UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

"ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023"

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Presentado por:

Jennifer Maria Elena Carrasco Hernández (0000-0001-6021-2732)

Victoria Brigitte Quispe Villarroel (0000-0002-0103-0848)

Asesor:

Hugo Jesús Salas Canales (0000-0003-2754-9514)

Lima – Perú

2026

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 05 de junio del 2026.
Los integrantes del jurado de tesis:

Presidente: Mg. María Claudia Espíritu Mallaupoma
Miembro 1: Dr. Oscar La Cruz Arango
Miembro 2: Dr. Antonio Huachaca Urbina

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:
"ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023" CON CÓDIGO: PRE-2-2023-00563.

Presentada por las bachilleres:
- VICTORIA BRIGITTE QUISPE VILLARROEL
JENNIFER MARIA ELENA CARRASCO HERNANDEZ

Para optar el Título Profesional de Licenciado (a) en Administración de Negocios Internacionales

Asesorados por: Dr. Hugo Jesús Salas Canales

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de los estudiantes de la carrera de Administración de Negocios Internacionales en la sustentación, concluyen de manera unánime (X) por mayoría simple ( ) calificar a:

Tesista: VICTORIA BRIGITTE QUISPE VILLARROEL			Nota (en letra): CATORCE
Aprobado (X)	Aprobado - Muy buena ( )	Aprobado - Sobresaliente ( )	Desaprobado ( )

Tesista: JENNIFER MARIA ELENA CARRASCO HERNANDEZ			Nota (en letra): CATORCE
Aprobado (X)	Aprobado - Muy buena ( )	Aprobado - Sobresaliente ( )	Desaprobado ( )

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.

Mg. María Claudia Espíritu Mallaupoma
Presidente del jurado

Dr. Hugo Jesús Salas Canales
Asesor (a)

Dr. Oscar La Cruz Arango
Miembro 1

Dr. Antonio Huachaca Urbina *Miembro 2*

ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS / TRABAJO DE INVESTIGACIÓN[1]

Lima, 06 de Julio de 2026

Señor,
Dr. Percy Mayta Tristan

Vicerrectorado de Investigación
Universidad Científica del Sur
Presente. –

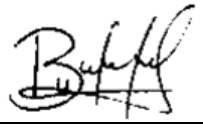
De nuestra consideración,

Yo: Victoria Brigitte Quispe Villarroel y Jennifer Maria Elena Carrasco Hernandez, egresadas de la carrera de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con el asesor de tesis Hugo Jesús Salas Canales, declaramos que este informe final de tesis titulado: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023" sustentado para obtener el título de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales es original.

Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de mi (nuestra) investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos [2], que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Firma tesista
DNI: 76534969



Firma tesista
DNI:



Firma del asesor de tesis

Hugo Jesús Salas Canales

DNI: 46160527

[1] En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD
[2] Los documentos están en: https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/

INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

Título del documento evaluado. Estrategias competitivas y desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023

Autores. Victoria Brigitte Quispe Villarroel; Jennifer Maria Elena Carrasco Hernandez

Mecanismo de revisión de originalidad. Evaluación con Turnitin (ID 3006149969).

Código de registro. PRE-2-2023-00563

Resultado de la evaluación. 9%

Revisado por. Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

Comentarios sobre la revisión. Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.



Estrategias competitivas

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	9%	1%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utea.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Jorge Luis Sánchez Navarro, Erasmo Isidro López Becerra, Miguel Hernández Espallardo, Narciso Arcas Lario. "Determinantes de la integración de los productores agrarios en cooperativas agroalimentarias: El caso de la Región de Murcia", CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa, 2024 Publicación	<1%

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Dedicatoria

A Lía, mi hermosa hija, por comprender mi ausencia en sus mejores momentos y aun así tener su amor incondicional y ser un pilar en mi vida. A mi madre Ydrey, por su apoyo, sabiduría, sacrificio y por enseñarme a seguir adelante sin rendirme. A mi hermana Nohelia, por enseñarme que a pesar de las dificultades todo se puede si uno se lo propone y por haberme dado la confianza y comprensión en cada momento de mi vida. A Kevin, quien me demostró su amor y apoyo de hermano. A Pilar mi ángel en el cielo, que me brindo sus consejos y apoyo en los momentos difíciles, cuyo recuerdo sigue dándome fuerzas, A Araceli mi amiga que me acompañó durante mi etapa universitaria, por el cariño y la alegría que compartíamos en cada clase.

VICTORIA BRIGITTE QUISPE VILLARROEL

Dedico este trabajo con todo mi amor a mis padres lindos, Carlos y Elena, por ser mi mayor ejemplo de fortaleza y amor incondicional. Gracias por cada palabra de aliento, por cada abrazo en los momentos difíciles y por enseñarme a no rendirme, incluso cuando los obstáculos parecían imposibles de superar. Su apoyo constante ha sido el motor que me impulsó a seguir adelante. A mis hermanos, Nicolás y Mariana, gracias por su comprensión, por acompañarme en desveladas y silencios, por su cariño sincero y su compañía en los días más duros. Los amo con todo mi corazón.

JENNIFER MARIA ELENA CARRASCO HERNANDEZ

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Agradecimientos

Hoy, al culminar este trabajo, deseo expresar mi gratitud a quienes me brindaron su amor, apoyo y fortaleza en cada etapa del camino. A mi madre Idrey y a mi hermana Nohelia, les agradezco profundamente por ser mi guía y sostén. Su confianza fue mi impulso constante. A Lía, mi hija, mi leal compañerita de vida, por comprender tan pequeña mi ausencia en sus mejores momentos, a Kevin, mi querido hermanito que cuidó de mi pequeña en mi ausencia, pero todo fue para poder cumplir esta meta, a mi tía Pilar, que, aunque ya no esté conmigo, permanece en mi memoria como una segunda mama que me dio consuelo y consejos durante los momentos más duros. Este logro lleva impreso un pedazo del amor de los cinco. Gracias, por tanto.

VICTORIA BRIGITTE QUISPE VILLARROEL

Agradezco profundamente a todas las personas que hicieron posible este trabajo, en especial a los profesores, por compartir con tanta dedicación sus conocimientos y por su compromiso en cada etapa de mi formación, a mis familiares, amigos, compañeros y jefes, por brindarme su apoyo, su tiempo, sus consejos y sus palabras de aliento en los momentos que más los necesité, su compañía marcó una diferencia invaluable en este proceso, a todos los que estuvieron presentes de alguna forma, gracias de corazón. Que Dios les bendiga hoy y siempre. Y, sobre todo, gracias a Dios, por regalarnos la vida, la salud y la fuerza para llegar hasta aquí. Sin Ti, nada de esto habría sido posible. Amén.

