



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS DE UVAS EN LA PROVINCIA DE ICA-PERÚ, 2023**

Presentado por:

GALVEZ VARGAS CHRISTIAN ALESSANDRO Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **12%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 11 de setiembre del 2023



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
PROGRAMA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



Título

LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS
EMPRESAS EXPORTADORAS DE UVAS EN LA PROVINCIA DE ICA-PERÚ,
2023.

Presentación de tesis.

Para optar el título profesional de:

Licenciado en negocios internacionales

Línea de investigación:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

INFORME FINAL DE TESIS

Autor.

Bach. GALVEZ VARGAS, Christian Alessandro.

Asesor.

Dr. CARLOS CRUCES Héctor William

Código ORCID. 0000-000¹-6590-5562

Ica, Perú

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por su apoyo y arduo trabajo durante mi educación y a mis hermanos por motivarme cuando más lo necesitaba.

AGRADECIMIENTOS

Gracias mi creador por estar a mi lado y mostrarme siempre tu fidelidad; gracias a mis progenitores, hermanos y amistades que me inspiran a perfeccionar cada día y gracias a quienes me han abierto las puertas al desarrollo profesional y ricas experiencias que me permiten aprender.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRAFICOS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	11
III. RESULTADOS	13
IV. DISCUSIÓN.....	444
V. CONCLUSIONES	45
VI. RECOMENDACIONES	46
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
VIII. ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de variable (X): Competitividad	9
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de variable (Y): Desarrollo económico	10
Tabla 3.	Resultados de la pregunta 1	13
Tabla 4.	Resultados de la pregunta 2	14
Tabla 5.	Resultados de la pregunta 3	15
Tabla 6.	Resultados de la pregunta 4	16
Tabla 7.	Resultados de la pregunta 5	17
Tabla 8.	Resultados de la pregunta 6	18
Tabla 9.	Resultados de la pregunta 7	19
Tabla 10.	Resultados de la pregunta 8	20
Tabla 11.	Resultados de la pregunta 9	21
Tabla 12.	Resultados de la pregunta 10	22
Tabla 13.	Resultados de la pregunta 11	23
Tabla 14.	Resultados de la pregunta 12	24
Tabla 15.	Resultados de la pregunta 13	25
Tabla 16.	Resultados de la pregunta 14	26
Tabla 17.	Resultados de la pregunta 15	27
Tabla 18.	Resultados de la pregunta 16	28
Tabla 19.	Resultados de la pregunta 17	29
Tabla 20.	Resultados de la pregunta 18	30
Tabla 21.	Resultados de la pregunta 19	31
Tabla 22.	Resultados de la pregunta 20	32
Tabla 23.	Resultados de la pregunta 21	33
Tabla 24.	Resultados de la pregunta 22	34
Tabla 25.	Resultados de la pregunta 23	35
Tabla 26.	Resultados de la pregunta 24	36
Tabla 27.	Resultados de la pregunta 25	37
Tabla 28.	Resultados de la pregunta 26	38
Tabla 29.	Resultados de la pregunta 27	39
Tabla 30.	Comprobación de la Hipótesis General	40
Tabla 31.	Comprobación de la Hipótesis específica 1	41
Tabla 32.	Comprobación de la Hipótesis específica 2	42
Tabla 33.	Comprobación de la Hipótesis específica 3	43

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.	Resultados de la pregunta 1	13
Gráfico 2.	Resultados de la pregunta 2	14
Gráfico 3.	Resultados de la pregunta 3	15
Gráfico 4.	Resultados de la pregunta 4	16
Gráfico 5.	Resultados de la pregunta 5	17
Gráfico 6.	Resultados de la pregunta 6	18
Gráfico 7.	Resultados de la pregunta 7	19
Gráfico 8.	Resultados de la pregunta 8	20
Gráfico 9.	Resultados de la pregunta 9	21
Gráfico 10.	Resultados de la pregunta 10	22
Gráfico 11.	Resultados de la pregunta 11	23
Gráfico 12.	Resultados de la pregunta 12	24
Gráfico 13.	Resultados de la pregunta 13	25
Gráfico 14.	Resultados de la pregunta 14	26
Gráfico 15.	Resultados de la pregunta 15	27
Gráfico 16.	Resultados de la pregunta 16	28
Gráfico 17.	Resultados de la pregunta 17	29
Gráfico 18.	Resultados de la pregunta 18	30
Gráfico 19.	Resultados de la pregunta 19	31
Gráfico 20.	Resultados de la pregunta 20	32
Gráfico 21.	Resultados de la pregunta 21	33
Gráfico 22.	Resultados de la pregunta 22	34
Gráfico 23.	Resultados de la pregunta 23	35
Gráfico 24.	Resultados de la pregunta 24	36
Gráfico 25.	Resultados de la pregunta 25	37
Gráfico 26.	Resultados de la pregunta 26	38
Gráfico 27.	Resultados de la pregunta 27	39

RESUMEN

Esta indagación tiene como fin analizar la conexión de la rivalidad con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras agrícolas de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

La pesquisa fue aplicada, su nivel se conformó por el descriptivo-correlacional-transversal y su modelo se estableció por el no experimental, además, se determinó un muestreo formado por 71 gerentes de empresas agroexportadoras.

Según los informes conseguidos se puede determinar, en relación a la finalidad general de la indagación, el 45% de los indagados estima que hay relación significativa entre la contienda y el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

En relación a la primordial finalidad específica se determina que el 52% de los indagados estima que la gestión de competitividad se conecta favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

Acerca de la posterior finalidad específica se determina que, el 47% de los indagados manifiesta que las estrategias de competitividad se relacionan directamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

Con relación a la tercera finalidad específica se determina que, el 52% de los indagados estima que el mejoramiento de la productividad se conecta significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

Palabras clave: Competitividad, desarrollo, economía.

ABSTRACT

The purpose of this inquiry is to analyze the connection of rivalry with the financial growth of agricultural export companies of grapes in the province of Ica-Peru, 2023.

The research was applied, its level was made up of the descriptive-correlational-transversal and its model was established by the non-experimental one, in addition, a sample made up of 71 managers of agro-export companies was determined.

According to the reports obtained, it can be determined, in relation to the general purpose of the investigation, 45% of those investigated estimates that there is a significant relationship between the dispute and the financial growth of grape exporting companies in the province of Ica - Peru, 2023.

In relation to the main specific purpose, it is determined that 52% of the respondents estimate that competitiveness management is favorably connected with the Economic development of grape exporting companies in the province of Ica - Peru, 2023.

Regarding the subsequent specific purpose, it is determined that 47% of the respondent's state that competitiveness strategies are directly related to the financial growth of grape exporting companies in the province of Ica - Peru, 2023.

In relation to the third specific purpose, it is determined that 52% of the respondents estimate that the improvement of productivity is significantly connected with the Economic development of grape exporting companies in the province of Ica - Peru, 2023.

Keywords: Competitiveness, development, economy.

I. INTRODUCCIÓN

A. Planteamiento del problema

Después de haber enfrentado una crisis mundial ocasionada por la epidemia del COVID 19, las asociaciones se enfrentaron a diversos cambios exigidos por las dificultades, donde emergieron nuevos paradigmas para solucionar los problemas internos como externos, enfrentándose a la globalización económica como la competencia, el desarrollo tecnológico y otros, siendo la competitividad una exigencia para la supervivencia y mantener resultados óptimos.

Existen perspectivas encontradas sobre la perceptiva del crecimiento financiero en Latinoamérica, toda vez que las políticas de corto plazo propuestas no están capacitadas para resolver los problemas elementales que afronta el territorio. En ese orden de ideas se asume que, en una perspectiva más amplia, la participación directa de los territorios es una herramienta básica de concentración de capital interno y un factor peculiar para el crecimiento sustentable de mediano y largo tiempo.

En ese sentido (Jacometti et al, 2016) indican que la conexión entre la política pública y la producción local es importante la cooperación del Estado en la promoción del crecimiento financiero. Se deduce considerando la teoría institucionalista ratifica la contribución del Estado en todos los ámbitos con la finalidad de conseguir las perfecciones condiciones de crecimiento y contienda, en ese contexto los países necesitan para su desarrollo de las políticas, ingreso financiero y concordancias desde el Estado central.

En el Perú, por ende en la provincia de Ica la política económica por falta de una eficiente dirección viene traduciéndose en progresos y regresiones legales que han originado recelo ante las inversiones , revelándose en las distintas instituciones alta vulnerabilidad ante los diferentes gobiernos , primando lo político y grupos de poder, problematizando la inserción y el sostén a políticas de gobierno de largo plazo, situándole el sistema democrático en constante riesgo , dificultando el desarrollo económico (Oliva et al.2002 p.4)

El Perú se ubica en el puesto 52 de 196 naciones (PIB). La deuda del Estado fue 78.597 millones en 2022. Su deuda per cápita es de 2.331 y la última tasa de variación del IPC anual en septiembre de 2022 es de 8,8%. El PIB per cápita es un indicativo del nivel de existencia y ocupa el puesto 97, el nivel de existencia de los habitantes de la nación es muy bajo en comparación al PIB per cápita.

En ese orden los peruanos de acuerdo al IDH, creado por la ONU miden el desarrollo de un país denotando el nivel de existencia de sus pobladores se ubica a los peruanos en el sitio 84 (Datos macro 2022).

Las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica vienen reflejando un incremento en sus exportaciones creciendo un 16.94 % en la última campaña 2020-2021 (SENASA), ello debido a que en los últimos años se viene sembrando nuevas variedades de uva, compitiendo en los diferentes mercados con gran aceptación por la calidad siendo uno de los problemas que no concuerdan es el bajo nivel de desarrollo humano, en ese contexto el estudio pretende aportar información y sugerencias al problema planteado de manera relevante y restaurada a productores, exportadores y a todos los interesados con la pesquisa.

B. Antecedentes de la investigación

a. Antecedentes internacionales

1. **Barrios, J. (2019)** en su artículo, Impacto de la innovación en la contienda de las compañías del grupo agroindustrial, en Tolima, hizo uso de un tipo descriptivo con una muestra aleatorizada de 52 empresas., hallando como resultados que un 96,2% de los directivos manifiestan tener conocimiento sobre la innovación, donde los cambios sean positivos o negativos generan impacto, mejorando la economía y ampliando las relaciones de la empresa, concluyendo que los elementos de contienda fueron estimados en su pluralidad en la serie media/baja acentuándose planeamiento, recursos humanos, capacidad de adaptarse al cambio y otros percibiendo una fuerte competencia, por otro lado las estrategia a largo plazo de competitividad con mayor manejo son el laboral, ciencia, invención, instrucción.
2. **Rodríguez et al (2019)** en su artículo la competitividad en las microempresas en Manta 2019, aplico un tipo descriptivo, de enfoque cuantitativo, con la finalidad de medir la percepción de los participantes con un instrumento confiable, concluyendo que hay una rivalidad admisible por medio de las MYPES revelándose poca planificación, baja capacitación y dificultades financieras y otros. Los rasgos y características identificados en este estudio son tanto teóricos como prácticos, incluyendo la informalidad, los bajos niveles de instrucción, la mala planificación y las dificultades financieras. El comportamiento de los datos muestra que la relación de respuestas de acuerdo y desacuerdo es de dos a uno, lo que mide la competitividad aceptable de las microempresas en Manta.
3. **Cuentas y Marriaga (2018)** en su estudio tuvo como finalidad explorar las consecuencias claves que resuelven la contienda de las PYMES en la nación de Colombia, haciendo uso del análisis documental y ficha de contenido, hallando como resultados resaltando las causas claves dependiendo Los

resultados demarcan los factores claves que impactan en la contienda como el nivel macroeconómico, sectorial y el microeconómico

4. **Navarro et al (2018)**, la finalidad del artículo fue analizar la rivalidad corporativa como un elemento fundamental de las MYPES en su crecimiento financiero, estimando al cliente el ente principal de la empresa, se hace uso de los avances emergentes como la cabida y habilidades de los medios humanos, tecnológicos, productivos y otros para complacer las fatalidades y precedencias de los interesados, concluyendo que la competitividad y la calidad van unidas en todo desarrollo empresarial, toda vez que una empresa no puede competir con otra sino ofrece calidad de sus productos o servicios, considerada como base de toda producción y desarrollo empresarial

b. Antecedentes nacionales

1. **Montano, W. (2022)**, el propósito del estudio fue cuantificar la contienda de las salidas de uva, y medir el choque que hay en la inversión estatal y la inversión, bajo modo estatal-privado en infraestructura vial, haciendo uso del diseño clásico de regresión lineal de MCO, hallando que las uvas peruanas se incrementaron en el mercado exterior, así mismo son competitivas concluyendo que el choque es bajo debido que el camino logístico de la uva es de tramos cortos.
2. **Vilela, M. (2022)** en su estudio tuvo como finalizar examinar cómo la contienda de las compañías que exportan en el Perú, se ven forzadas ante un crecimiento de al menos una valla o dificultad protectora al comercio mundial, se hizo uso de la regresión polinomial local con consideración no paramétrica de las restricciones proteccionista que influyen en las exportaciones agrícolas peruanas con mayor crecimiento concluyendo que a mayores barreras proteccionistas a las exportaciones genera incremento en los costos logísticos, afectando al consumidor afectando la competencia de las empresas peruanas con las del exterior, limitando la libre competitividad de las Mypes que no están en la capacidad de pagar costes tan superiores toda vez que afecta a la sustentabilidad de la exportación, y crecimiento económico.
3. **Maryuri, Z. (2020)**, en su estudio tuvo como finalidad resolver el choque de la logística de salida en la contienda de las compañías exportadoras en el rubro de uva fresca, identificar los procesos y factores en cada fase de la uva fresca en el Perú, y encontró que el nivel de competitividad de la logística de exportación fue ponderado por las empresas en estudio. El resultado es 68,35, y se concluye que existe una relación positiva moderada entre las

variables lo cual se confirma con el estadístico de Pearson de 0,772 y se concluye que la logística de salida tiene un efecto positivo en la competitividad.

