. Y. (2020). *Plan estratégico para mejorar la competitividad en la Barra Cevichería Ají Limo, Jaén 2019* [Pre grado, Universidad Señor de Sipán].
<http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7890>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma -
Vicerectorado de Investigación. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Sulla, L. S. (2021). *Estrategia empresarial para promover la competitividad de la empresa Hogar y Negocios en la ciudad de Huancayo, 2020* [Pre grado, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71158>
- Supo, J. (2012). *Seminario de investigación científica*. Bioestadístico.com.
- Trigoso, M. (2020). *Solo el 37% de empresas está satisfecho con implementación de su plan estratégico*. Gestión; NOTICIAS GESTIÓN.
<https://gestion.pe/economia/empresas/37-empresas-satisfecho-implementacion-plan-estrategico-270778-noticia/>
- Vara, A. A. (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis* (Primera edición). Empresa Editora Macro EIRL.
- Vilchez, P., Mejía, E., Pontet, N., González, J. M., Choy, E. E., Farfán, M. A., Sánchez, X., & Orellano, J. C. (2019). *Fundamentos y reflexiones de teoría contable*. Edigraber.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Anexo 02: Cuestionario

Anexo 03: Procedimiento de validez y confiabilidad.

ANEXO 01: Cuestionario

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

INVESTIGACIÓN: “La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021”

CUESTIONARIO: Dirigido a ciento diecinueve (119) trabajadores y/o funcionarios de veintidós (22) empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín.

OBJETIVOS: Obtener datos de las variables: Planificación estratégica y competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, en el departamento de Junín.

INSTRUCCIÓN:

Lea usted con atención y conteste a todas las preguntas, su participación es de suma importancia, para el logro de los objetivos de la investigación.

GRACIAS POR TU COOPERACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL:

Fecha: ____/____/2022.

V.I. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA				
FORMULACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO		BAJO	MEDIO	ALTO
01	¿Considera usted que la empresa, ha formulado adecuadamente la matriz de evaluación de factores externos - EFE?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
02	¿Considera usted que la empresa, ha formulado adecuadamente la matriz de evaluación de factores internos - EFI?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
03	¿Considera usted que la empresa, ha formulado adecuadamente la misión estratégica?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
04	¿Considera usted que la empresa, ha formulado adecuadamente la visión estratégica?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
IMPLEMENTACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO		BAJO	MEDIO	ALTO
05	¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de posición estratégica y evaluación de acciones - SPACE?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
06	¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de planeación estratégica - MPEC?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
07	¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la estructura organizacional, tomando en cuenta el planeamiento estratégico?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
08	¿Considera usted que la empresa, ha implementado adecuadamente la matriz de perfil competitivo - MPC?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO		BAJO	MEDIO	ALTO
09	¿Considera usted que la empresa, ha evaluado adecuadamente el logro de los objetivos estratégicos?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
10	¿Considera usted que la empresa, ha evaluado en forma integral y adecuada el plan estratégico implementado?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
11	¿Considera usted que la empresa, después de la evaluación del plan estratégico, realizó en forma adecuada el proceso de retroalimentación, para optimizar su ejecución?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
12	¿Considera usted que la empresa, después de la evaluación del plan estratégico, implementó adecuadamente los programas de innovación y desarrollo?	No	Medianamente	Si Adecuadamente

V.D. COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL				
VENTAJAS COMPETITIVAS		BAJO	MEDIO	ALTO
01	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los compradores (clientes)?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
02	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto al poder de negociación con los proveedores?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
03	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la amenaza de nuevos competidores?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
04	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la amenaza de productos sustitutos?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
05	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr ventajas competitivas, respecto a la rivalidad entre competidores?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
06	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia de diferenciación?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
07	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia de liderazgo en costos?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
08	¿La planificación estratégica, ha permitido lograr como ventaja competitiva, la estrategia del enfoque (nicho de mercado)?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
09	¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar la cadena de valor para mejorar la eficiencia y aportar valor a la empresa?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
10	¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar la productividad empresarial, optimizando el proceso productivo, la calidad del producto y la satisfacción del cliente?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
11	¿La planificación estratégica, ha permitido mejorar las ventas y la rentabilidad de la empresa?	No	Medianamente	Si Adecuadamente
12	¿La planificación estratégica, ha permitido implementar una adecuada tecnología, para optimizar las operaciones de la empresa?	No	Medianamente	Si Adecuadamente

MEDICIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:

Planificación estratégica – Variable independiente (V.I.):

Alto = Adecuada implementación de la planificación estratégica.
Medio = Medianamente adecuada implementación de la planificación estratégica.
Bajo = Inadecuada implementación de la planificación estratégica.