JENNIFER MARIA ELENA CARRASCO HERNANDEZ

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria 5

Agradecimientos 6

RESUMEN 12

ABSTRACT 13

INTRODUCCIÓN 14

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16

1.1. Descripción de la realidad problemática 16

1.2. Formulación del problema 24

1.2.1. Problema general 24

1.2.2. Problemas específicos 24

1.3. Justificación de la investigación 24

1.4. Limitaciones de la investigación 27

1.5. Viabilidad de la investigación 29

CAPITULO II: MARCO TEORICO 30

2.1. Antecedentes de la investigación 31

2.2. Bases teóricas 43

2.2.1. Variable l: Estrategias competitivas 43

2.2.2. Variable ll: Desarrollo exportador 47

2.3. Objetivos de la investigación 51

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

2.3.1. Objetivo general 51

2.3.2. Objetivos específicos 51

2.4. Formulación de hipótesis 51

2.4.1. Hipótesis general 51

2.4.2. Hipótesis específicas 51

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO 53

3.1. Diseño de la investigación 53

3.2. Tipo 53

3.3. Enfoque 53

3.4. Población 53

3.5. Muestra 54

3.6. Técnicas para la recolección de datos 54

3.6.1. Descripción de los instrumentos 54

3.6.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos 56

3.7. Técnica para el procesamiento y análisis de datos 57

3.8. Aspectos éticos 58

CAPITULO IV: RESULTADOS 59

4.1. Análisis descriptivo 59

4.2. Análisis inferencial 61

CAPITULO V: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 66

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

5.1. Discusión 66

5.2. Conclusiones 69

5.3. Recomendaciones 71

CAPITULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN 72

Definiciones conceptuales 81

ANEXOS 83

Anexo 1: Matriz de consistencia 83

Anexo 2: Matriz de operacionalización 86

Anexo 3: Encuesta/instrumento de evaluación 88

Anexo 4: Validación por juicio de expertos 95

Anexo 5: Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación 107

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ÍNDICE DE TABLAS

Número		Página
1	Estadísticas de fiabilidad	54
2	Estrategias competitivas y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	56
3	Desarrollo exportador y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	57
4	Pruebas de normalidad para estrategias competitivas y desarrollo exportador	58
5	Relación entre estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	59
6	Relación entre liderazgo y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	60
7	Relación entre costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	61
8	Relación entre política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	62

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ÍNDICE DE FIGURAS

Número		Página
1	Estrategias competitivas en la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	56
2	Desarrollo exportador y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023	57

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

RESUMEN

En un entorno globalizado donde la inserción en cadenas de valor internacionales es vital para la supervivencia rural, la presente investigación analizó la relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí - Perú) durante el año 2023. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional, empleando una población censal de 80 comuneros dedicados a actividades agropecuarias a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado cuya confiabilidad fue validada mediante el coeficiente KR-20, obteniendo valores de 0.842 para la variable estrategias competitivas y 0.818 para desarrollo exportador. Los resultados obtenidos a través del coeficiente de correlación de Spearman revelaron una relación alta, positiva y estadísticamente significativa entre las variables principales (Rho = 0.772; p = 0.000), así como correlaciones significativas en las dimensiones de liderazgo estratégico (Rho = 0.380), costos de exportación (Rho = 0.623) y políticas gubernamentales (Rho = 0.623). Se concluye que la implementación de estrategias competitivas robustas, el fortalecimiento del liderazgo organizacional y una gestión eficiente de costos, respaldados por un soporte institucional sólido, son factores determinantes para superar las barreras del aislamiento geográfico y la falta de información técnica, permitiendo así una integración exitosa y sostenible de los productos comunales en los mercados internacionales.

Palabras clave: Estrategias competitivas, desarrollo exportador, liderazgo estratégico, costos de exportación, política y relaciones gubernamentales.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ABSTRACT

In a globalized environment where integration into international value chains is vital for rural survival, this research analyzed the relationship between competitive strategies and export development in the Santiago de Carampoma peasant community (Huarochirí - Peru) during 2023. The study adopted a quantitative approach with a non-experimental, cross-sectional, and correlational design, employing a census population of 80 community members engaged in agricultural activities. A structured questionnaire was applied, whose reliability was validated through the KR-20 coefficient, yielding values of 0.842 for the competitive strategies variable and 0.818 for export development. The results obtained through Spearman's correlation coefficient revealed a high, positive, and statistically significant relationship between the main variables (Rho = 0.772; p = 0.000), as well as significant correlations in the dimensions of strategic leadership (Rho = 0.380), export costs (Rho = 0.623), and governmental policies (Rho = 0.623). It is concluded that the implementation of robust competitive strategies, the strengthening of organizational leadership, and efficient cost management, supported by solid institutional backing, are determining factors to overcome barriers of geographic isolation and lack of technical information, thereby enabling the successful and sustainable integration of community products into international markets.

Keywords: Competitive strategies, export development, strategic leadership, export costs, governmental policy and relations.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

INTRODUCCIÓN

El presente estudio aborda la realidad de una comunidad campesina en torno a los retos que enfrentan para fortalecer su proyección en mercados internacionales. En un contexto de globalización, las estrategias competitivas se convierten en un factor determinante para el desarrollo exportador de las comunidades rurales, puesto que permiten generar ventajas sostenibles frente a la competencia, incrementar la productividad y mejorar el posicionamiento en cadenas globales de valor (Kotler y Armstrong, 2017). Sin embargo, en el ámbito nacional aún persisten limitaciones relacionadas con la ausencia de planificación estratégica, la escasa innovación, la débil articulación con actores de la cadena de valor y la falta de acceso a mercados internacionales (Alponte, 2022; Baldoceda et al., 2023).

En este escenario, la comunidad, conformada principalmente por agricultores y ganaderos, enfrenta una serie de dificultades vinculadas a la falta de información especializada en comercio exterior, procedimientos inadecuados para gestionar procesos de exportación y limitaciones de acceso a oportunidades de mercado. Dichos factores no solo restringen su competitividad, sino que también limitan su capacidad de aprovechar el potencial de sus productos agrícolas y derivados para incursionar en el comercio internacional (Buenhombre y Mariño, 2022).

Ante esta problemática, la indagación tiene como propósito analizar la relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina de Santiago de Carampoma. Para ello, se empleó un diseño no experimental, de corte transversal y alcance correlacional, con enfoque cuantitativo, aplicando encuestas a los productores de la comunidad. La información recolectada permitirá identificar la

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

influencia de factores como el liderazgo estratégico, los costos de exportación y las políticas y relaciones gubernamentales en el fortalecimiento de su capacidad exportadora.