4. **Vega, A. (2020)**, en su investigación se propuso determinar las variables de crecimiento de la competitividad peruana a nivel regional, con el objetivo de brindar información sobre la relación entre los factores individuales que inciden en las regiones productivas y su acceso a los mercados internacionales, mediante una aplicación descriptiva no experimental, análisis de datos de gestión, se encontró que el índice de competitividad mostró un aumento de tendencia positivo y bajo, de igual forma la relación entre el factor productividad y la dimensión alcanzó el coeficiente de determinación con una tendencia directa y regular, lo que define una tendencia inmediata y regular.
 5. **Lara, C. (2019)**, en su investigación, pretende utilizar métodos explicativos apropiados para identificar los elementos de la estrategia competitiva que afectan la rentabilidad y el crecimiento de las empresas exportadoras de polos de algodón peruano, y concluye que los elementos de la estrategia competitiva incluyen: Impacto en la rentabilidad y el crecimiento de las empresas exportadoras nacionales, al identificar la relación entre los indicadores, en costos y el crecimiento y la rentabilidad del negocio, también revela los pasos que han dado las empresas públicas para aplicar estas estrategias.
 6. **Oliva y Tavera (2019)**, el objetivo de su estudio fue determinar la relación entre la competitividad de las exportaciones de uva en la región Ica y el desarrollo del puerto general San Martín. Utilizó métodos mixtos utilizando como método la entrevista con una población estimada de 45 compañías exportadores de productos agrícolas de uva, la muestra es no probabilística, y se concluye que existe una relación significativa entre la competitividad de las exportaciones de uva, ya que el puerto de Pisco, una vez terminado y operativo, incrementará las exportaciones.
- c. **Antecedentes locales**
- Paredes, E. (2022)**, tuvo como finalidad resolver el choque de la innovación como ventaja competitiva en el desempeño de las pymes de la provincia de Ica en el periodo 2019 al 2020; Utilicé un tipo básico, no experimental, transversal, cuantitativo. En la muestra, hay 261 gerentes, manejando como instrumento el cuestionario evidenciando que un 50% de los gerentes están de acuerdo con la innovación como ventaja competitiva, también un 37,2% declararon estar de

acuerdo con el rendimiento de las pymes concluyendo con un $Rho=0,685$ correlación positiva moderada se afirma que hay un impacto positivo entre las variables.

C. Bases teóricas

- **Competitividad**

Se define como la capacidad de una institución o compañía para sostener o fortalecer su intervención rentable en el comercio de acuerdo a actuales métodos empresariales, incrementándose de manera sostenible la productividad en el ámbito empresarial, sosteniendo negociaciones con diferentes empresas de su medio, existiendo un entorno rivalizante definido por la estructura corporativa, en presencia de los clientes en el comercio y gobierno local y de manera influyente las políticas de gobierno local y central (Solleiro et al 1997 citado por Aquino y Quijandria 2019 p.33) Deduciendo que una empresa es competitiva cuando constantemente viene innovando, insertándose a los avances tecnológicos y capacitando constantemente a los recursos humanos considerados de gran importancia para la rentabilidad, sostenimiento y capacidad de competir con diferentes empresas en el mundo globalizado.

- **Diamante de la competitividad**

El diamante de competitividad se constituye en seis factores relevantes que representarían el modelo de competencia de la empresa, inmerso los medios humanos, físicos y bienes utilizables e infraestructura, teniendo en cuenta otro factor como la demanda que obligan a las empresas inmiscuirse a los cambios tecnológicos generando productos más avanzados en demanda de los compradores más exigentes. Asimismo, las compañías interrelacionadas que pueden brindar insumos y servicios importantes para la comercialización, teniendo en cuenta la estrategia, la estructura y la competencia empresarial, son factores que determinan la forma en que se crea la empresa y determinan sus objetivos. Otro factor es el Estado, que puede influir en los aspectos anteriores al intervenir en la relación mediante el desarrollo de políticas adecuadas. Asimismo, eventos potenciales que ocurren fuera del control de la empresa, pero afectan el logro o la pérdida de una posición competitiva (Potter 1990 citado en Aquino y Quijandria 2019, p. 32)

- **Desarrollo Económico**

Según Castillo, P. (2011 a) Se define el desarrollo económico como el proceso de incrementar el ingreso real per cápita el mismo que acrecienta mediante una larga etapa de tiempo, en ese orden el crecimiento es un procedimiento socio-financiero íntegro, significando potencial económico, autosuficiencia en

perfección de la asociación, así mismo se refiere al procedimiento de desarrollo social o el procedimiento de incrementar las condiciones de vida de las familias de un país. Se puede deducir el concepto de desarrollo relacionado con la idea del progreso económico y social derivándose en mejor nivel de existencia de los sujetos, grupos humanos y expansión de posibilidades. El crecimiento refleja la aspiración de las personas para lograr alcanzar sus objetivos trazados.

D. Marco conceptual

- **Arancel:** Es un impuesto que grava los productos básicos y/o artículos que ingresan al emporio interno (importados) o exportados a cualquier emporio de destino.
- **Magnitud de exportación:** La cantidad de bienes / servicios enviados desde un país como mercancía a otro país, expresada en términos de valor por dinero.
- **Valor de exportación:** El precio de salida que permite al fabricante / exportador rescatar costos y ganancias, incluyendo el retorno relacionado con los esfuerzos comerciales realizados y el peligro basado en el capital expuesto.

E. Problemas de la investigación

a. Problema general

¿Cómo se relaciona la competitividad con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023?

b. Problemas específicos

1. ¿De qué manera la gestión de competitividad se conecta con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023?
2. ¿En qué medida las estrategias de competitividad se conectan con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023?
3. ¿Cómo el mejoramiento de la productividad se conecta con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023?

F. Justificación

Es justificable la indagación de la competitividad empresarial relacionada con el crecimiento económico de las compañías que exportan uva desde Ica, siendo relevante para las empresas la competitividad empresarial toda vez que reflejara un desarrollo económico en el contexto financiero y colectivo, siendo prioridad de las compañías brindar a los clientes un servicio de calidad o darle un valor agregado al producto e innovarlo constantemente haciendo uso de la creatividad del capital humano perteneciente a la empresa, siendo necesario una dirección de recursos humanos para

lograr el mejor comportamiento organizacional en la empresa, en ese orden de ideas según (IMD,2012) refiere que la importancia de la competitividad se refleja con el desarrollo financiero a largo plazo, de una nación o empresa se considera competitivo cuando maneja sus recursos y rivalidades de tal forma que además de incrementar la productividad de sus compañías, perfecciona el nivel de existencia de sus trabajadores.

G. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Analizar la relación de la competitividad con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.

b. Objetivos específicos

1. Determinar la gestión de competitividad y su conexión con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.
2. Establecer las estrategias de competitividad y su conexión con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.
3. Examinar el mejoramiento de la productividad y su conexión con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

H. Hipótesis de la investigación

a. Hipótesis general

Hay relación significativa entre la competitividad y el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

b. Hipótesis específicas

1. La gestión de competitividad se conecta favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.
2. Las estrategias de competitividad se conectan directamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.
3. El mejoramiento de la productividad se conecta significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

I. Variables de la investigación

a. Variable X

Competitividad

b. Variable Y

Desarrollo económico

J. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variable (X): Competitividad

Título: La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023				
Variable (X)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Competitividad	Particularidad relevante de las economías nacionales y sus grupos productivos, de las naciones. (Labarca 2007)	La variable independiente de mercado exterior será medida mediante las dimensiones de gestión de competitividad, estrategias de competitividad, y mejoramiento de la productividad	Gestión de competitividad	Política Objetivo
			Estrategias de competitividad	Producto Ventas Servicio
			Mejoramiento de la productividad	Cadena de producción Abastecimiento Capacidad productiva Valor agregado

Nota. Creado por el autor, 2023.

Tabla 2*Matriz de operacionalización de variable (Y): Desarrollo económico*

Título: La competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.				
Variable (Y)	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores
Desarrollo económico	Proceso del cual la renta real per cápita de una nación se incrementa mediante una superior etapa de tiempo (Castillo, P. 2011)	La medición de la variable se realizará mediante las dimensiones de eficiencia de los negocios y el posicionamiento internacional.	Eficiencia de los negocios	Producción Emporios Practicas gerenciales Choque de la globalización
			Posicionamiento internacional	Nuevos mercados internacionales Diversificación de uvas

Nota. Creado por el autor, 2023.

II. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

A. Tipo, nivel y diseño de investigación

a. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicado, a juicio de Ander, E. (2011) señala que se trata de una investigación aplicada enfocada a la solución de problema, aplicando lo cognoscitivo (p.42).

b. Nivel de investigación

La indagación fue descriptivo-correlacionado-transversal, según Andía et al. (2020) lo descriptivo consiste en que permitirá una descripción detallada de por qué se presentaron los problemas durante la fase de desarrollo del trabajo a nivel de anteproyecto, y cómo incide la falta de ejecución de los proyectos de inversión en servicios de iluminación. Asimismo, según Rubio, I. (2022) es correlacional porque los hechos se describe la conexión habiente entre las inconstantes de la indagación. Además, según Cevallos, Á. (2019) explica que es transversal ya que radica en que la pesquisa se localiza dentro de una etapa de tiempo que es en el año 2021 para lograr detallar las incidencias en un solo momento.

c. Diseño de investigación

El diseño del estudio fue no experimental, según Coaquira, J. (2018) determina que se recoge la información de la inconstante sin variaciones ni transformaciones para conseguir resultados.

B. Población, muestra materia de investigación

a. Población

La población está conformada por 86 gerentes de empresas agroexportadoras.

b. Muestra

La fórmula de la muestra contribuirá en calcular el resultado con la formula continuante:

El muestreo se calculó por medio de la posterior formula:

$$n = \frac{S^2 x N x P x R}{E^2 x (N - 1) + S^2 x P x R}$$

n = Tamaño de la muestra

Z² = Nivel de confianza es 1.96

p = Población a estimar es 50%

q = Población a medir es 50%

E = Margen de error: 5%

N = Tamaño de la población

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 86}{(0.05)^2 (86-1) + (1.96)^2 (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 71$$

Se determina una muestra conformada por 71 gerentes de empresas agroexportadoras

C. Técnica de recolección de datos

El método en análisis fue la conversación por permitir adquirir el informe que nos facilitara para registrar y procesar los datos para estudiar las variables con el fin de comprenderlas.

D. Instrumentos de recolección de datos

La herramienta es el formulario y se compone por una guía de interrogantes que ayudaran al participante en contestar con las alternativas para que pueda marcar con el fin de tener el registro de las intervenciones y así lograr analizarlas.

Para recolectar información, realizaré la encuesta utilizando la herramienta del cuestionario con opciones de respuesta en escala de Likert, y continuaré recopilando datos directamente de la muestra acerca de las dimensiones de las variables que se están estudiando.

E. Técnica de procesamiento de datos, análisis e interpretación de resultados

Realizaré esta investigación basándome en métodos analítico-sintético, cuantitativo-cualitativo e inductivo.

Se aplicarán métodos analítico-sintéticos para construir los fundamentos teóricos de las inconstantes de indagación y definir sus indicadores y sus dimensiones.

Los métodos cuantitativos que aplicaré se basarán en la recaudación de informes de la muestra de indagación, donde aplicaré la encuesta, y en base a esta información luego podré comparar y probar hipótesis.

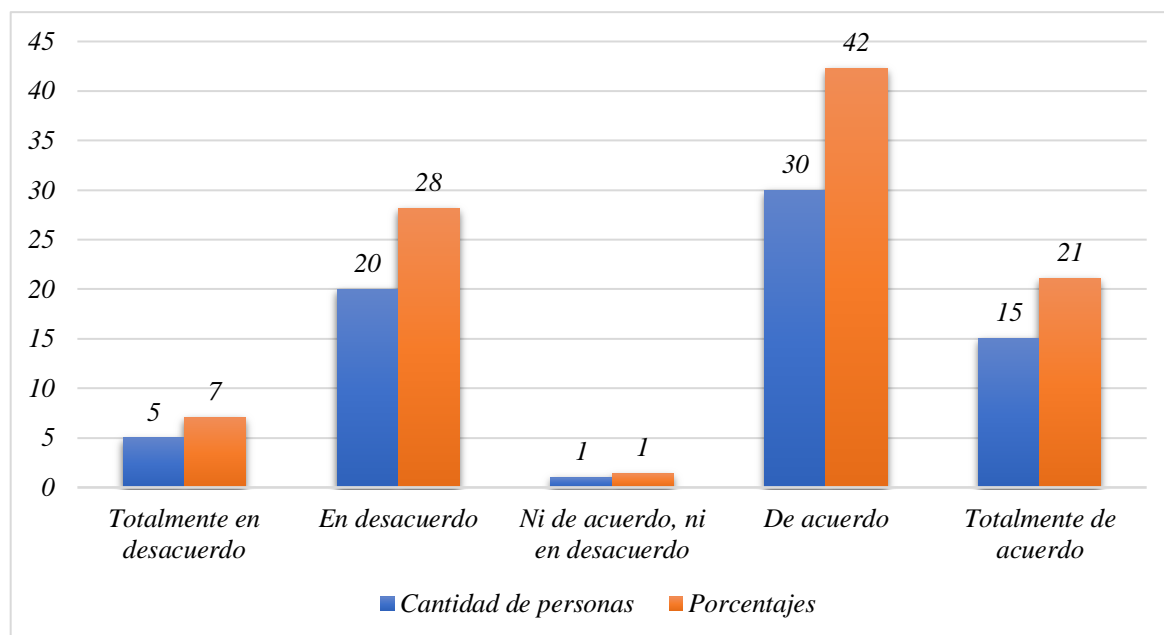
III. RESULTADOS

Tabla N° 03: Respuestas de la interrogante N° 01

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	20	28
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	1	1
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	15	21
Total	71	100.00

Creación: Propia

Gráfico N° 01: Respuestas de la pregunta N° 01

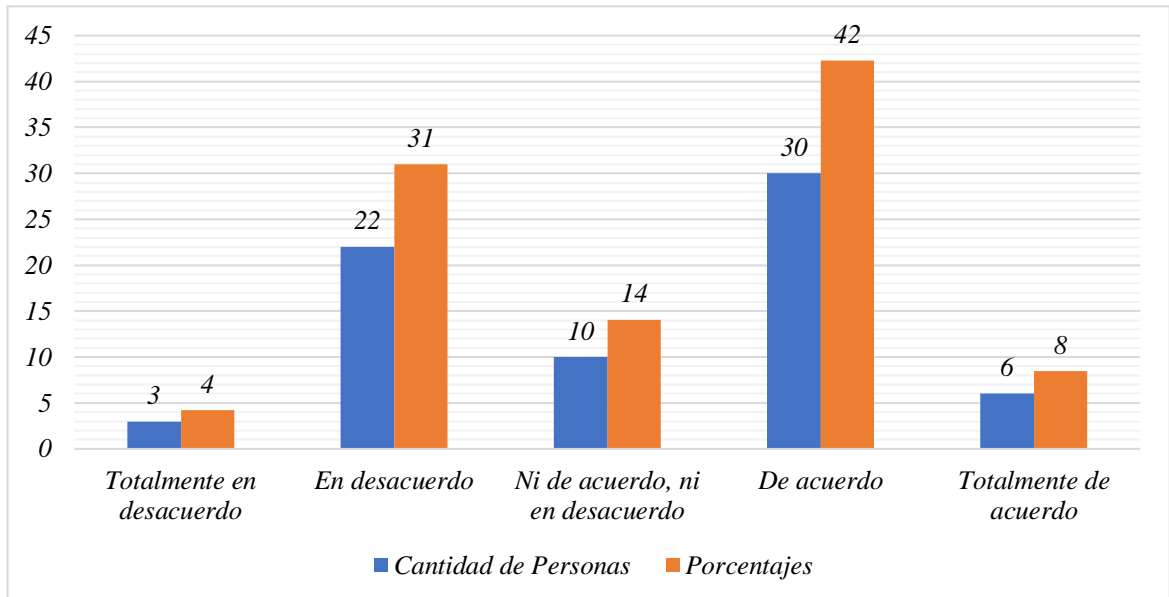


: De la recolección de información, se puede examinar en el cuadro y esquema que el 42% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que el instaurar una política de contienda produce una consecuencia positiva. El 28% de los encuestados se muestran en desacuerdo, el 21% expresan estar absolutamente conforme, el 7% absolutamente inconforme y solamente el 1% se muestra neutral.