Competitividad empresarial – Variable dependiente (V.D.):

Alto = Adecuado logro de la competitividad empresarial.
Medio = Medianamente adecuado logro de la competitividad empresarial.
Bajo = Inadecuado logro de la competitividad empresarial.

Anexo 02: Procedimiento de validez y confiabilidad

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	18	74,1
	Excluidos ^a	6	25,9
	Total	24	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,826	24

TABLA DE VALIDACIÓN POR JUECES EXPERTOS

DATOS GENERALES

Nombre del Instrumento: Questionario

Nombres y Apellidos del Juez (experto): Julián Cipriano Rojas Galluffi

Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión

Docente temático docente metodólogo

Responsable de la investigación: Ángela Yanet Coronel Alcántara - Betsabé Eva Quintana Correa

Título de la tesis: "La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021".

Se recomienda su aplicación (x) No recomienda su aplicación ()

DATOS COMPLEMENTARIOS PARA EL JUEZ (EXPERTO)

CRITERIOS	ÍTEMS	VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Claridad	1. ¿Las preguntas son claras, concretas y precisas?	X		
Objetividad	2. ¿Se relacionan a las variables, dimensiones e indicadores?	X		
Actualidad	3. ¿Se relaciona con los objetivos y las necesidades reales de la investigación?	X		
Organización	4. ¿Preserva su correlación lógica entre sus elementos?	X		
Suficiencia	5. ¿Es suficiente para satisfacer las exigencias que se propone en la investigación?	X		
Intencionalidad	6. ¿Se ajustan a los propósitos de la medición de las dimensiones?	X		
Consistencia	7. ¿Se respalda en fundamentos técnicos – científicos?	X		
Coherencia	8. ¿Mantiene coherencia entre las dimensiones e indicadores?	X		
Metodología	9. ¿Su estructura responde a los procesos metodológicos para lograr los resultados científicos?	X		
Valoración	10. ¿El contenido semántico de las preguntas está orientado a la escala propuesta?	X		
Ortografía	11. ¿Se respeta los criterios ortográficos indispensables en la estructura de las preguntas?	X		

DATOS PERSONALES DEL JUEZ (EXPERTO)

DIRECCIÓN DOMICILIARIO	Jr. Los Abetos 5 Block p, PP.JJ. UNDAC - Yanacancha - Pasco - Pasco.
DNI	04008529
GRADO ACADÉMICO	Doctor en Ciencias de la Educación
TELÉFONO	963672549
CORREO ELECTRÓNICO	jrojasg@undac.edu.pe

FECHA: 29 / 04 / 2022

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

TABLA DE VALIDACIÓN POR JUECES EXPERTOS

DATOS GENERALES

Nombre del instrumento: Cuestionario

Nombres y Apellidos del Juez (experto): Nemias Crispin Gutrina

Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrón

Docente temático docente metodólogo

Responsable de la investigación: Ángela Yanel Coronel Alcántara - Betsabé Eva Quintana Correa

Título de la tesis: "La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021"

Se recomienda su aplicación (X) No recomienda su aplicación ()

DATOS COMPLEMENTARIOS PARA EL JUEZ (EXPERTO)

CRITERIOS	ÍTEMS	VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Claridad	1. ¿Las preguntas son claras, concretas y precisas?	X		
Objetividad	2. ¿Se relacionan a las variables, dimensiones e indicadores?	X		
Actualidad	3. ¿Se relaciona con los objetivos y las necesidades reales de la investigación?	X		
Organización	4. ¿Preserva su correlación lógica entre sus elementos?	X		
Suficiencia	5. ¿Es suficiente para satisfacer las exigencias que se propone en la investigación?	X		
Intencionalidad	6. ¿Se ajustan a los propósitos de la medición de las dimensiones?	X		
Consistencia	7. ¿Se respalda en fundamentos técnicos – científicos?	X		
Coherencia	8. ¿Mantiene coherencia entre las dimensiones e indicadores?	X		
Metodología	9. ¿Su estructura responde a los procesos metodológicos para lograr los resultados científicos?	X		
Valoración	10. ¿El contenido semántico de las preguntas está orientado a la escala propuesta?	X		
Ortografía	11. ¿Se respeta los criterios ortográficos indispensables en la estructura de las preguntas?	X		

DATOS PERSONALES DEL JUEZ (EXPERTO)

DIRECCIÓN DOMICILIARIO	Jr. Ramón Castilla 307 San Juan Pampa, Yanacancha, Pasco, Pasco.
DNI	04042573
GRADO ACADÉMICO	Maestro en Economía, Contabilidad y Administración, Mención Finanzas
TELÉFONO	963634553
CORREO ELECTRÓNICO	morispino@undac.edu.pe

FECHA: 29 / 04 / 2022

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

TABLA DE VALIDACIÓN POR JUECES EXPERTOS

DATOS GENERALES

Nombre del Instrumento: Cuestionario

Nombres y Apellidos del Juez (experto): Inés Viza Puillas

Cargo e Institución donde labora: Docente - Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión

Docente temático docente metodólogo

Responsable de la investigación: Ángela Yanet Coronel Alcántara - Betsabé Eva Quintana Correa

Título de la tesis: "La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021".