La indagación se estructura en seis capítulos: En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, formulación de objetivos, hipótesis, justificación, limitaciones y viabilidad del estudio; en el capítulo II, se desarrolla el marco teórico, abordando antecedentes internacionales y nacionales, así como las bases conceptuales de las variables; en el capítulo III, se detalla el diseño metodológico, describiendo el tipo, enfoque, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos; en el cuarto capítulo se presentan los resultados obtenidos del análisis descriptivo e inferencial; en el capítulo V, se expone la discusión, las conclusiones y recomendaciones, contrastando los hallazgos con estudios previos; finalmente, en el capítulo VI, se incluyen las referencias bibliográficas y anexos pertinentes.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La globalización es un proceso complejo que refleja la creciente interdependencia entre los países, impulsada por la apertura comercial, la liberalización financiera y el avance tecnológico; este fenómeno permite la libre circulación de bienes, capitales, información y fuerza laboral, transformando las estructuras económicas, sociales y culturales a nivel mundial. En el ámbito económico, fomenta la integración de los mercados y la especialización productiva, generando nuevas oportunidades de competitividad e innovación; sin embargo, también plantea desafíos relacionados con la desigualdad, la pérdida de soberanía y el deterioro ambiental. Frente a ello, el desarrollo económico debe alinearse con el bienestar social y la sostenibilidad, promoviendo la equidad y la inclusión de los sectores más vulnerables; asimismo, se requiere una gestión responsable que combine eficiencia productiva con justicia económica y preservación ecológica (Borgeon y Cellich, 2020).

En el escenario internacional, Calderón et al. (2022), señalan que muchas pequeñas y medianas empresas de América Latina todavía enfrentan grandes desafíos para consolidar estrategias organizativas coherentes y sostenibles; a menudo, carecen de un modelo estructurado que les permita fortalecer su competitividad a través de la cooperación, la eficiencia compartida y la conexión con redes de valor que trasciendan lo local. En lugar de encontrar espacios donde la unión multiplique resultados, muchas PYMES continúan trabajando de forma aislada, con escasa articulación territorial y una débil cultura de colaboración; esto no solo limita su capacidad para innovar, sino que también reduce sus oportunidades de crecimiento sostenido; además, la falta de apoyo institucional y de políticas efectivas de fomento empresarial termina por agravar la

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

situación; así, la baja capacidad tecnológica, la ausencia de redes de aprendizaje y la poca transferencia de conocimiento entre actores productivos se convierten en barreras que frenan su desarrollo.

En Colombia, los pequeños productores enfrentan limitaciones estructurales que comprometen su competitividad, tales como el bajo acceso a tecnología, limitada planeación estratégica, deficiencias en gestión administrativa y una alta dependencia del apoyo gubernamental. En particular, en la provincia de Vélez, Santander, los agricultores del cultivo de guayaba han encontrado en la asociatividad una alternativa para mejorar su productividad y acceder a nuevas tecnologías; sin embargo, esta estrategia aún se muestra incipiente debido a la falta de visión empresarial, ausencia de planificación a largo plazo y escasa participación de los miembros en la toma de decisiones. Esta situación revela una problemática estructural que limita el impacto real de la articulación para el perfeccionamiento de la competitividad del sector agrícola regional (Buenhombre y Mariño, 2022).

Teniendo en cuenta a Martos y Muñoz (2020), los clientes son piezas claves para el crecimiento de una empresa que está poniéndose en marcha con tal de seleccionar y generar crecimientos innovadores, partiendo desde la información que requiere el mercado, con el objetivo de atender sus requerimientos presentes y futuros. Asimismo, para llevar a cabo la transformación se aprovechan recursos organizacionales que permiten implementar procesos de medición, control, coordinación y liderazgo. Este enfoque facilita la conversión de dichos recursos y capacidades en adaptaciones a un entorno más amplio, aumentando así su competitividad y promoviendo su internacionalización.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

En cuanto al ámbito nacional, según los resultados de exportaciones publicados por PROMPERÚ (2025), el Perú cerró el año 2024 con un crecimiento del 15.6% en sus exportaciones totales (USD 74.7 mil millones), donde el sector agronegocios destacó con un incremento del 11.3%, evidenciando una demanda internacional sostenida a pesar de la volatilidad económica. Esta tendencia es corroborada por FreshFruitPortal (2025), quien reporta un surgimiento del 22.1% en las agroexportaciones peruanas para el mismo periodo, impulsado por productos emblemáticos como arándanos, paltas y mandarinas, y una diversificación hacia 145 mercados de destino. No obstante, este escenario de crecimiento exige estándares más rigurosos. El MIDAGRI (2024) documenta en su anuario estadístico que la apertura de 21 nuevos accesos sanitarios vino acompañada de ajustes en normativas fitosanitarias internacionales, lo cual obliga a los productores rurales a fortalecer sus estrategias competitivas en cuanto a calidad e inocuidad.

La comunidad campesina de Santiago de Carampoma, localizada en la sierra central del Perú, es una organización tradicionalmente vinculada a la actividad agrícola. Históricamente, ha dependido de la agricultura de subsistencia, destacándose por su capacidad productiva en cultivos como la papa, el maíz, y otros productos autóctonos. Sin embargo, la organización ha experimentado un limitado desarrollo en términos de liderazgo, capacidad de toma de decisiones y procesos de comercialización, lo que ha frenado su crecimiento. A nivel organizativo, la comunidad se ha caracterizado por estructuras jerárquicas tradicionales, donde las decisiones se toman de manera centralizada y se dan pocos espacios para la participación de los miembros en las decisiones clave. Este aspecto podría estar relacionado con las dimensiones de "comunicación efectiva" y "toma de decisiones".

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

La comunidad no ha logrado desarrollar estrategias de innovación que le permitan diversificar sus productos ni aprovechar los recursos naturales de manera óptima para la exportación, lo que representa una clara limitación en términos de "innovación" y "satisfacción de los clientes". Además, el proceso de producción es aún muy dependiente de las técnicas tradicionales, careciendo de mecanismos de optimización que puedan garantizar una mayor eficiencia y competitividad en el mercado. En este sentido, es importante mencionar que la falta de asociatividad empresarial y de un liderazgo estratégico orientado a la internacionalización genera una desconexión con mercados globales y una escasa visibilidad en términos de "Posicionamiento estratégico" en el mercado global. Esto refleja una falta de "transparencia" y "política y relaciones gubernamentales" que pueda respaldar una proyección sostenible hacia el exterior.

Esta situación se ve agravada por un contexto de creciente competencia internacional, normativas sanitarias más exigentes y escasa articulación público-privada, factores que colocan en desventaja a las comunidades que buscan acceder a cadenas de exportación. En consecuencia, se requiere estudiar la influencia de estrategias competitivas integrales, como la diversificación de productos, el fortalecimiento del capital social rural y el acceso a plataformas de comercialización internacional, como condiciones necesarias para lograr un desarrollo exportador sostenible (Baldoceda et al., 2023).