Tabla N° 04: Respuestas de la interrogante N° 02

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	22	31
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	10	14
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Gráfico N° 02: Respuestas de la interrogante N° 02



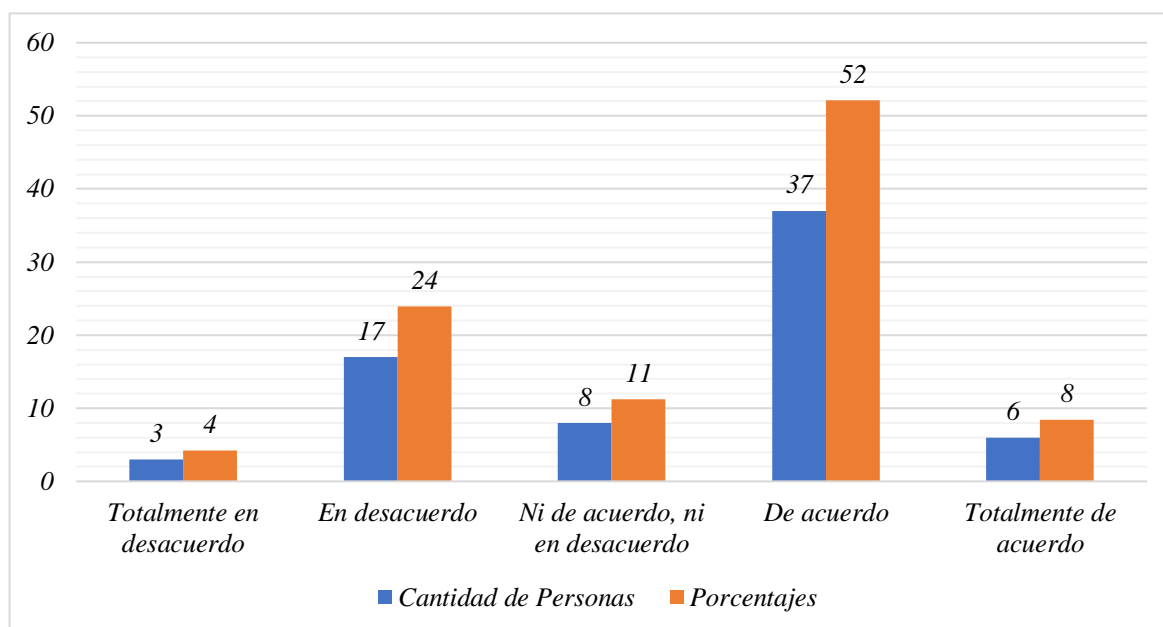
: Se evidencia en el cuadro y esquema que el 42% de los indagados se muestra de acuerdo al considerar que las finalidades de contienda acceden instaurar indicativos con los cuales se pueda mensurar una administración de contienda, el 31% expresa estar en desacuerdo, el 14% se muestra neutral, el 8% está totalmente de acuerdo y el 4% absolutamente inconforme.

Tabla N° 05: Respuestas de la interrogante N° 03

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	17	24
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	37	52
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Creación: Propia

Gráfico N° 03: Respuestas de la interrogante N° 03

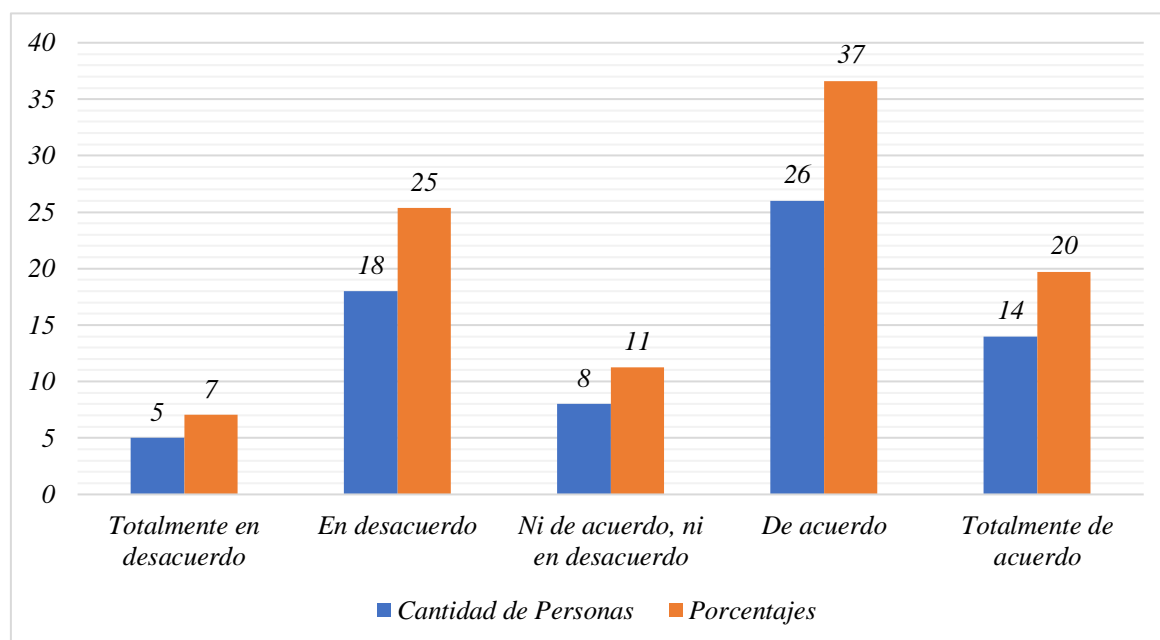


Se explora en el cuadro y esquema que el 52% de los cooperadores indica estar conforme con las finalidades de contienda, el 24% expresa estar en desacuerdo, el 11% se muestra neutral, el 8% declara estar absolutamente conforme y el 4% absolutamente inconforme.

Tabla N° 06: Respuestas de la interrogante N° 04

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
<i>Total</i>	<i>71</i>	<i>100.00</i>

Gráfico N° 04: Respuestas de la pregunta N° 04



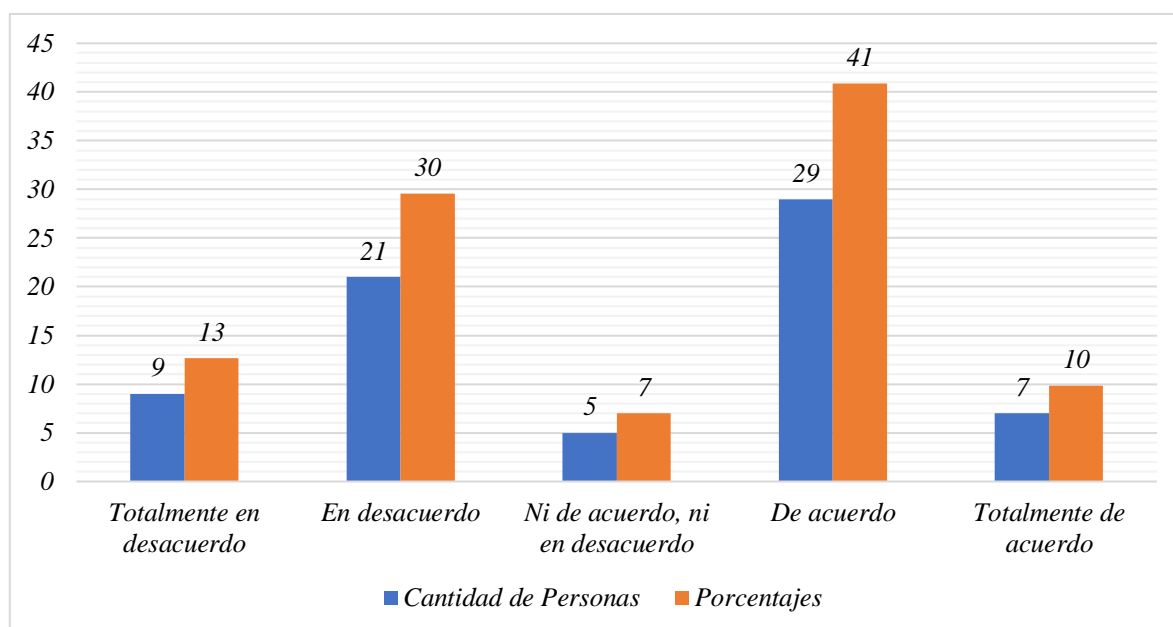
Se explora en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados manifiesta estar conforme sobre que los métodos competitivos son adquiridos por la compañía para perfeccionar su método de administración de exportación, el 25% manifiesta estar inconforme, el 20% están absolutamente conforme, el 11% se muestra neutral y el 7% absolutamente inconforme.

Tabla N° 07: Respuestas de la inconforme N° 05

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
Total	71	100.00

Creación: Propia

Gráfico N° 05: Respuestas de la pregunta N° 05

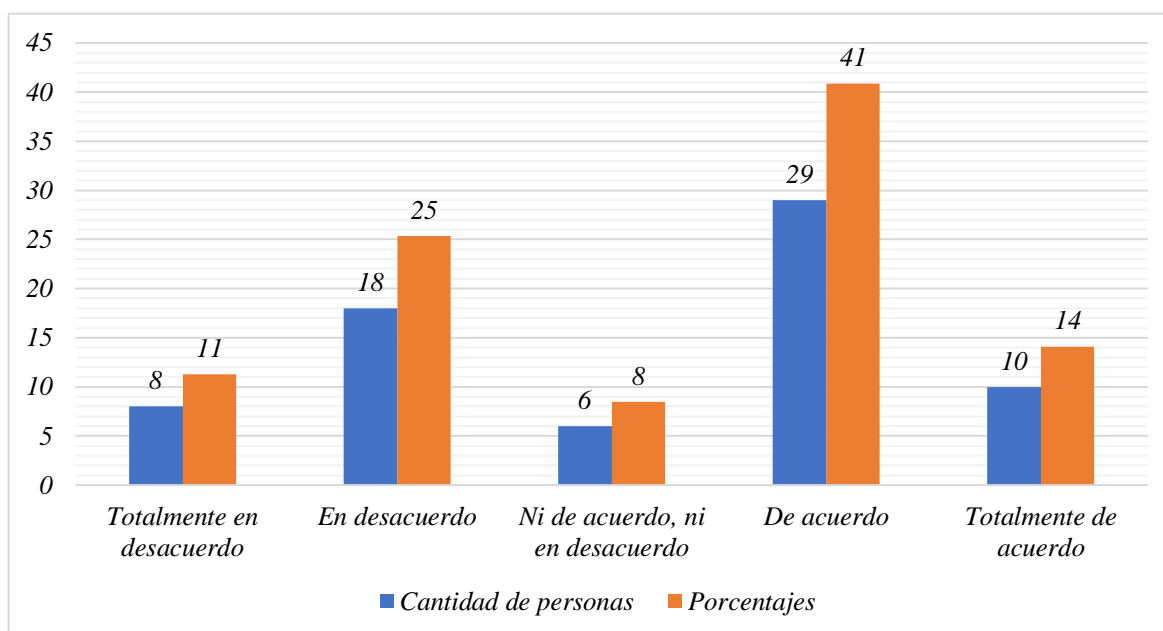


Se explora en el cuadro y esquema, el 41% de los indagados manifiesta estar conforme en que el evaluar constantemente la cadena de productividad accede perfeccionar la producción, por el contrario, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que declara estar absolutamente inconforme, el 10% totalmente conforme y solamente el 7% se muestra indiferente.

Tabla N° 08: Respuestas de la interrogante N° 06

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
Total	71	100.00

Gráfico N° 06: Respuestas de la pregunta N° 06

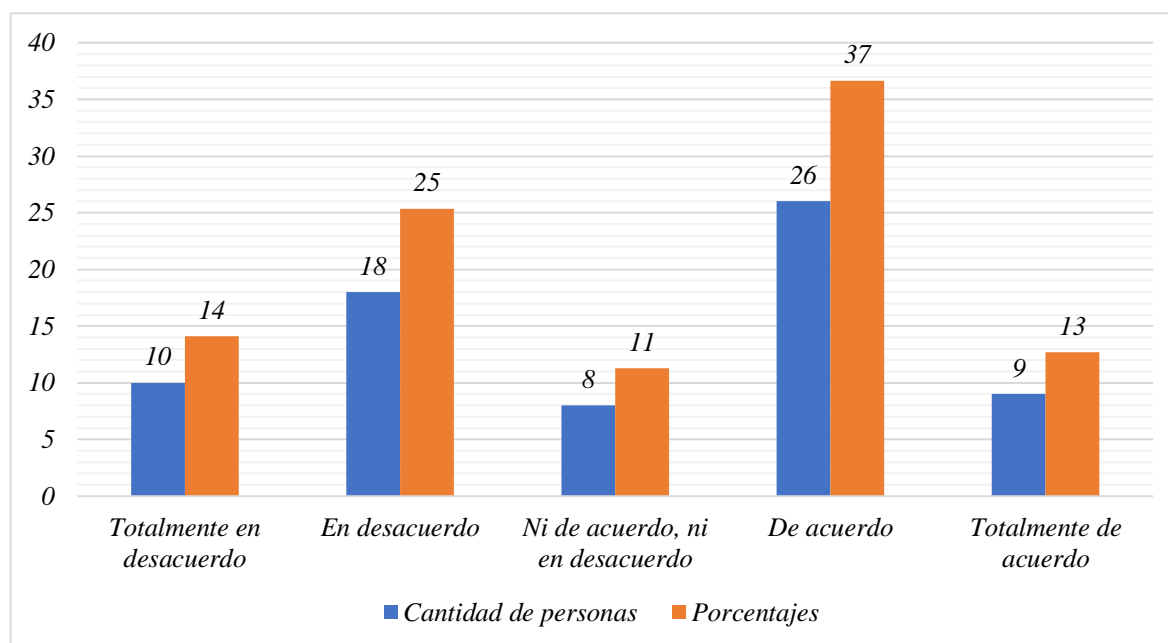


Se explora en el cuadro y esquema que el 41% de los encuestados declara estar conforme sobre que el perfeccionar la cadena de productividad accede mejorar el artículo y la producción, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra absolutamente conforme, el 11% absolutamente inconforme y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