Se recomienda su aplicación (x) No recomienda su aplicación ()

DATOS COMPLEMENTARIOS PARA EL JUEZ (EXPERTO)

CRITERIOS	ÍTEMS	VALORACIÓN		OBSERVACIONES
		SI	NO	
Claridad	1. ¿Las preguntas son claras, concretas y precisas?	X		
Objetividad	2. ¿Se relacionan a las variables, dimensiones e indicadores?	X		
Actualidad	3. ¿Se relaciona con los objetivos y las necesidades reales de la investigación?	X		
Organización	4. ¿Preserva su correlación lógica entre sus elementos?	X		
Suficiencia	5. ¿Es suficiente para satisfacer las exigencias que se propone en la investigación?	X		
Intencionalidad	6. ¿Se ajustan a los propósitos de la medición de las dimensiones?	X		
Consistencia	7. ¿Se respalda en fundamentos técnicos – científicos?	X		
Coherencia	8. ¿Mantiene coherencia entre las dimensiones e indicadores?	X		
Metodología	9. ¿Su estructura responde a los procesos metodológicos para lograr los resultados científicos?	X		
Valoración	10. ¿El contenido semántico de las preguntas está orientado a la escala propuesta?	X		
Ortografía	11. ¿Se respeta los criterios ortográficos indispensables en la estructura de las preguntas?	X		

DATOS PERSONALES DEL JUEZ (EXPERTO)

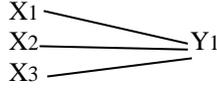
DIRECCIÓN DOMICILIARIO	Jr. Ayacucho Nro. 773 - Huánuco - Huánuco.
DNI	20024461
GRADO ACADÉMICO	Magister en Educación, Mención: Investigación y Tecnología Educativa
TELÉFONO	988500194
CORREO ELECTRÓNICO	lvizapi@undao.edu.pe

FECHA: 29/04/2021

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

ANEXO 03: Matriz de consistencia

“La planificación estratégica y su incidencia en la competitividad empresarial, en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES.	METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	POBLACIÓN Y MUESTRA.
PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo la planificación estratégica , ha incidido en la competitividad empresarial , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?	OBJETIVO GENERAL: Determinar cómo la planificación estratégica , ha incidido en la competitividad empresarial , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	HIPÓTESIS GENERAL: La planificación estratégica , ha incidido significativamente en la competitividad empresarial , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	VI: Planificación estratégica. VD: Competitividad empresarial.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN. No experimental cuantitativo.	TÉCNICAS: - Entrevista.	POBLACIÓN: Un total de 170 trabajadores y/o funcionarios de 22 empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Cómo la formulación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar cómo la formulación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: La formulación del planeamiento estratégico , ha incidido significativamente en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	VI: Planificación estratégica. DIMENSIONES: • Formulación del planeamiento estratégico. • Implementación del planeamiento estratégico. • Evaluación del planeamiento estratégico.	TIPO DE INVESTIGACIÓN. Investigación aplicada.	HERRAMIENTAS: - Cuestionario	MUESTRA Según los cálculos estadísticos, con un error muestral del 5%, la muestra aleatoria simple es de 119 trabajadores y/o funcionarios de 22 empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, año 2021.
¿Cómo la implementación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?	Determinar cómo la implementación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	La implementación del planeamiento estratégico , ha incidido significativamente en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	VD: Competitividad empresarial. DIMENSIONES: • Ventajas competitivas.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. Transeccional o transversal: Correlacional.	TRATAMIENTO DE DATOS. - Prueba de fiabilidad de alfa de Cronbach. - Excel. - SPSS versión 25.	
¿Cómo la evaluación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021?	Determinar cómo la evaluación del planeamiento estratégico , ha incidido en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.	La evaluación del planeamiento estratégico , ha incidido significativamente en el logro de ventajas competitivas , en las empresas agrícolas exportadoras, del departamento de Junín, en el año 2021.			TRATAMIENTO ESTADÍSTICO. - Correlación de Pearson. - Regresión lineal.	