Asimismo, la ausencia de una planificación estratégica adecuada, la escasa articulación con los actores de la cadena de valor y la falta de estandarización del producto son factores que limitan el crecimiento de los pequeños productores rurales en el mercado externo; a esto se suma la débil capacidad de negociación frente a los

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

intermediarios, el poco conocimiento de los requisitos técnicos internacionales y la reducida innovación en los canales de comercialización (Alponte, 2022).

Por otro lado, hay que tener en cuenta que los empresarios deben desarrollar su mentalidad global, que es una de sus capacidades y espíritu empresarial, lo cual es clave para la expansión internacional de su organización, siempre y cuando involucre las tecnologías de información, internet u otros medios digitales, dado que juega un papel importante para las estrategias competitivas, considerando que contribuyen con la mejora continua de las actividades de la organización. En el contexto peruano, el desarrollo de una mentalidad global es crucial para los empresarios que buscan expandir sus negocios más allá del mercado local, especialmente en sectores como la agroindustria. Este enfoque requiere de un espíritu empresarial que impulse la innovación y la toma de riesgos, pero también está limitado por factores como la falta de acceso a financiamiento y capacitación en gestión empresarial. El uso de tecnologías de información, internet y otros medios digitales es esencial para conectar con mercados internacionales, optimizar procesos y mejorar la competitividad, aunque persisten brechas en conectividad y alfabetización digital, especialmente en zonas rurales. Las estrategias competitivas deben centrarse en la mejora continua, la sostenibilidad y la valorización de productos locales, lo que puede ayudar a las empresas peruanas a acceder a mercados más lucrativos; sin embargo, la falta de un enfoque estructurado hacia la innovación y la adaptación tecnológica sigue siendo un reto importante. Por lo tanto, el reto consiste en introducir y gestionar una estrategia nacional de exportación que sea realmente eficaz. Para lograrlo, se deberán enfocar en el desarrollo del mercado, instrumento de financiación, como la participación en ferias y servicios comerciales de representantes de mercados extranjeros, lo cual es un gran

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

apoyo a su crecimiento, asumiendo las necesidades de la comunidad empresarial local para lograr estándares competitivos a nivel internacional, mejorando los vínculos de retroalimentación dentro de las industrias locales. Para que sea eficaz, debe integrarse globalmente en el marco general de planificación económica, es decir un marco de tiempo espléndido para establecer una posición competitiva en el país, lo que implica lograr acuerdos y colaboración entre diferentes participantes y organizaciones, para garantizar la amplia circulación de las exportaciones. Cambiando el enfoque de la iniciativa mientras la estrategia avanza por las fases de diseño, aplicación y evaluación de mejora (Hernández et al., 2021).

Para la presente indagación, la comunidad, formada principalmente por agricultores y ganaderos que dependen en gran medida de la producción local de cultivos como la papa, el maíz, y la quinua, así como de la cría de ganado vacuno y ovino, enfrenta importantes retos debido a su aislamiento geográfico y la falta de rutas de exportación para sus productos. Esto plantea un problema central dividido en tres áreas críticas: falta de información, procedimientos inadecuados y ausencia de oportunidades de mercado.

En primer lugar, la comunidad presenta limitaciones como la falta de información especializada sobre el comercio exterior, esto se debe a que la población, en su mayoría se dedica a actividades agropecuarias y desconoce los requisitos legales, sanitarios, logísticos y financieros que exige la inserción en mercados internacionales, así como las tendencias globales de consumo, normativas de calidad y mecanismos de promoción de exportaciones; esta carencia de conocimientos técnicos impide que los productores tomen decisiones estratégicas para mejorar la competitividad de sus productos y acceder a oportunidades comerciales más amplias.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

En segundo lugar, se evidencia una notoria ausencia de procedimientos adecuados para gestionar los procesos de exportación, lo cual genera ineficiencias operativas, ya que la comunidad no cuenta con una ruta definida para iniciar trámites, coordinar logística internacional o cumplir con regulaciones aduaneras, lo que incrementa el riesgo de incurrir en errores administrativos, sanciones o pérdidas económicas por demoras innecesarias, dicha situación refleja una falta de institucionalidad y de capacidades técnicas en la gestión exportadora a nivel local; por último, se identifica un obstáculo crítico vinculado a la falta de acceso a oportunidades de mercado.

A pesar del potencial de los productos locales, como cultivos andinos, derivados lácteos o artesanías, los productores carecen de canales de comercialización sostenibles y articulaciones con compradores internacionales, la precariedad de la infraestructura vial, la débil conectividad digital y la inexistencia de alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas limitan severamente la capacidad de la comunidad para integrarse a cadenas globales de valor, restringiendo así su desarrollo económico y perpetuando condiciones de dependencia de mercados informales o de bajo valor agregado.

Además, en la comunidad campesina de Santiago de Carampoma, se puede reflejar que sus decisiones lo realizan bajo un estatuto comunal, en donde una directiva es la encargada de liderar de forma estratégica los acuerdos. Ellos son elegidos cada dos años y su objetivo es realizar todo tipo de procedimientos para el bienestar de la comunidad. También, cabe resaltar que esto lo realizan por políticas que están establecidas y es aquí donde los comuneros arman su lista de directivos y se presentan, se van a votos y el ganador tiene que hacer el nombramiento en registros públicos para que pueda tomar decisiones legalmente. Sin embargo, en distintas ocasiones, en las

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

asambleas que se han llegado a organizar se ha podido detectar la falta de comunicación efectiva entre sus miembros, haciendo que exista largas horas, incluso días en asambleas ordinarias que deben de ejecutarse en un lapso de 3 horas. Cabe resaltar que estas reuniones son de gran prioridad y urgencia porque los puntos que se tratan son sobre festividades costumbristas, sembrío, cosecha, rendición de cuentas, etc. Por otro lado, también existe la asamblea extraordinaria, aquella que se organiza cada 15 días para temas de emergencias a tratar, tales como abigeatos o posicionamiento de tierras o problemas muy frecuentes que se tienen con personas de otros distritos. Para concluir, los acuerdos del llamado comunero se formalizan de la siguiente manera: el tesorero comunica la convocatoria mediante una esquela, mientras que la secretaria registra las decisiones en un acta, la cual es firmada por los miembros de la comunidad. Este procedimiento se respeta porque garantiza transparencia, participación y, sobre todo, el valor del respeto colectivo.