Tabla N° 09: Respuestas de la inconforme N° 07

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
Total	71	100.00

Gráfico N° 07: Respuestas de la pregunta N° 07



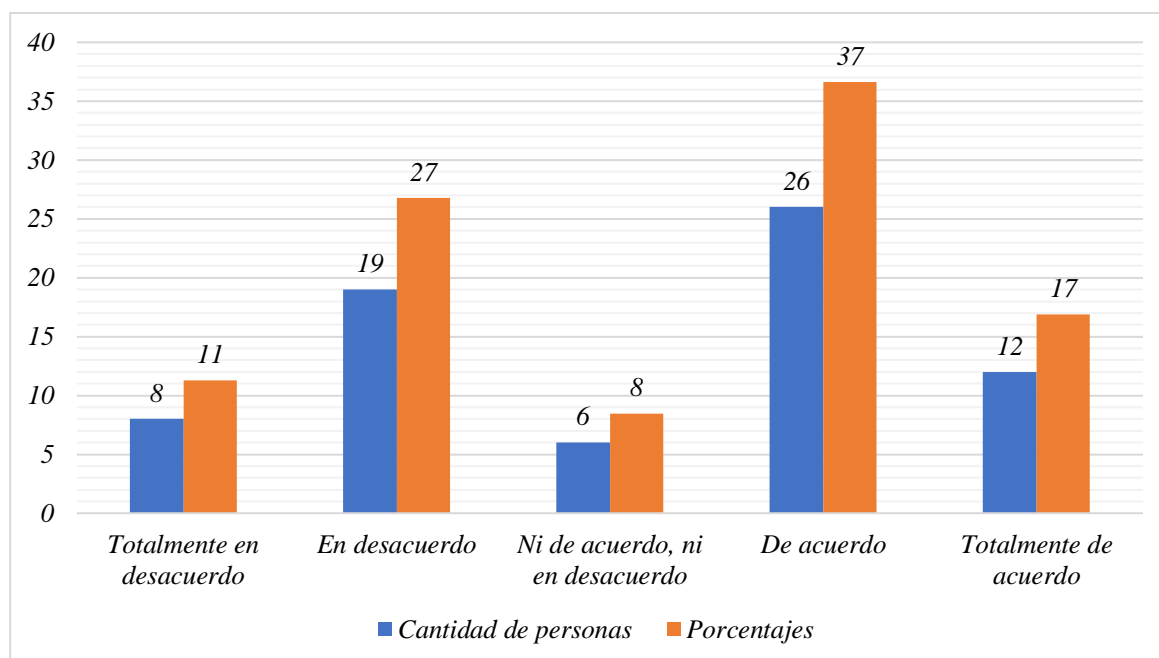
Se explora en el cuadro y esquema que el 37% de los colaboradores expresan estar conforme sobre que la cualidad de aprovisionamiento es una consecuencia que accede afianzar el artículo y servicio, el 25%, declara estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar absolutamente inconforme, el 13% absolutamente conforme y solamente el 11% se muestra neutral.

Tabla N° 10: Respuestas de la interrogante N° 08

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	19	27
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	12	17
Total	71	100.00

Creación: Propia

Gráfico N° 08: Respuestas de la interrogante N° 08

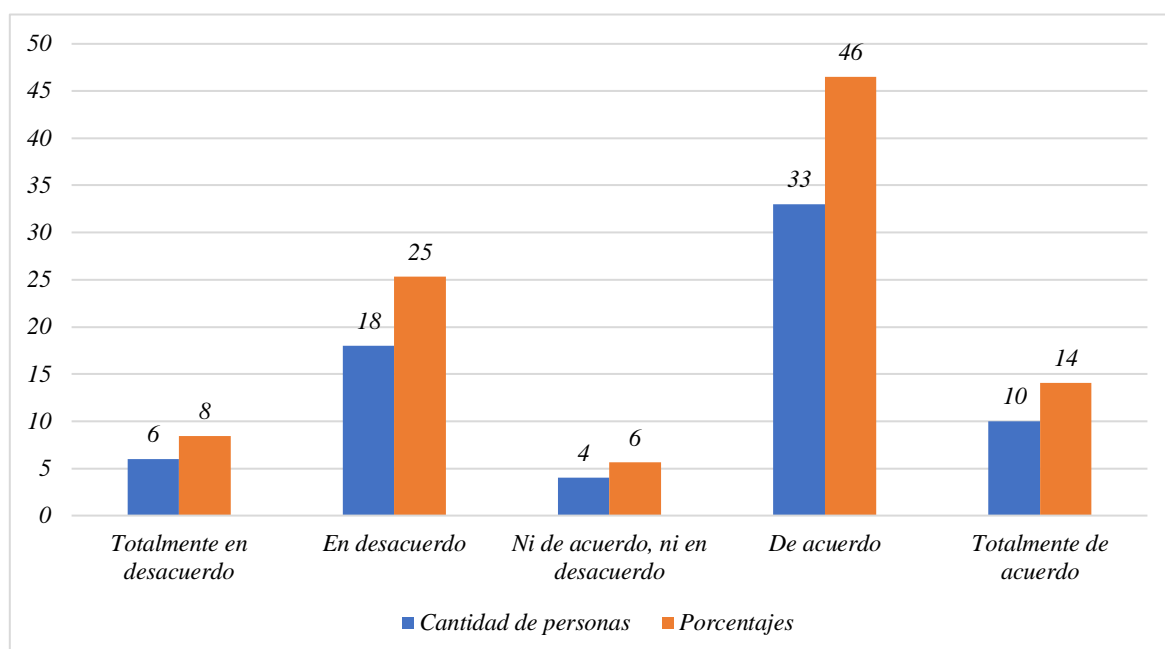


Se puede examinar en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados expresan estar de acuerdo que la eficacia en cabida productiva es afianzada al instaurar un diseño de la competitividad el 27% declara estar inconforme, el 17% manifiesta estar absolutamente conforme, el 11% absolutamente inconforme y finalmente el 8% se manifiesta neutral.

Tabla N° 11: Respuestas de la interrogante N° 09

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	6	8
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	4	6
<i>De acuerdo</i>	33	46
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
Total	71	100.00

Gráfico N° 09: Respuestas de la interrogante N° 09

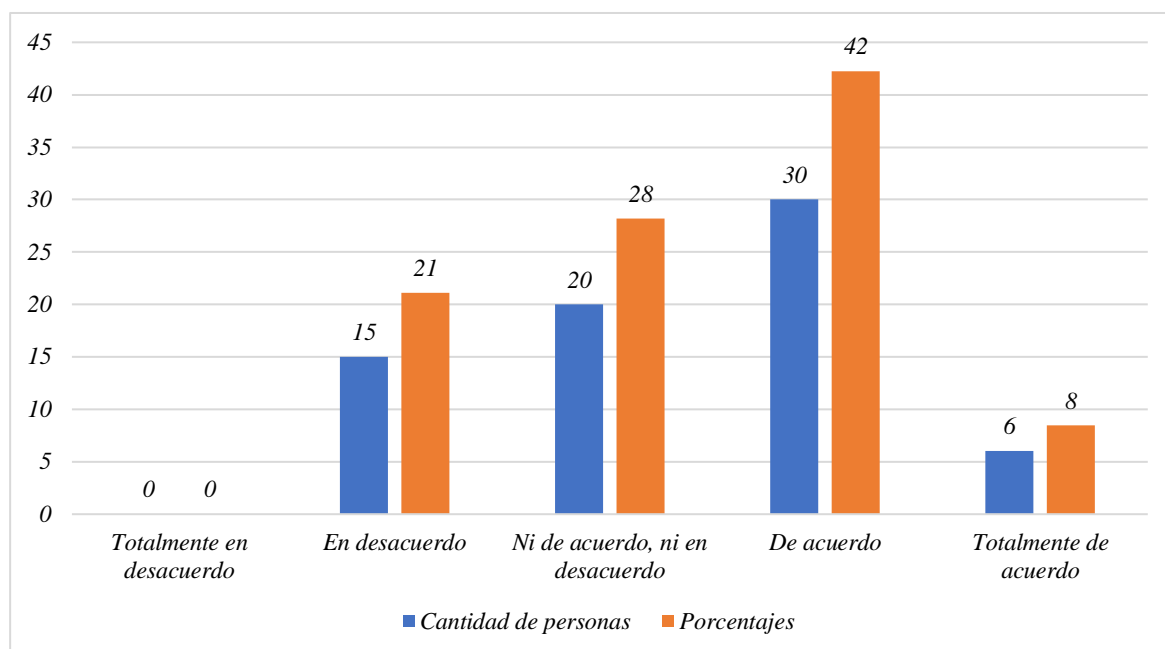


Se examina en el cuadro y esquema que el 46% de los encuestados declara estar conforme con que el valor añadido se usa para elaborar una ampliación de artículos y por ende elabora perfectos ingresos, el 25% expresa estar inconforme, le sigue el 14% que manifiesta estar absolutamente conforme, el 8% absolutamente inconforme y finalmente el 6% que expresa neutralidad.

Tabla N° 12: Respuestas de la interrogante N° 10

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0
<i>En desacuerdo</i>	15	21
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	20	28
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Gráfico N° 10: Respuestas de la interrogante N° 10



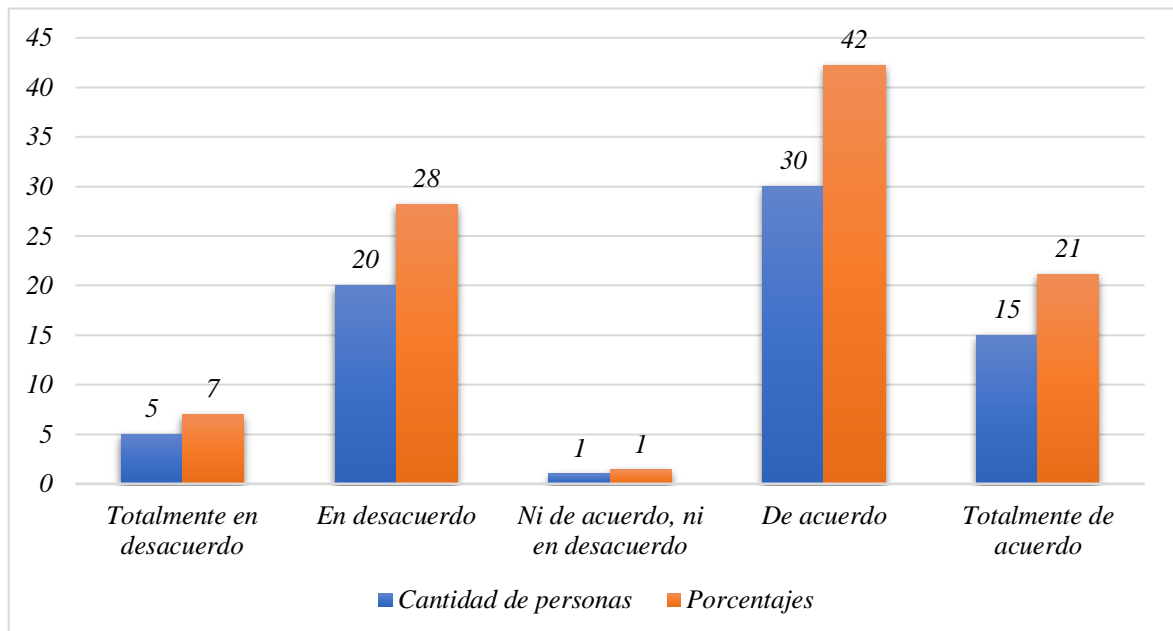
Se evidencia en el cuadro y esquema que el 42% expresa estar de acuerdo sobre que la producción es un indicativo que accede instaurar el crecimiento financiero en las compañías, el 28% se muestra neutrales, le sigue el 21% que manifiesta estar inconforme y solo el 8% se encuentra absolutamente conforme.

Tabla N° 13: Respuestas de la interrogante N° 11

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	20	28
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	1	1
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	15	21
<i>Total</i>	71	100.00

Creación: Propia

Gráfico N° 11: Respuestas de la pregunta N° 11

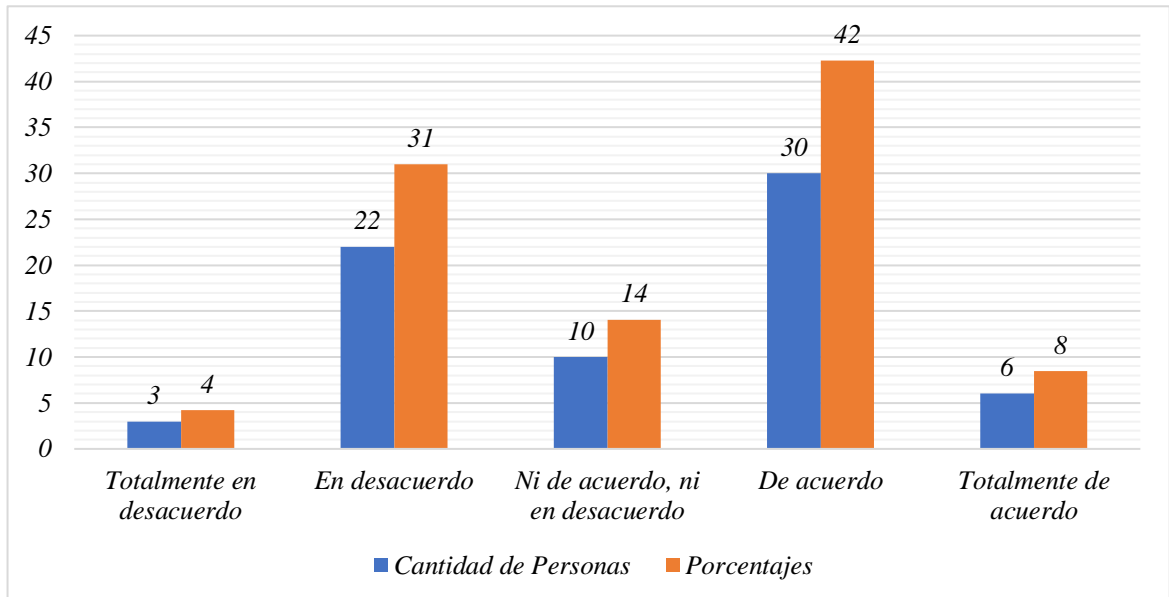


Se examina en el cuadro y esquema que el 42% de los encuestados expresa estar de acuerdo sobre que el emporio es la forma en donde el artículo se expone y disputa frente a los demás artículos semejantes, al elaborar un diseño de contienda ayudaría a perfeccionar su venta y por lo tanto se determinaría superiores ingresos a la compañía. El 28% de los encuestados se muestran en desacuerdo, el 21% expresan estar absolutamente conforme, el 7% absolutamente inconforme y solamente el 1% se muestra neutral.