La finalidad de la indagación es abordar estos problemas fundamentales, en la cual se reúnen las oportunidades de mercado y los requisitos legales pertinentes, dotando a la comunidad de los conocimientos necesarios; asimismo, se desarrollan procedimientos claros y eficaces para guiar a la comunidad en el proceso de exportación, al tiempo que se exploran soluciones para superar las limitaciones de acceso a los mercados internacionales. Esta investigación no solo beneficiará a Santiago de Carampoma, sino que también servirá como modelo replicable para otras comunidades rurales que se enfrentan a retos similares en todo el país, contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la región.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Existe relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?

1.2.2. Problemas específicos

P.E. 1- ¿Existe relación entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?

P.E. 2- ¿Existe relación entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?

P.E. 3- ¿Existe relación entre la política y relaciones gubernamentales en el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?

1.3. Justificación de la investigación

Justificación teórica

El objetivo principal de esta investigación fue el desarrollo de estrategias competitivas que optimicen el reconocimiento, la recopilación, el procesamiento y la interpretación de las actividades empresariales. Esto se realizó con el fin de alcanzar las metas y objetivos necesarios para asegurar una posición estable en el mercado internacional y garantizar las fortalezas que permitieran generar mayores ingresos. En este sentido, la investigación abordó la necesidad de que la comunidad aceptara el crecimiento económico como un elemento clave para su sostenibilidad en el mercado externo, ya sea a corto, mediano o largo plazo, contribuyendo a la toma de decisiones informadas en cuanto a asesoramiento e inversiones, así como en las políticas exportadoras.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Desde el punto de vista teórico, a pesar de la existencia de otros estudios sobre estrategias competitivas y desarrollo exportador, esta investigación aportó un vacío significativo en cuanto a la aplicación de estas estrategias en comunidades rurales o campesinas peruanas, específicamente en el contexto de mercados internacionales. Se recurrió a Kotler y Armstrong (2017) para fundamentar la estrategia competitiva, quienes definieron estas estrategias como un conjunto de acciones orientadas a generar ventajas sostenibles frente a la competencia. Para el desarrollo exportador, se utilizó el concepto de Arias y Peña (2004), quienes lo entendieron como un proceso integral que abarca la preparación técnica, productiva y comercial de productos para mercados internacionales.

Las razones fundamentales que sustentan la ejecución de este estudio radican en la imperiosa necesidad de articular marcos estratégicos que permitan a los productores rurales trascender la agricultura de subsistencia, integrándose de manera eficiente en las dinámicas del comercio global; asimismo, resalta que, a pesar de la profusa existencia de literatura sobre competitividad y comercio exterior en contextos corporativos urbanos, persiste un notable vacío en el conocimiento teórico respecto a la aplicabilidad de estos modelos en comunidades campesinas peruanas con estructuras jerárquicas tradicionales. Por consiguiente, esta investigación busca cubrir dicha brecha cognitiva al proponer una síntesis teórica que adapte los preceptos de ventaja competitiva y desarrollo exportador a la realidad socioeconómica de las zonas altoandinas, proporcionando así una nueva perspectiva sobre el capital social rural como motor de internacionalización.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Justificación práctica

La solución tangible que esta investigación ofrece frente a la problemática identificada consiste en la formulación de una hoja de ruta estratégica, la cual se encuentra diseñada específicamente para mitigar las ineficiencias logísticas y la carencia de información técnica que actualmente restringen el acceso a mercados de alto valor; de esta manera, el estudio no solo diagnostica las limitaciones existentes (como el aislamiento geográfico o la falta de rutas de exportación definidas), sino que entrega estrategias de diferenciación y liderazgo en costos que son directamente aplicables a la realidad de los comuneros. En última instancia, la implementación de estos hallazgos permitirá a la comunidad diversificar su oferta exportable, optimizar sus márgenes de rentabilidad y establecer vínculos comerciales sostenibles, transformando así su potencial productivo en un bienestar económico real para las familias de la zona.

Desde un punto práctico, la solución que esta investigación ofreció fue la identificación de estrategias específicas para mejorar la competitividad, la diversificación de mercados y la sostenibilidad de la producción en la comunidad. La investigación trascendió el ámbito académico, permitiendo su implementación en el diseño de planes de acción y políticas comunitarias que generaron un impacto directo en el desarrollo económico y el bienestar de las familias campesinas de la zona.

Justificación metodológica

Este estudio se enfocó en analizar empíricamente cómo las estrategias competitivas se asociaban con la actividad exportadora de comunidades rurales. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño correlacional no experimental, observando las variables en su entorno natural para identificar asociaciones significativas. La elección de esta metodología se debió a la necesidad de obtener

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

evidencia estadística que respaldara decisiones estratégicas basadas en datos confiables. Desde un punto metodológico, la investigación ofreció una importante contribución al utilizar una metodología adecuada para la construcción del marco teórico, la creación de instrumentos de recolección de datos y el análisis estadístico de los mismos. Esta metodología permitió obtener información precisa y relevante para gestores locales, instituciones comerciales y formuladores de políticas rurales exportadoras, contribuyendo a la mejora en la gestión de políticas públicas y estrategias competitivas para las comunidades rurales.

La presente investigación realiza una contribución metodológica sustantiva al estructurar un proceso de construcción del marco teórico basado en una revisión sistemática de literatura nacional e internacional, lo cual garantiza la validez conceptual de las dimensiones analizadas; además, el diseño y validación de los instrumentos de recolección de datos —cuya confiabilidad fue rigurosamente comprobada mediante el coeficiente KR-20— representan un aporte técnico valioso para futuras indagaciones en poblaciones rurales de características similares. Finalmente, el empleo de técnicas estadísticas avanzadas para el análisis de los datos (incluyendo pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov y el coeficiente de correlación de Spearman) permite no solo describir la realidad problemática, sino también establecer una asociación con un alto nivel de precisión científica; de este modo, se dota a los gestores locales y formuladores de políticas públicas de una metodología replicable para la evaluación del desempeño exportador en diversos contextos territoriales.

1.4. Limitaciones de la investigación

A continuación, se enumeran las principales restricciones que incidieron en la recolección, análisis e interpretación de datos en esta investigación:

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

- Limitaciones tecnológicas y de conectividad: Una de las principales limitaciones identificadas fue la inestabilidad y el escaso alcance de la conexión a internet, lo que imposibilitó la aplicación de encuestas virtuales. Esto obligó a realizar la recolección de datos de manera presencial, lo que incrementó los tiempos y recursos necesarios para el trabajo de campo, así como los riesgos logísticos asociados al traslado del equipo de investigación.
- Acceso restringido a información documental digitalizada: La comunidad no contaba con un sistema de registro digital que permitiera consultar de manera inmediata información relevante sobre sus actividades productivas, organizativas o comerciales. Debido a esto, fue necesario gestionar el acceso a documentos físicos, como actas comunales, libros de acuerdos o informes internos, los cuales dependían exclusivamente de la disponibilidad y voluntad del presidente comunal y su directiva. Esta condición limitó el análisis documental y la verificación de datos históricos relevantes para el estudio.
- Limitaciones de tiempo y disponibilidad de los comuneros: Otro factor crítico fue la limitada disponibilidad de tiempo de los comuneros, quienes estaban involucrados en múltiples actividades agrícolas y comunales, lo que dificultó la aplicación de encuestas en momentos individuales. Para mitigar esta limitación, se coordinó con el presidente de la comunidad la posibilidad de aprovechar los espacios durante las reuniones programadas con los comuneros, optimizando así el levantamiento de información.
- Condiciones geográficas y climáticas del área de estudio: La comunidad se encontraba ubicada en una zona de sierra con geografía accidentada, lo que representó un desafío adicional para el desplazamiento del equipo investigador,

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

especialmente durante temporadas de lluvias o en épocas de difícil acceso a las zonas de vivienda dispersa.