Tabla N° 14: Respuestas de la interrogante N° 12

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	22	31
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	10	14
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Gráfico N° 12: Respuestas de la interrogante N° 12

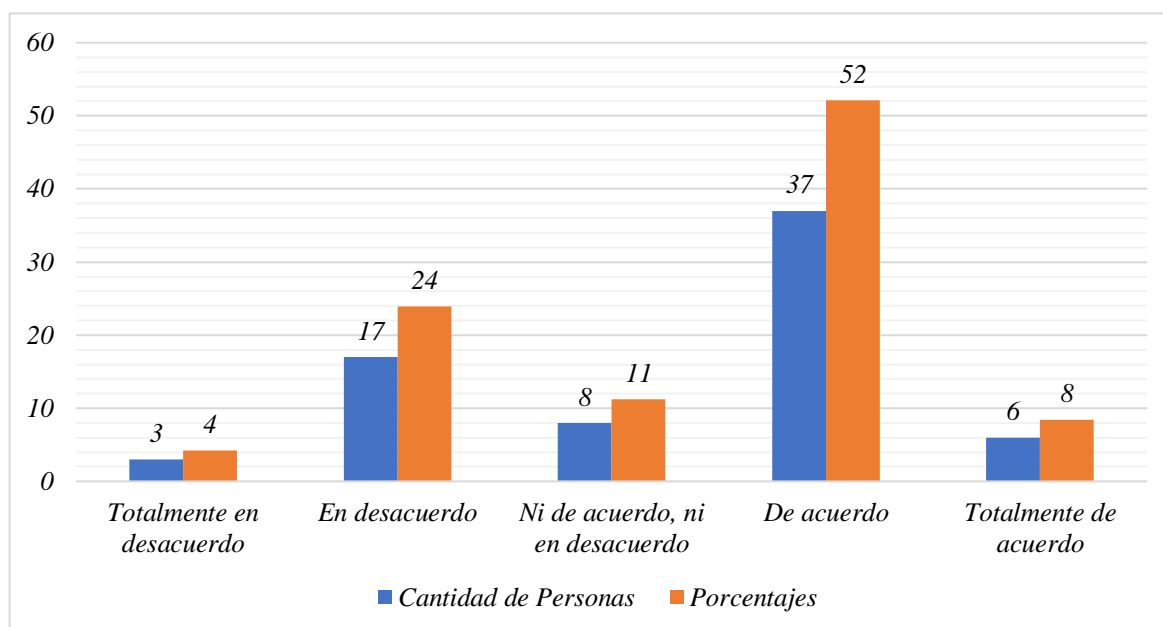


Se examina en el cuadro y esquema anterior que el 42% de los encuestados se muestra de acuerdo al considerar que en las praxis gerenciales acceden maximizar la eficacia en los negocios, el 31% expresa estar en desacuerdo, el 14% se muestra neutral, el 8% está totalmente de acuerdo y el 4% absolutamente inconforme.

Tabla N° 15: Respuestas de la interrogante N° 13

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	3	4
<i>En desacuerdo</i>	17	24
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	37	52
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Gráfico N° 13: Respuestas de la interrogante N° 13

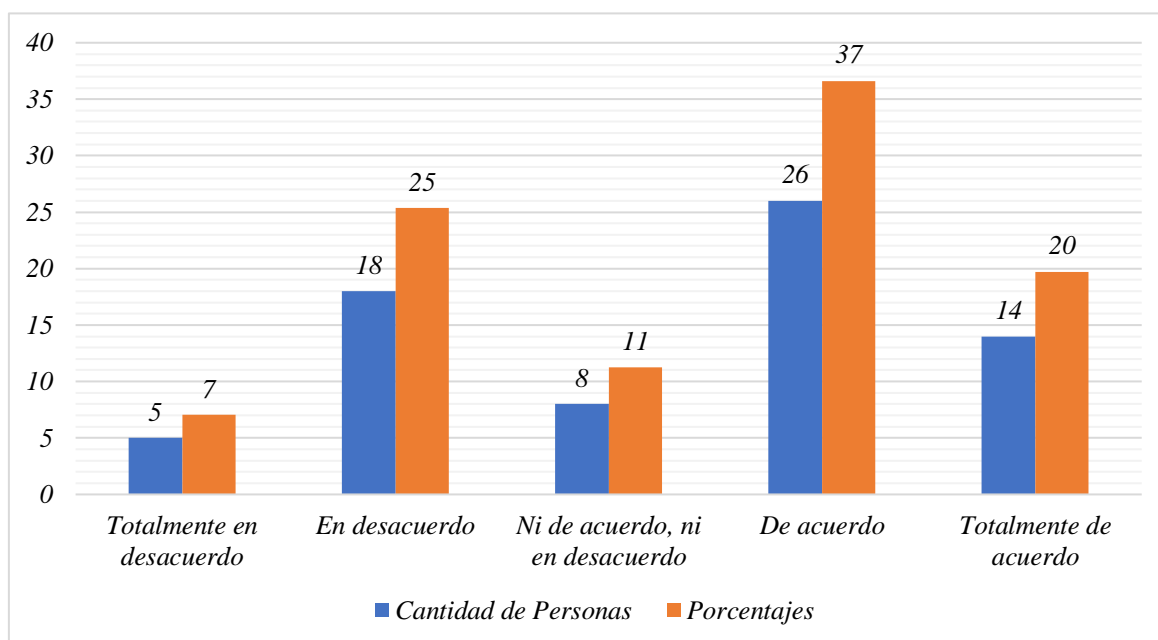


Se examina en el cuadro y esquema que el 52% de los colaboradores manifiesta estar conforme que el choque del artículo en los distintos emporios lo cual se conoce como internacionalización generaría una perfecta eficacia de los negocios, el 24% expresa estar en desacuerdo, el 11% se muestra neutral, el 8% declara estar absolutamente conforme y el 4% absolutamente inconforme.

Tabla N° 16: Respuestas de la interrogante N° 14

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
Total	71	100.00

Gráfico N° 14: Respuestas de la pregunta N° 14



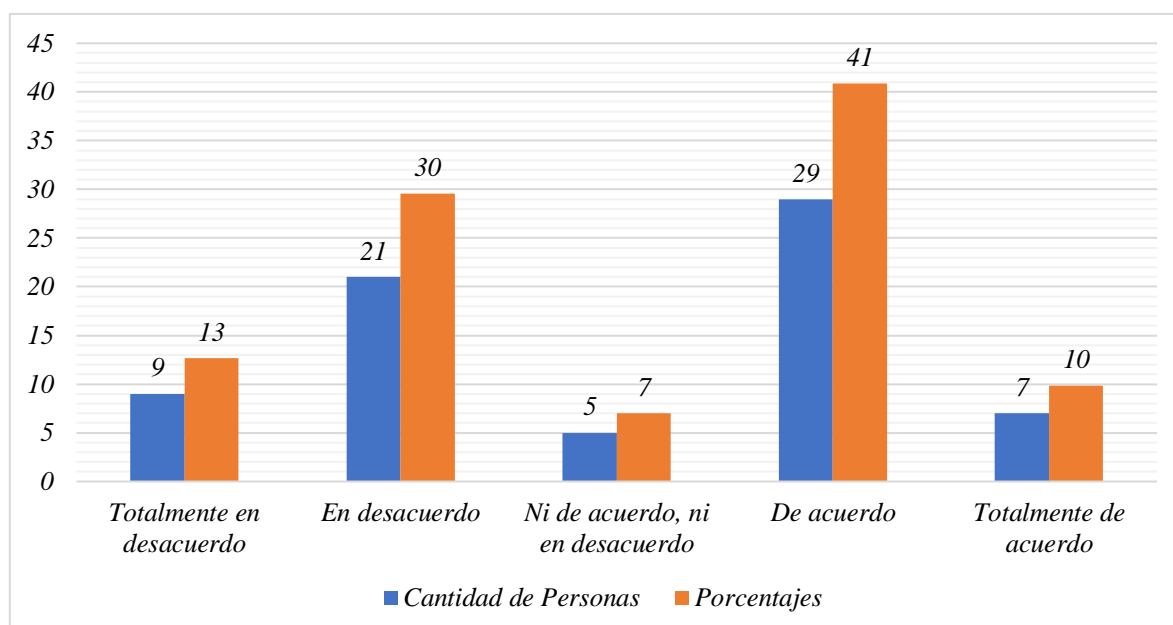
Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados manifiesta estar conforme sobre que los actuales emporios mundiales están abiertos a una actual cartera de artículos y esto podría originar una ubicación global del artículo, el 25% manifiesta estar inconforme, el 20% están absolutamente conforme, el 11% se muestra neutral y el 7% absolutamente inconforme.

Tabla N° 17: Respuestas de la interrogante N° 15

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
Total	71	100.00

Elaboración: Propia

Gráfico N° 15: Respuestas de la pregunta N° 15

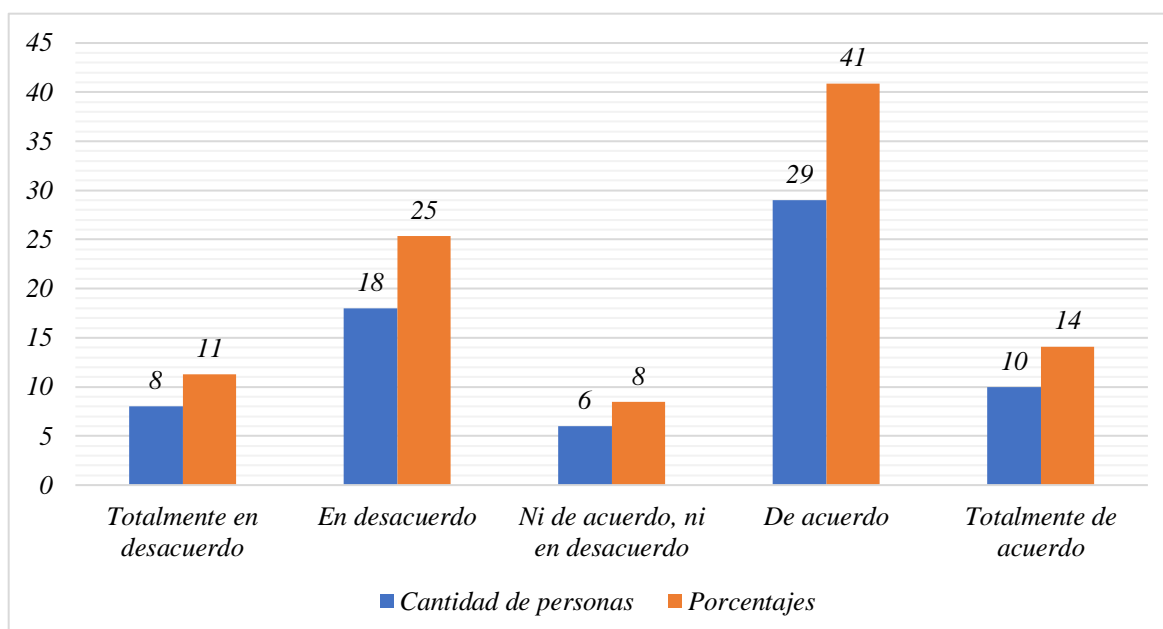


Según los datos obtenidos, se pueden examinar en el cuadro y esquema que el 41% de los colaboradores manifiesta estar conforme en que la extensión del artículo exportable origina un puntaje asertivo inmediatamente de querer ubicarse en el emporio mundial, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que declara estar absolutamente inconforme, el 10% totalmente conforme y solamente el 7% se muestra indiferente.

Tabla N° 18: Respuestas de la interrogante N° 16

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
Total	71	100.00

Gráfico N° 16: Respuestas de la pregunta N° 16

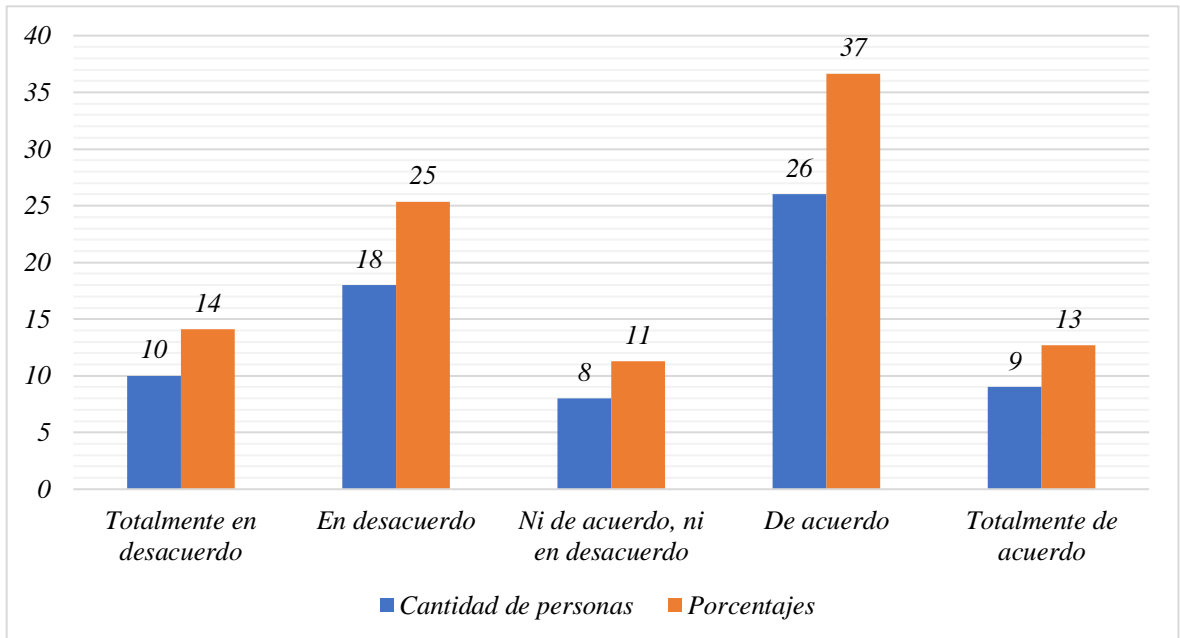


Se examina en el cuadro y esquema que el 41% de los encuestados manifiesta estar conforme sobre que ha estimado como opción el solicitar un préstamo financiero, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra absolutamente conforme, el 11% absolutamente inconforme y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