- Nivel de conocimientos técnicos en comercio exterior: Finalmente, se anticipó que algunos encuestados tendrían conocimientos limitados sobre estrategias competitivas y comercio exterior, lo que dificultó la comprensión de ciertos ítems del cuestionario. Para mitigar esta limitación, se llevó a cabo una fase piloto y se formuló el cuestionario con un lenguaje accesible, además de contar con el acompañamiento de los encuestadores para explicar los términos cuando fue necesario.

1.5. Viabilidad de la investigación

Considerando las limitaciones previamente expuestas, se determina que la presente investigación es factible desde las perspectivas logística, técnica, institucional y económica: en primer lugar, uno de los tesistas mantiene un vínculo directo con la comunidad campesina, lo cual facilitará el acceso a la zona, así como la coordinación con los dirigentes comunales para la obtención de información relevante, entrevistas y aplicación de encuestas; esta cercanía no solo permite un conocimiento previo del contexto territorial, sino también genera un clima de confianza que puede mejorar la calidad y profundidad de la información recolectada; además los investigadores cuentan con los recursos tecnológicos necesarios, como equipos portátiles, dispositivos móviles y software estadístico, que permitirán el procesamiento adecuado de la información y la sistematización de los resultados; En cuanto al aspecto financiero, se dispone del presupuesto suficiente para cubrir los gastos operativos vinculados al traslado, impresión de materiales, alimentación, hospedaje eventual y otros requerimientos logísticos que pudieran surgir durante la recolección de información.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO II: MARCO TEORICO

En aras de consolidar una fundamentación teórico-empírica rigurosa, se llevó a cabo un proceso estructurado de revisión bibliográfica, caracterizado por la búsqueda, selección y análisis crítico de referentes académicos. Este itinerario comenzó con la identificación de términos clave vinculados a los ejes centrales de la investigación: “estrategias competitivas”, “desarrollo exportador”, “liderazgo estratégico”, “costos de exportación” y “política y relaciones gubernamentales”. Dichos términos se integraron mediante operadores booleanos (AND, OR) —por ejemplo, “estrategias competitivas AND desarrollo exportador” o “comunidades campesinas AND exportación”— para afinar la precisión de las búsquedas. Las consultas se ejecutaron en bases de datos internacionales (Google Scholar, ScienceDirect) y en repositorios nacionales, cuyo acceso a tesis recientes resultó determinante para enriquecer el marco conceptual del estudio.

Los antecedentes internacionales y nacionales considerados responden a una selección rigurosa basada en cuatro pilares: relevancia conceptual, actualidad, calidad del diseño metodológico y pertinencia contextual; ya sea geográfica o sectorial. En particular, se privilegiaron investigaciones que abordaran la intersección entre estrategias competitivas y desarrollo exportador en entornos agrarios o rurales, como los trabajos de Zagaceta (2022) sobre la cadena de valor de la pitahaya en el Perú y de Borbor y Rovayo (2021) en el agroexportador ecuatoriano. Adicionalmente, se integraron estudios que analizaran factores mediadores relevantes, tales como la asociatividad (Buenhombre y Mariño, 2022) o el marketing ecológico (Figueroa, 2020), ambos vinculados al impulso de capacidades exportadoras. Para garantizar la pertinencia temporal, se enfocó la revisión en fuentes publicadas entre 2020 y 2024,

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

asegurando así la representación de tendencias comerciales actuales; desde el plano metodológico, se priorizaron diseños cuantitativos, correlacionales o descriptivos —ejemplificados en los estudios de Zapana (2021) en Puno y Luciano (2020) en Lima—, junto con tesis académicas validadas que examinan cómo la gestión estratégica se asocia con la competitividad de micro y pequeñas empresas rurales.

El proceso de revisión teórica dio lugar a un marco integrador, compuesto por investigaciones nacionales e internacionales de reconocida calidad, con énfasis en autores influyentes y diseños cuantitativos. Este marco permitió situar críticamente la incidencia de las estrategias competitivas en sectores rurales homólogos —específicamente, en la agricultura y ganadería de altura—, identificando variables esenciales para el estudio: liderazgo estratégico, costos de exportación y política y relaciones gubernamentales, al tiempo que reforzó la coherencia de la propuesta metodológica. La inclusión deliberada de estudios en contextos de organizaciones campesinas —como el análisis de Zagaceta (2022) sobre la pitahaya— o en micro y pequeñas empresas agroexportadoras —como los de Borbor y Rovayo (2021) en Ecuador— demostró un enfoque sensible a las realidades locales. Así, se logró una fundamentación teórica no solo rigurosa, sino también profundamente aplicable a la Comunidad Campesina Santiago de Carampoma, posicionando este trabajo como una contribución estratégica para elevar la competitividad rural en el Perú y como catalizador de futuras investigaciones en el campo de los negocios internacionales.

2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedentes internacionales

En México, Matheus (2020) investigó cómo priorizar la caracterización de las PyMES 3.0 mediante el diseño en su estrategia competitiva. Se ha realizado una

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

investigación descriptiva y transversal, diseño de campo no experimental y documental. La empresa está sin gestión de diseño ni estrategias activas, y carece de una organización formal, cultura de diseño y uso efectivo de herramientas digitales. Las 36 estrategias diseñadas mejoran la migración de una PyME tradicional a PyME 3.0, fortaleciendo su posicionamiento y rentabilidad en el mercado global. Este estudio aporta al presente trabajo al mostrar cómo las PyMES pueden evolucionar mediante el uso de nuevas herramientas digitales y estrategias de diseño, lo que resulta relevante para las microempresas rurales que aún no han adoptado estas estrategias.

Luciano (2020) examinaron las estrategias de internacionalización de las sociedades cooperativas agropecuarias brasileñas, reconociendo su relevancia socioeconómica y evaluando su contribución a las estrategias competitivas nacionales. Para ello, emplearon una metodología aplicada, descriptiva, con enfoque inicial cuantitativo complementado con análisis cualitativo, utilizando investigación bibliográfica, estudio multicaso e investigación documental. La unidad muestral estuvo conformada por 25 cooperativas agropecuarias exportadoras, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, ubicadas en los cinco estados brasileños con mayor actividad exportadora. El instrumento de recolección incluyó guías de recopilación documental y matrices de análisis de contenido. Entre sus hallazgos, identificaron dos perfiles: cooperativas ya internacionalizadas que atienden demandas del mercado primario de commodities y cooperativas con potencial de internacionalización basado en innovación, cualificación y cooperación económica, aunque parte del sector aún requiere desarrollo estratégico. Concluyeron que el cooperativismo agropecuario es un modelo diferenciado de cooperación económica y generación de renta, con necesidad de fortalecer sus capacidades y estrategias para

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

mejorar su inserción en los mercados internacionales. Este estudio resalta la importancia de la cooperación empresarial y la internacionalización, conceptos que también son abordados en este trabajo, particularmente en el contexto de cooperativas rurales peruanas.

En Ecuador, Figueroa (2020) desarrolló una estrategia competitiva para la comercialización de vino de mortiño en el mercado francés. De acuerdo con la autora, el enfoque de la investigación se concentró en una metodología mixta que integró tanto el enfoque cualitativo como cuantitativo. En este contexto, se propusieron metodologías de observación científica y análisis documental para la recopilación de datos. Para llevar a cabo el análisis de estos aspectos, se empleó el enfoque inductivo, enfoque descriptivo y correlacional, y que los hallazgos de la investigación indicaron que el marketing ecológico constituía el modelo adecuado para promover la introducción del vino de mortiño en el mercado francés. Este estudio aporta al presente trabajo al evidenciar cómo las estrategias de marketing ecológico pueden ser una vía efectiva para el posicionamiento de productos en mercados internacionales, un enfoque que se incorpora en el análisis de las estrategias de comercialización en este estudio.

Solís (2021) evaluó el estado actual de las estrategias competitivas implementadas por las microempresas minoristas en Cholul, Yucatán, México; Para ello aplicó enfoque cualitativo y una entrevista semiestructurada dirigida a los propietarios de micronegocios. Además, en el caso específico de dos compañías, se realizaron entrevistas paralelas con un empleado de cada organización. Tras un análisis exhaustivo de los datos obtenidos, el autor concluyó que la mayoría de los microempresarios eran residentes de Cholul y jefes de familia, con sus negocios representando la principal fuente de ingresos. Estos microempresarios exhibían una diversidad de niveles de

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

educación formal y abarcaban un amplio espectro de edades. Los micronegocios analizados se encontraban en una posición comercial robusta, con una clara identificación de sus clientes tanto actuales como potenciales, y valorando los principios que contribuyeron a su relevancia dentro de la comunidad. Este estudio contribuye a la investigación actual al ofrecer un enfoque sobre cómo la identificación del cliente y la orientación estratégica en mercados locales son fundamentales para el éxito comercial, un aspecto clave en el análisis de las empresas peruanas.

En Ecuador, Borbor y Rovayo (2021) desarrollaron un estudio orientado a analizar las estrategias competitivas y cooperativas aplicadas por micro y pequeñas empresas del sector comercial en el norte de Guayaquil, específicamente en negocios de ropa y restaurantes. Emplearon un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y explicativo, aplicando encuestas presenciales y virtuales a 100 empresas seleccionadas mediante muestreo no probabilístico. El análisis estadístico se realizó con herramientas como SPSS, Stata y QDA Miner, utilizando pruebas Chi-cuadrado y T-Student para contrastar hipótesis sobre independencia y diferencias de medias. Entre sus hallazgos, determinaron que la mayoría de los negocios adopta estrategias competitivas, priorizando calidad y precios, y que contar con personal con formación en administración se asocia significativamente con mayores ganancias ($p < 0.05$). Asimismo, no se encontraron diferencias significativas en ingresos, costos o gastos entre empresas que compiten y aquellas que cooperan, aunque se identificó un bajo nivel de aplicación de estrategias cooperativas. Concluyeron que es necesario fomentar el conocimiento y uso de esquemas de cooperación empresarial como alternativa para mejorar la sostenibilidad y competitividad del sector. Este estudio resulta particularmente pertinente para la presente investigación, en tanto resalta el papel fundamental de las

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

estrategias cooperativas en el fortalecimiento de la competitividad, un aspecto que se incorpora en la discusión de las cooperativas rurales en el presente estudio.

En el contexto mexicano, Gómez y Romero (2022) llevaron a cabo un estudio que buscó entender a fondo el mercado y trazar estrategias competitivas para impulsar la comercialización del producto AguantaGotas de Omega Corp. Su trabajo no se limitó a observar las cifras: combinaron métodos cualitativos y cuantitativos para captar tanto la voz del consumidor como las tendencias reales del entorno empresarial; además, realizó un análisis detallado del rendimiento de la inversión, evaluando con precisión los beneficios, riesgos y oportunidades del proyecto. Los hallazgos fueron talentosos. Todo apuntó a que la marca tiene un enorme potencial para crecer, conquistar nuevos segmentos y fortalecer su presencia en el mercado nacional. En suma, el estudio evidencia que, con decisiones estratégicas acertadas y una visión empresarial orientada a largo plazo, Omega Corp podría no solo aumentar su rentabilidad, sino también consolidarse como una marca sólida, moderna y con proyección sostenible en el competitivo panorama mexicano. Aporta al presente estudio al evidenciar la relevancia de las estrategias competitivas bien fundamentadas y la identificación de nuevos segmentos de mercado, elementos que también se exploran en este trabajo en relación con el desarrollo exportador de productos locales.

Con el fin de revitalizar el conocimiento tradicional, Vargas-Chaves et al. (2024) exploraron el cooperativismo y el codiseño como vías para fortalecer la competitividad, el cual se contempló en la tejeduría wayúu; la experiencia de intervención en dicho pueblo indígena fue recogida mediante una metodología de análisis documental, adoptada precisamente para este fin. El estudio se desarrolló en los Municipios de Uribia y Manaure, pertenecientes al Departamento de La Guajira, Colombia, donde la muestra

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

analizada correspondió a mujeres indígenas vinculadas a dos casos específicos, tales como la iniciativa PUJ-FUCAI con veinte tejedoras y la Cooperativa Coarwas. Las actividades de recolección de datos incluyeron entrevistas semiestructuradas, talleres de codiseño y jornadas de trabajo de campo desarrolladas en el propio contexto comunitario, además de la revisión de fuentes teóricas sobre modelos asociativos. Los resultados evidenciaron que estas estrategias supusieron un cambio positivo para las comunidades estudiadas, pues lograron empoderar a las mujeres en la fijación de precios justos y preservar la esencia cultural de los productos; asimismo, se identificó como una experiencia significativa susceptible de implementación en el ámbito de las políticas públicas. Este antecedente aporta al presente trabajo al demostrar que el cooperativismo y la preservación cultural funcionan como estrategias competitivas efectivas para el empoderamiento económico en comunidades rurales, reforzando la relevancia de la organización asociativa como mecanismo facilitador para la inserción en mercados externos.