Tabla N° 19: Respuestas de la interrogante N° 17

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
Total	71	100.00

Gráfico N° 17: Respuestas de la pregunta N° 17

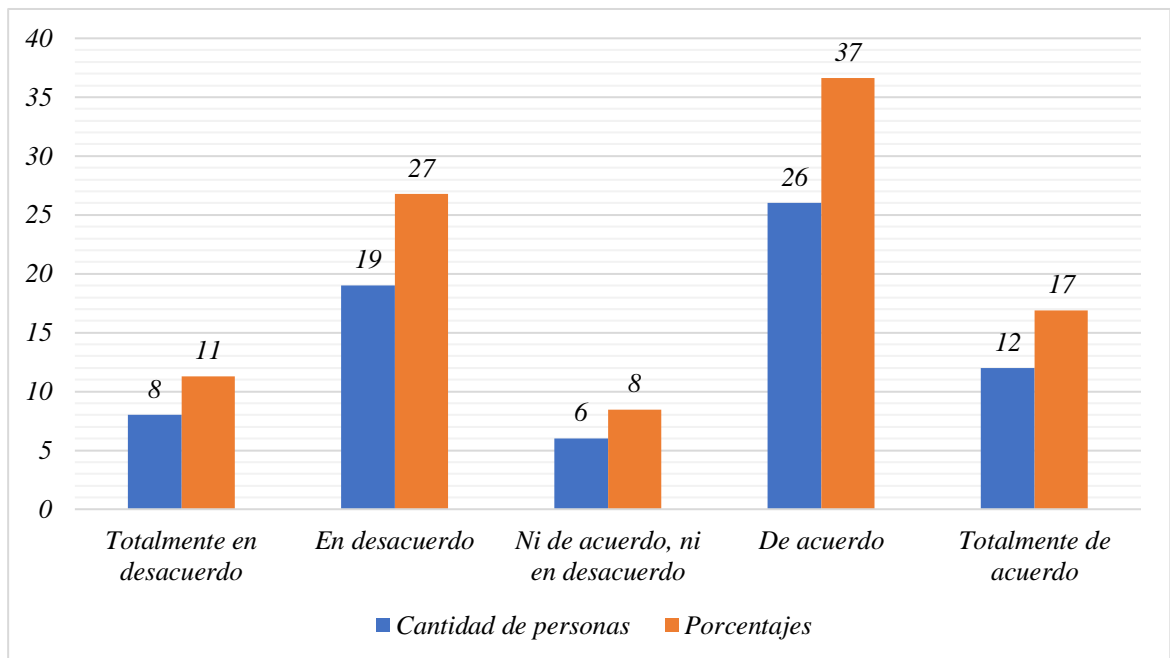


Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los colaboradores expresan estar conforme sobre que le es posible según los ingresos que genera el acrecentar su negocio, el 25% que declara estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar absolutamente inconforme, el 13% absolutamente conforme y solamente el 11% se muestra neutral.

Tabla N° 20: Respuestas de la interrogante N° 18

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	19	27
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	12	17
Total	71	100.00

Gráfico N° 18: Respuestas de la interrogante N° 18

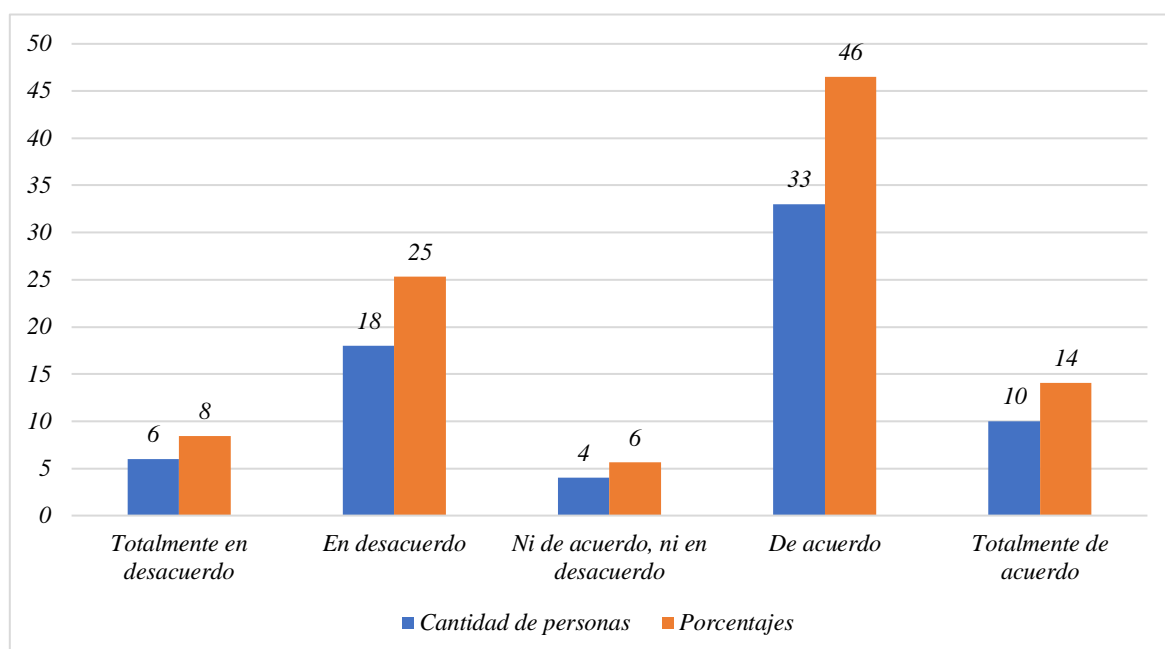


Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados expresan estar de acuerdo que le ha llamado la atención la simplicidad que otorgan las instituciones financieras en conseguir un préstamo de consumo, el 27% declara estar inconforme, el 17% declara estar absolutamente conforme, el 11% absolutamente inconforme y finalmente el 8% se manifiesta neutral.

Tabla N° 21: Respuestas de la interrogante N° 19

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	6	8
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	4	6
<i>De acuerdo</i>	33	46
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
Total	71	100.00

Gráfico N° 19: Respuestas de la interrogante N° 19

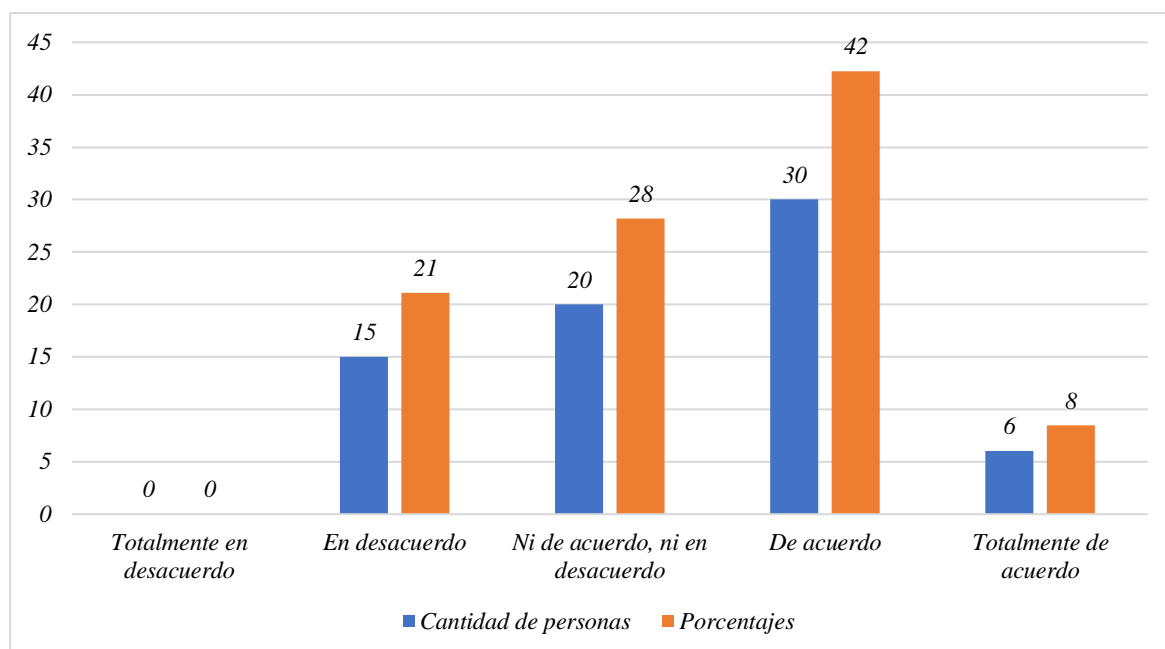


Se examina en el cuadro y esquema que el 46% de los encuestados manifiesta estar conforme con que según sus ingresos a conseguido ubicarse financieramente a diferencia de sus adversarios, el 25% expresa estar en desacuerdo, el 14% declara estar totalmente conforme, el 8% absolutamente inconforme y finalmente el 6% que manifiesta neutralidad.

Tabla N° 22: Respuestas de la interrogante N° 20

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	0	0
<i>En desacuerdo</i>	15	21
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	20	28
<i>De acuerdo</i>	30	42
<i>Totalmente de acuerdo</i>	6	8
Total	71	100.00

Gráfico N° 20: Respuestas de la interrogante N° 20

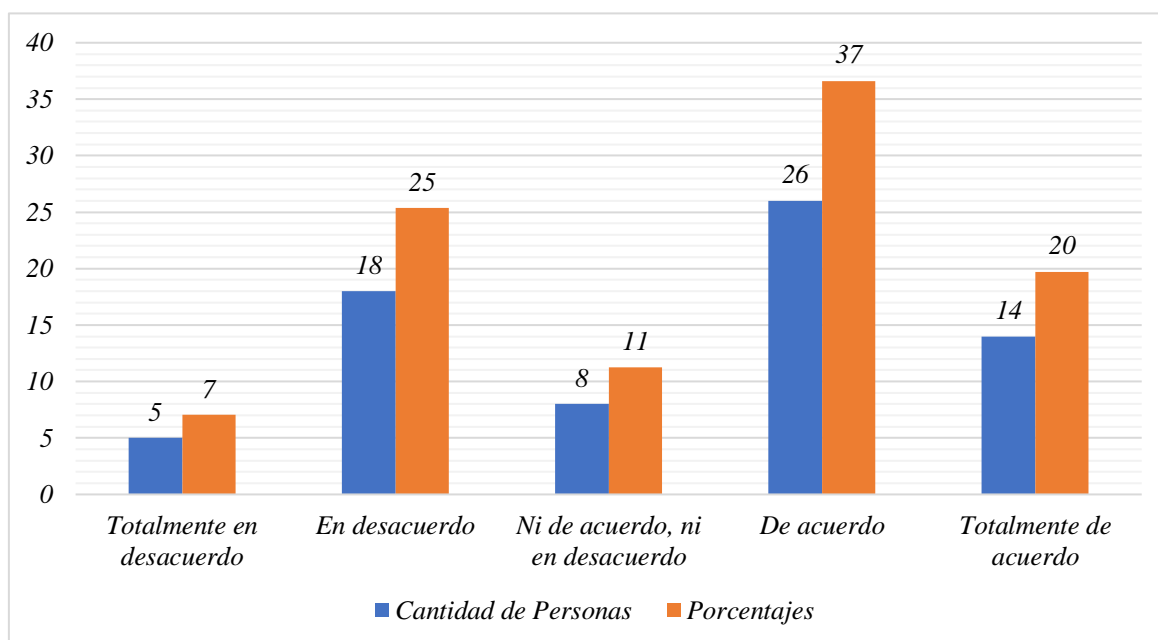


Se examina el cuadro y esquema que el 42% expresa estar de acuerdo sobre que ha visto que sus rivales han conseguido superiores ingresos a partir de pedir un préstamo financiero, el 28% se muestra neutrales, le sigue el 21% declara estar inconforme y solo el 8% se encuentra absolutamente conforme.

Tabla N° 23: Respuestas de la interrogante N° 21

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
<i>Total</i>	71	100.00

Gráfico N° 21: Respuestas de la pregunta N° 21

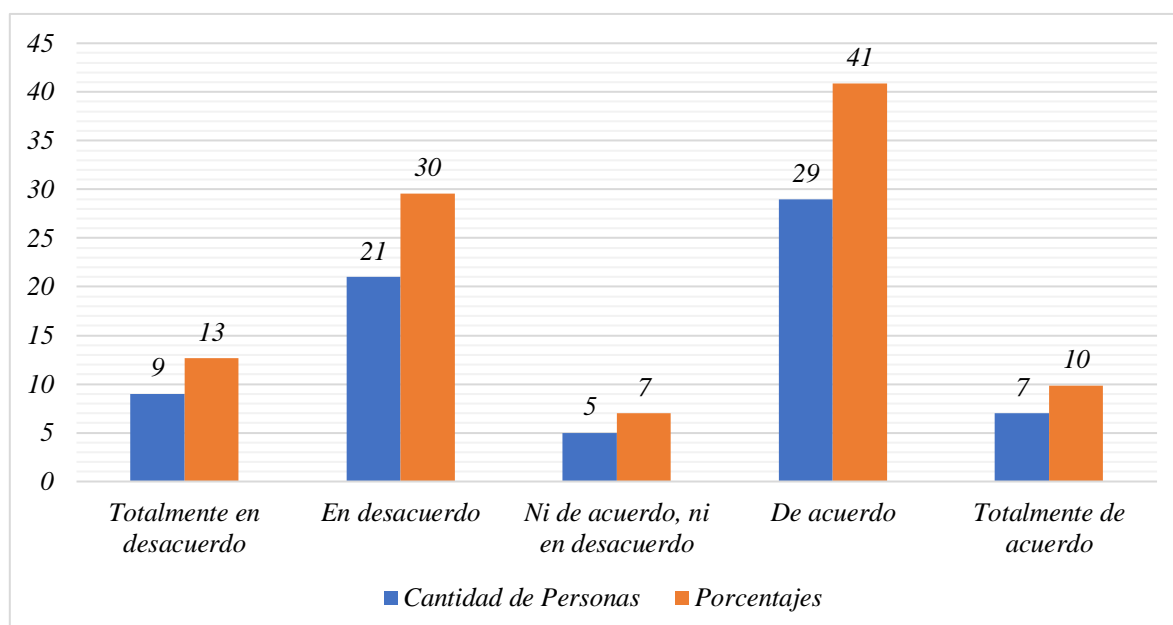


Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados manifiesta estar conforme sobre que se estima competente a distinción de los otros comercios de venta de comida, el 25% manifiesta estar inconforme, el 20% están absolutamente conforme, el 11% se muestra neutral y el 7% absolutamente inconforme.

Tabla N° 24: Respuestas de la interrogante N° 22

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
<i>Total</i>	71	100.00

Gráfico N° 22: Respuestas de la pregunta N° 22

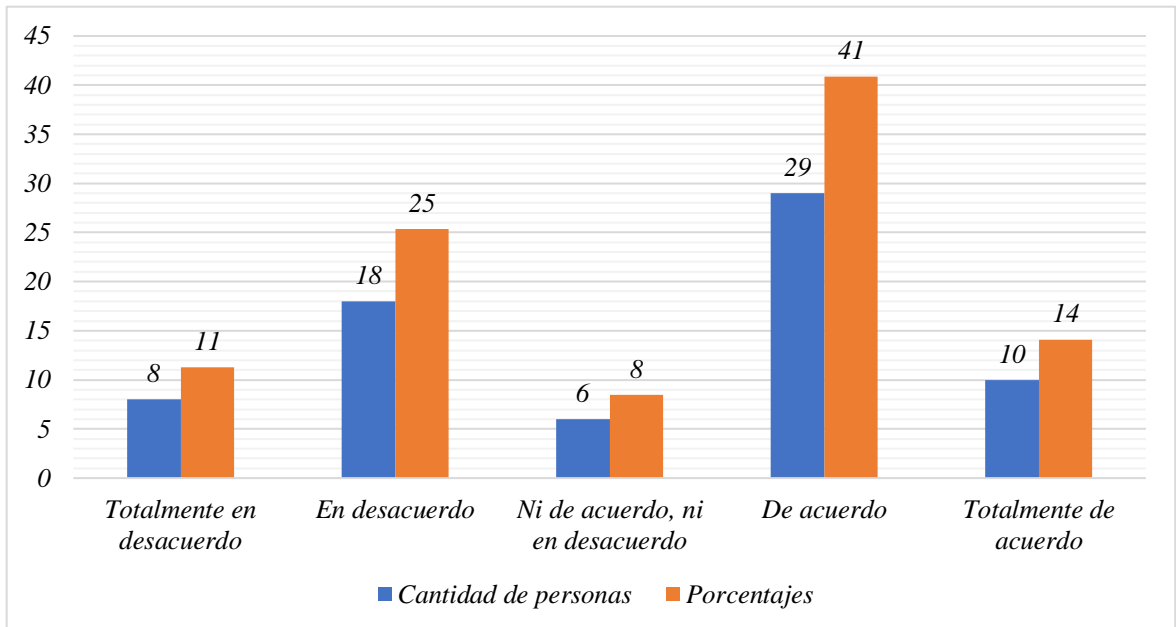


Interpretación: Según los datos obtenidos, se pueden examinar en el cuadro y esquema que el 41% de los colaboradores manifiesta estar conforme en que con frecuencia sus ventas son las esperadas al finalizar su día de trabajo, el 30% expresa estar en desacuerdo, le sigue el 13% que declara estar absolutamente inconforme, el 10% totalmente conforme y solamente el 7% se muestra indiferente.

Tabla N° 25: Respuestas de la interrogante N° 23

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	8	11
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	6	8
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	10	14
Total	71	100.00

Gráfico N° 23: Respuestas de la pregunta N° 23

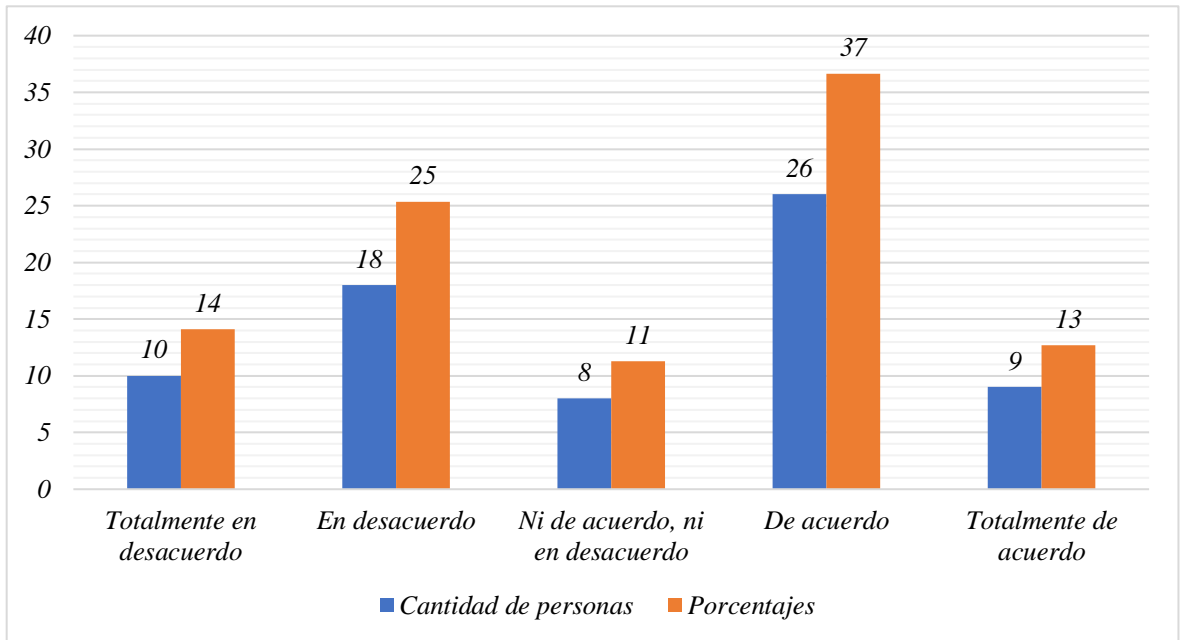


Se examina en el cuadro y esquema que el 41% de los encuestados declara estar de conforme sobre que las instituciones financieras le estiman como una compañía con la cabida de pago para conseguir un préstamo, el 25% manifiesta estar en desacuerdo, el 14% se encuentra absolutamente conforme, el 11% absolutamente inconforme y finalmente el 8% que se mantiene neutral.

Tabla N° 26: Respuestas de la interrogante N° 24

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
Total	71	100.00

Gráfico N° 24: Respuestas de la pregunta N° 24

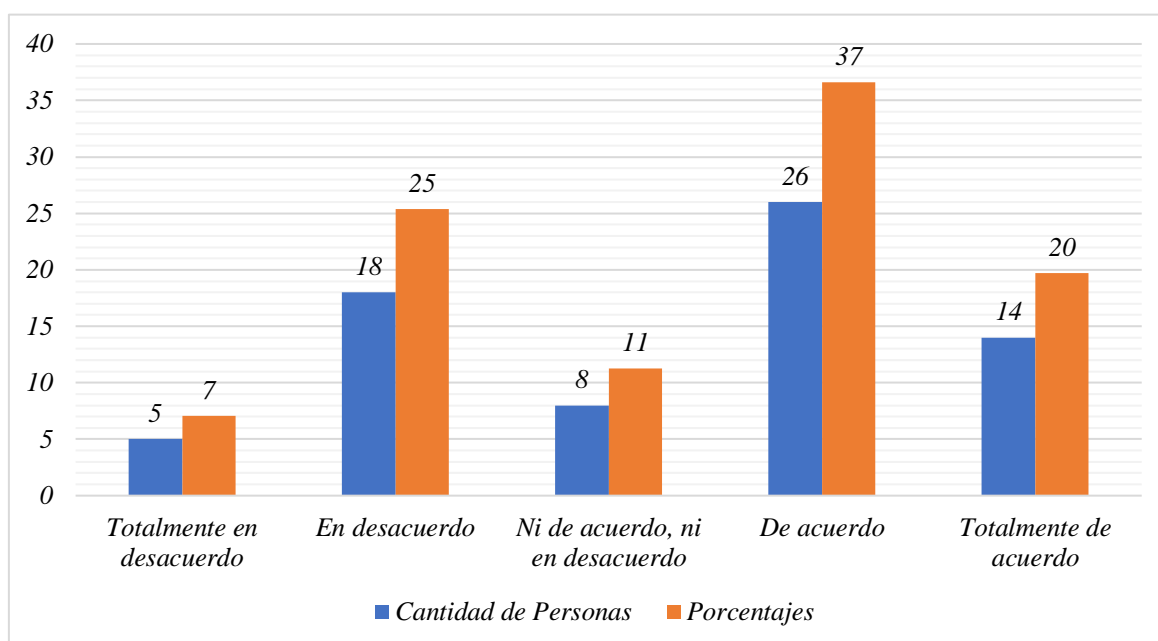


Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los colaboradores expresan estar conformes sobre que los ingresos que percibe son favorables, el 25% que declara estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar absolutamente inconforme, el 13% absolutamente conforme y solamente el 11% se muestra neutral.

Tabla N° 27: Respuestas de la interrogante N° 25

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	5	7
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	14	20
Total	71	100.00

Gráfico N° 25: Respuestas de la pregunta N° 25

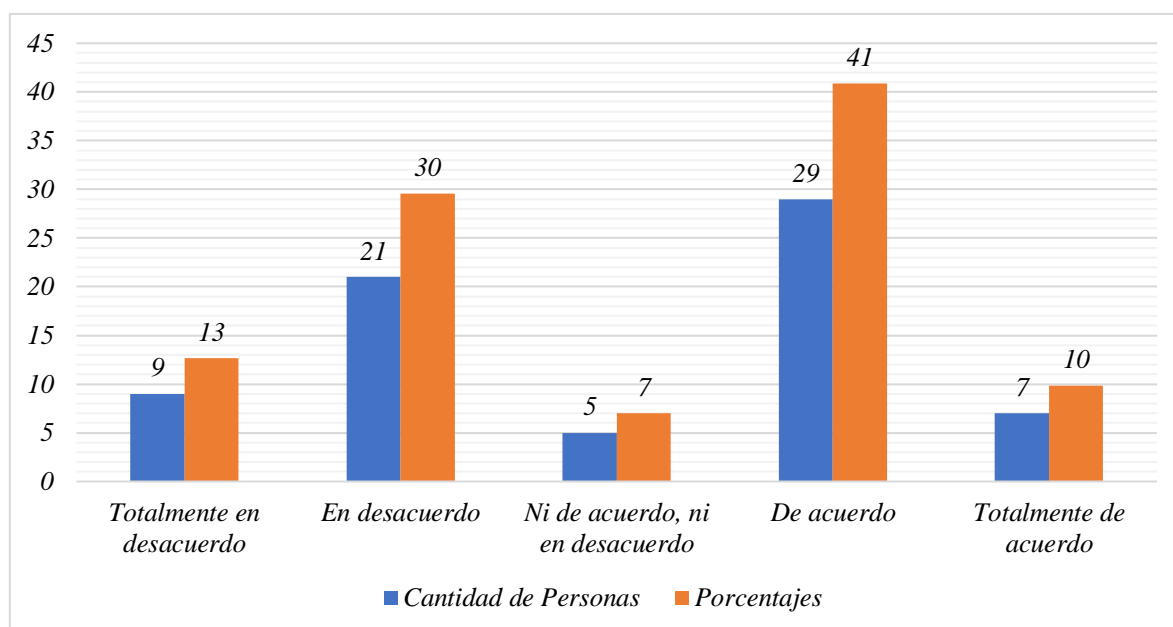


Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los encuestados declara estar conforme sobre que las utilidades retribuyen las acciones que realiza mediante todo el día, el 25% manifiesta estar inconforme, el 20% están absolutamente conforme, el 11% se muestra neutral y el 7% absolutamente inconforme.

Tabla N° 28: Respuestas de la interrogante N° 26

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de Personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	9	13
<i>En desacuerdo</i>	21	30
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	5	7
<i>De acuerdo</i>	29	41
<i>Totalmente de acuerdo</i>	7	10
Total	71	100.00

Gráfico N° 26: Respuestas de la pregunta N° 26

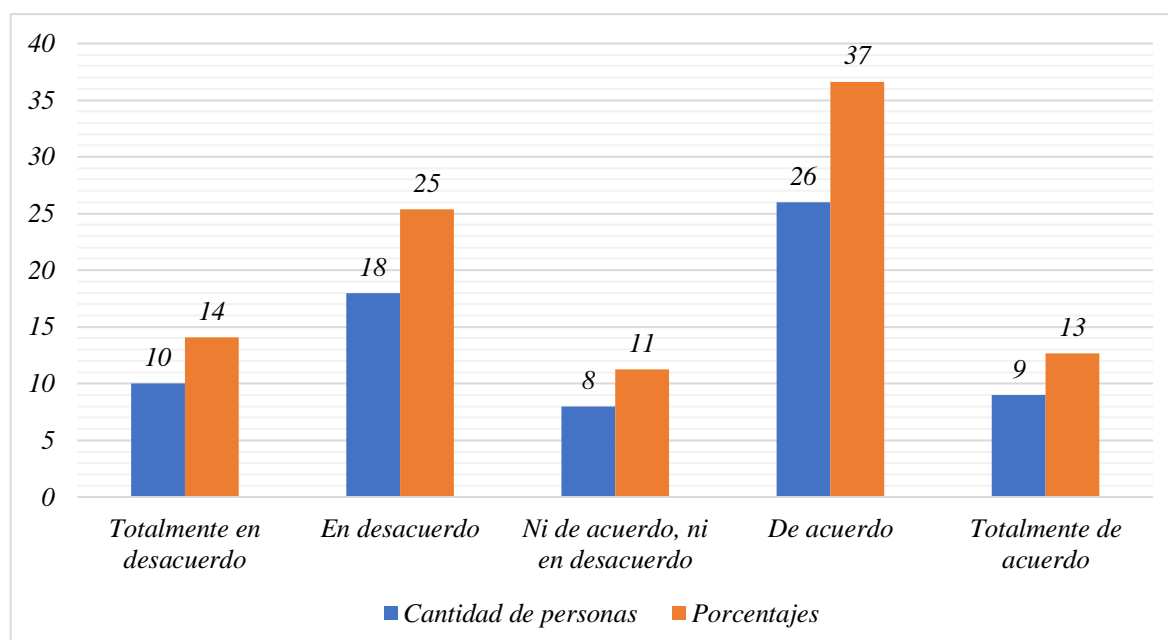


Según los datos obtenidos, se pueden examinar en el cuadro y esquema que el 41% de los colaboradores manifiesta estar conforme en que cumplir con sus obligaciones y fatalidades comunes con las utilidades que percibe, por el contrario, el 30% expresa estar en desacuerdo, el 13% que declara estar absolutamente inconforme, el 10% totalmente de inconforme y solamente el 7% se muestra indiferente.

Tabla N° 29: Respuestas de la interrogante N° 27

<i>Alternativas</i>	<i>Cantidad de personas</i>	<i>Porcentajes</i>
<i>Totalmente en desacuerdo</i>	10	14
<i>En desacuerdo</i>	18	25
<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	8	11
<i>De acuerdo</i>	26	37
<i>Totalmente de acuerdo</i>	9	13
<i>Total</i>	71	100.00

Gráfico N° 27: Respuestas de la pregunta N° 27



Se examina en el cuadro y esquema que el 37% de los colaboradores expresan estar conforme sobre que las utilidades colaboran a tomar perfectas resoluciones de inversión en pro de mejora de su comercio, el 25% que declara estar en desacuerdo, el 14% manifiesta estar absolutamente inconforme, el 13% absolutamente conforme y solamente el 11% se muestra neutral.

Hipótesis general

H₀: No hay relación significativa entre la competitividad y el desarrollo Económico de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

H₁: Hay relación significativa entre la competitividad y el desarrollo Económico de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

Tabla 31:

Comprobación de la Hipótesis General

	1			2			3			TOTAL
	f_0	f_1	x^2	f_0	f_1	x^2	f_0	f_1	x^2	
1	20	15.324	1.427	12	13.521	0.171	0	3.155	3.155	32
2	14	11.493	0.547	10	10.141	0.002	0	2.366	2.366	24
3	0	7.183	7.183	8	6.338	0.436	7	1.479	20.612	15
TOTAL	34		9.157	30		0.609	7		26.133	71

: El valor de chi-cuadrado de 35,899 se observó por encima del valor crítico de 9,487 en la tabla, por lo que se procedió a contrastar la hipótesis general del estudio que establece que “Hay relación significativa entre la competitividad y el desarrollo Económico de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023”.

Hipótesis específica 1

H₀: La gestión de competitividad se relaciona desfavorablemente con el desarrollo Económico de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

H₁: La gestión de competitividad se relaciona favorablemente con el desarrollo Económico de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023.

Tabla 32:

Comprobación de la Hipótesis específica 1

	1			2			3			TOTAL
	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	
1	24	20.324	0.665	13	15.113	0.295	0	1.563	1.563	37
2	15	13.732	0.117	10	10.211	0.004	0	1.056	1.056	25
3	0	4.944	4.944	6	3.676	1.469	3	0.380	18.047	9
TOTAL	39		5.726	29		1.769	3		20.667	71

Se observó un valor de chi-cuadrado de 28.161, el cual superó el valor crítico de 9.487 de la tabla, por lo que se procedió a contrastar la primera hipótesis específica del estudio, la cual planteaba que: “La gestión de competitividad se relaciona favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023”.

Hipótesis específica 2

H₀: Las estrategias de competitividad se conectan indirectamente con el crecimiento financiero de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.

H₁: Las estrategias de competitividad se conectan directamente con el crecimiento financiero de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.

Tabla 33:

Comprobación de la Hipótesis específica 2

	1			2			3			TOTAL
	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f_o</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	
1	20	16.761	0.626	14	14.366	0.009	0	2.873	2.873	34
2	15	11.831	0.849	9	10.141	0.128	0	2.028	2.028	24
3	0	6.408	6.408	7	5.493	0.413	6	1.099	21.868	13
TOTAL	35		7.883	30		0.551	6		26.769	71

Se observó un valor de chi-cuadrado de 35,204, el cual superó el valor crítico de 9,487 de la tabla, por lo que se procedió a contrastar la segunda hipótesis específica del estudio que establece que “Las estrategias de competitividad se relacionan directamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023”.

Hipótesis específica 3

H₀: El mejoramiento de la productividad no se conecta significativamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.

H₁: El mejoramiento de la productividad se conecta significativamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023.

Tabla 34:

Comprobación de la Hipótesis específica 3

	1			2			3			TOTAL
	<i>f₀</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f₀</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	<i>f₀</i>	<i>f₁</i>	<i>x²</i>	
1	26	19.803	1.939	11	14.070	0.670	0	3.127	3.127	37
2	12	11.239	0.051	9	7.986	0.129	0	1.775	1.775	21
3	0	6.958	6.958	7	4.944	0.855	6	1.099	21.868	13
TOTAL	38		8.949	27		1.654	6		26.769	71

Observando que el valor de chi-cuadrado es 37.372, el cual se encuentra por encima del valor crítico de 9.487 de la tabla, se procede a contrastar la segunda hipótesis específica del estudio que establece que: “El mejoramiento de la productividad se relaciona significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú, 2023”.

IV. DISCUSIÓN

Según los informes conseguidos se puede decretar que, con respecto a la finalidad general de la indagación, el 45% de los indagados estima que hay relación significativa entre la competitividad y el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

En relación a la primordial finalidad específica se decreta que el 52% de los indagados estima que la gestión de competitividad se relaciona favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

En relación a la posterior finalidad específica se estima que, el 47% de los indagados manifiesta que las estrategias de competitividad se relacionan directamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

En relación con la tercera finalidad específica se decreta que, el 52% de los indagados estima que el mejoramiento de la productividad se conecta significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

V. CONCLUSIONES

1. En relación a la finalidad global de la indagación se resuelve que, hay relación significativa entre la competitividad y el crecimiento financiero las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.
2. En relación a la primera finalidad específica de la pesquisa se resuelve que, la gestión de competitividad se conecta favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.
3. En relación a la posterior finalidad específica de la pesquisa se resuelve que, los métodos de competitividad se conectan verdaderamente con el crecimiento financiero de las compañías exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.
4. En relación a la tercera finalidad específica de la pesquisa se resuelve que, el mejoramiento de la productividad se conecta significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica – Perú, 2023.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las empresas agroexportadoras establezcan estrategias de variedad de productos, con la finalidad de ofrecer al mercado internacional diversidad de productos que incrementen su competitividad internacional.
2. Se recomienda que las empresas planteen establecer políticas de incremento de la competitividad al interior de la empresa, a fin de que se establezcan y desarrollen actividades específicas para el aumento del grado competitivo de la compañía en el mercado internacional.
3. Se recomienda que las empresas agroexportadoras de Ica contraten servicios de consultoría externa a fin de elaborar estrategias de competitividad para la empresa.
4. Se recomienda que las empresas establezcan a cada trabajador objetivos mensuales por cumplir, y que estos sean evaluados a fin de mes, con la finalidad de determinar la productividad de sus trabajadores.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aquino y Quijandria (2019) Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626136/Aquino_qu.pdf?sequence=3
- Aristizábal, C. (2008) Teoría y metodología de investigación. Fundación universitaria Luis Amigo. https://www.academia.edu/6120672/TEOR%C3%8DA_Y_METODOLOG%C3%8DA_DE_INVESTIGACI%C3%93N?auto=download&email_work_card=download-paper
- Barrios, J. (2019). Impacto de la Innovación en la competitividad de las Empresas del Sector Agroindustrial, en el Espinal-Tolima –Colombia. Revista Innova ITFIP. 4 (1). 7-20
- Castillo, P. (2011) Política económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, Volumen III. Págs. 1-12
- Cuentas y Marriaga (2018) Factores que determinan la competitividad de las pymes exportadoras colombianas. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/36/1043019242%20-%201143148180.pdf?sequence=1>
- Gallicchio, E. (2004). EL desarrollo local: ¿Cómo combinar gobernabilidad, desarrollo económico, y capital social en el territorio? Cuadernos del Claeh No.89 Segunda serie 27. Montevideo.
- IMD (Instituto para el Desarrollo Gerencial) (2012), Anuario de Competitividad Mundial 2012, Lausana.
- Jacometti, M., Castro, M., Goncalves, S. y Costa, M. (2016). Análisis de efectividades das políticas públicas de Arraigo Productivo Local para o desenvolvimento local a partir da teoria institucional. Revista de Administração Pública 50 (3): 425-454. Rio de Janeiro.
- Kerlinger, (1979). Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento. México, D. E: Nueva Editorial interamericana
- Labarca, N., (2007) Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Rev. Omnia, 13(2), 158-184.
- Lara, C. (2019) Elementos de la estrategia competitiva que afectan el crecimiento y rentabilidad de las empresas peruanas exportadoras de polos de algodón. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/11625/Lara_hc.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Lerma, H. (2016) Metodología de la investigación: Propuesta anteproyecto, proyecto.5° Edición. Ediciones ECOE
- Maya, E. (2014) Métodos y Técnicas de Investigación. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México
- Maryuri, Z. (2020) Logística de salida y el nivel de competitividad de las empresas exportadoras de uvas frescas de Lambayeque hacia Estados Unidos, 2018. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50788/Zu%c3%b1e_BMQ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montano, W. (2022) El impacto de la inversión en infraestructura vial sobre la competitividad exportadora de uvas frescas del Perú. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660500/Montano_RW.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Münch y Ángeles (2012) Métodos y técnicas de investigación. Cuarta edición. Ed. Trillas
- Navarro, Ferrer y Burgos (2018) La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas. Universidad y Sociedad vol.10 no.2 Cienfuegos ene.-feb. 2018 Epub. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200171
- Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2015) Metodología de la investigación Cuantitativa-Cualitativa .5° Edición. Ediciones U
- Oliva, Secada y franco (2002) Obstáculos para el aumento de la competitividad en el Perú. <https://www.ipe.org.pe/portal/wp-content/uploads/2018/01/2002-Obstaculos-competitividad.pdf>
- Oliva y Tavera (2019) Impacto en la competitividad de las exportaciones de una en la Región ICA a raíz del desarrollo portuario del Puerto General San Martín. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625756/Oliva_O_L.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paredes, E. (2022) Impacto de la innovación como ventaja competitiva en el rendimiento de las Pymes en la provincia de Ica, en el periodo 2019-2020. <https://repositorio.unica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13028/4061/Impacto%20de%20la%20innovaci%C3%B3n%20como%20ventaja%20competitiva%20en%20el%20rendimiento%20de%20las%20PYMES%20en%20la%20provincia%20de%20Ica%2C%20en%20el%20periodo%202019-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, Cano y Ruiz (2019) La competitividad en las microempresas en Manta 2019.Revista San Gregorio.Num.35. <https://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/revistasangregorio/article/view/1141>

- Vega, A. (2020) La competitividad de las empresas exportadoras de arándanos de la región norte 2014-2020.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32255/Vega_AAI-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y.
- Vilela, M. (2022) Análisis de la competencia de las empresas exportadoras peruanas frente a un incremento de barreras proteccionistas al comercio exterior.
<https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/5980>
- Yuni, J. y Urbano, C. (2014) Técnicas para investigar: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación. Editorial Brujas

VIII. ANEXOS

Anexo N°1. Instrumento de recolección de información

CUESTIONARIO

El instrumento está elaborado con el propósito de obtener datos respecto a la competitividad y desarrollo económico.

Se solicita su franqueza al responder las preguntas que deben ser marcadas con una (X), de acuerdo a la siguiente medición:

ESCALA DE MEDICIÓN – LIKERT				
Nomenclatura				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Valoración				
5	4	3	2	1

N°	COMPETITIVIDAD	ESCALA DE MEDICIÓN				
		5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: GESTION DE COMPETITIVIDAD					
1	El desarrollo de la política de competitividad tiene un impacto positivo en la gestión de la competitividad.					
2	Las medidas de competitividad permiten establecer indicadores para medir la gestión de la competitividad.					
3	Los objetivos de competitividad se basan en la política de competitividad					
	DIMENSIÓN: ESTRATEGIAS DE LA COMPETITIVIDAD					
4	La empresa adopta una estrategia competitiva y mejora el sistema de gestión de exportaciones.					
5	La evaluación constante de la cadena de producción puede aumentar la productividad.					

6	La optimización de la cadena de producción puede mejorar el producto y la productividad.					
7	La calidad de entrega es un factor que garantiza productos y servicios.					
8	La eficiencia de la capacidad productiva se asegura mediante la aplicación del modelo de competitividad.					
9	El valor agregado se utiliza para crear una diversificación de productos que da como resultado una mejor facturación.					
N°	DESARROLLO ECONOMICO	ESCALA DE MEDICIÓN				
		5	4	3	2	1
	DIMENSIÓN: EFICIENCIA EN LOS NEGOCIOS					
10	La productividad es un indicador del desarrollo económico de una empresa.					
11	Un mercado es un medio a través del cual un producto se expone y compite con otros productos similares, y la creación de un modelo competitivo ayudará a aumentar sus ventas, proporcionando así más ingresos a la empresa.					
12	Las prácticas de gestión aumentan la eficiencia de la empresa					
13	La exposición de los productos a diferentes mercados (es decir, la globalización) aumentará la eficiencia de la empresa.					
	DIMENSIÓN: POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL					
14	Se están abriendo nuevos mercados internacionales para nuevas combinaciones de productos, lo que puede conducir al posicionamiento internacional de productos.					
15	La diversificación de productos de exportación brinda un resultado seguro si					

	desea posicionarse en el mercado internacional.					
	DIMENSION: ECONOMIA INDIVIDUAL					
16	Has considerado una alternativa a solicitar un préstamo financiero.					
17	Dependiendo de tus ingresos, puedes expandir tu negocio					
18	Se mostró impactado por la facilidad con la que las entidades financieras han hecho posible la obtención de créditos de consumo.					
19	Con base en sus ingresos, se ha posicionado financieramente con éxito, lo que lo diferencia de sus competidores.					
20	Encuentra que sus competidores están ganando más dinero solicitando préstamos financieros					
21	Se considera competente a diferencia de los demás negocios de venta de comida.					
	DIMENSIÓN: ENRIQUECIMIENTO					
22	Con que frecuencia sus ventas son las esperadas al finalizar su día de trabajo.					
23	Las entidades financieras te consideran como una empresa con la capacidad de pago para acceder a un crédito.					
24	Los ingresos que percibe son favorables					
25	Las utilidades compensan las actividades que realiza durante todo el día.					
26	Puede cumplir con sus obligaciones y necesidades básicas con las utilidades que percibe					
27	Las utilidades contribuyen a tomar mejores decisiones de inversión en pro de mejora de su negocio.					

Matriz de consistencia

Problemas	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones e indicadores	Instrumentos
<p>Problema General ¿Cómo se relaciona la competitividad con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023?</p> <p>Problemas específicos ¿De qué manera la gestión de competitividad se relaciona con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023? ¿En qué medida las estrategias de competitividad se relacionan con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023? ¿Cómo el mejoramiento de la productividad se relaciona con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023?</p>	<p>Objetivo general Analizar la relación de la competitividad con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023</p> <p>Objetivos específicos Determinar la gestión de competitividad y su relación con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023 Establecer las estrategias de competitividad y su relación con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023 Examinar el mejoramiento de la productividad y su relación con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023</p>	<p>Hipótesis General: Hay relación significativa entre la competitividad y el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023</p> <p>Hipótesis específicas La gestión de competitividad se relaciona favorablemente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023 Las estrategias de competitividad se relacionan directamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023 El mejoramiento de la productividad se relaciona significativamente con el desarrollo Económico de las empresas exportadoras de uvas en la provincia de Ica-Perú,2023</p>	<p>Variable X: Competitividad</p> <p>Variable Y: Desarrollo económico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de competitividad - Política - Objetivo • Estrategias de competitividad - Producto - Ventas - Servicio • Mejoramiento de la productividad - Cadena de producción - Abastecimiento - Capacidad productiva - Valor agregado • Eficiencia de los negocios - Productividad - Mercado - Practicas gerenciales - Impacto de la globalización • Posicionamiento internacional - Nuevos mercados internacionales - Diversificación de uvas 	<p>Tipo: Aplicada.</p> <p>Nivel: Correlacional – transversal.</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: 86 gerentes de empresas agroexportadoras.</p> <p>Muestra: 71 gerentes de empresas agroexportadoras.</p> <p>Técnica de recolección: Encuesta.</p> <p>Instrumento de recolección: Cuestionario</p>