El estudio de Sánchez et al. (2024), realizado en España, se centró en la Región de Murcia para analizar los condicionantes detrás de la decisión de los productores agrarios de incorporarse a cooperativas agroalimentarias. Con el objetivo de identificar dicho perfil, los autores desarrollaron un estudio cuantitativo donde estimaron un modelo de regresión Probit; para la recolección de datos, se sirvieron de una encuesta administrada a 225 productores agrarios (123 socios y 102 no socios) mediante métodos presenciales y en línea. Se encontró que factores como la dependencia económica del hogar respecto a la agricultura, la orientación hacia vínculos comerciales duraderos y la especialización en aceite o lácteos elevaron la probabilidad de afiliación cooperativa, mientras que la presencia de otras vías de comercialización y un mayor temor al riesgo

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

la redujeron. La investigación concluyó, en última instancia, que tales elementos posibilitaron el desarrollo de estrategias dirigidas a la incorporación de nuevos socios y la estabilización de los actuales. Este antecedente contribuye al presente trabajo al evidenciar que factores como la dependencia económica del sector agrícola, la preferencia por relaciones comerciales estables y la especialización productiva incrementan la propensión a la asociatividad cooperativa, lo cual refuerza la pertinencia de la organización colectiva como estrategia competitiva para fortalecer la capacidad exportadora en comunidades rurales.

Caracuel-Sillero y Jacome-Cagñay (2025) investigaron, en el marco del sector cooperativo español, la repercusión de la contabilidad de gestión sobre la competitividad de las cooperativas agrarias especializadas en aceite de oliva en Andalucía. Para llevar a cabo este estudio, los autores adoptaron un diseño de investigación cuantitativo basado en técnicas de análisis multivariante, incluyendo un análisis factorial exploratorio y un análisis factorial confirmatorio. Mediante la aplicación de un cuestionario estructurado que incorporaba una escala Likert de cinco puntos, el cual fue dirigido a directivos y responsables financieros, se obtuvo una muestra final de 55 cooperativas con respuestas válidas. El análisis factorial exploratorio reveló cuatro factores que acumularon el 78.5% de la varianza total, mientras que el análisis factorial confirmatorio corroboró la idoneidad de la estructura propuesta, con indicadores de ajuste satisfactorios. Particularmente en lo relativo a innovación, adaptación al mercado y fidelización de clientes, la percepción del éxito competitivo se vio afectada significativamente por dimensiones como la amplitud, oportunidad, agregación e integración de la información contable; por consiguiente, se concluyó que la contabilidad de gestión actuó como una herramienta estratégica clave para la

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

sostenibilidad organizacional más allá del simple registro contable. Este antecedente contribuye al presente trabajo al evidenciar que la gestión eficiente de la información interna, como la contabilidad de gestión, constituye un factor determinante para el éxito competitivo en cooperativas agrarias, lo cual refuerza la pertinencia de las dimensiones de costos de exportación y liderazgo estratégico como herramientas fundamentales para la sostenibilidad organizacional y el desarrollo exportador en comunidades rurales.

El efecto de la política monetaria contractiva sobre la competitividad de las agroexportaciones mexicanas en el periodo 2015-2024 fue examinado por Hernández et al. (2025). Dicha investigación se desarrolló en México y empleó un diseño cuantitativo basado en un modelo de equilibrio parcial, el cual fue estimado mediante una regresión lineal múltiple (OLS) para analizar variaciones en la tasa de interés y el tipo de cambio real. Respecto a la recolección de datos, los investigadores utilizaron información trimestral obtenida de fuentes secundarias como el Banco de México, la USDA, FAOSTAT y el FMI, con lo cual conformaron una base de datos agregada para el análisis. Los resultados evidenciaron que el endurecimiento monetario redujo la competitividad del sector agroexportador, ya que encareció el crédito y provocó una apreciación cambiaria que disminuyó el saldo comercial; sin embargo, el modelo global mostró una significancia estadística marginal ($p=0.094$). Mientras que el tipo de cambio real presentó un coeficiente positivo y marginalmente significativo ($p=0.063$), la tasa de interés y el índice de precios agrícolas internacionales no tuvieron un efecto estadísticamente comprobado, ante lo cual los autores propusieron medidas de política pública enfocadas en contrarrestar los impactos negativos a través de mecanismos financieros con condiciones ventajosas. Este antecedente contribuye al presente trabajo al evidenciar que las variables macroeconómicas y las políticas monetarias inciden

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

directamente en la competitividad del sector agroexportador, reforzando la pertinencia de la dimensión "política y relaciones gubernamentales" como factor determinante para mitigar las restricciones financieras y cambiarias que limitan el desarrollo exportador en comunidades rurales.

Antecedentes nacionales

Medrano y Rodríguez (2020) investigaron la repercusión de las estrategias competitivas en la internacionalización de exportadoras de jengibre en Junín, con destino a Estados Unidos durante el periodo 2014-2018. El estudio adoptó un enfoque mixto, con un diseño no experimental para la parte cuantitativa y teoría fundamentada para la parte cualitativa, empleando encuestas y entrevistas como técnicas de recogida de data. La población estuvo conformada por empresas exportadoras de jengibre de Junín y actores clave del sector, trabajando con una muestra obtenida por criterios de inclusión y disponibilidad de información. Como instrumentos se utilizaron cuestionarios tipo Likert y guiones de entrevista validados por expertos del ámbito público y privado. Las estrategias genéricas (liderazgo en costos, diferenciación y enfoque) demostraron tener una relación significativa con la internacionalización, siendo la diferenciación la que presenta mayor impacto en el posicionamiento del producto en el mercado estadounidense. Se concluyó que la aplicación articulada de estas estrategias fortalece la competitividad y sostenibilidad exportadora del jengibre peruano. Este estudio es relevante para el presente trabajo al resaltar la importancia de la diferenciación como estrategia clave en la internacionalización, un concepto aplicable a los productos agrícolas rurales que buscan mercados internacionales.

Zapana (2021) realizó un estudio muy revelador sobre cómo las estrategias competitivas influyen en el camino hacia la internacionalización de las micro y pequeñas

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

empresas (MYPE) del sector textil en Gamarra. Con este propósito, se implementó una estrategia cuantitativa de tipo descriptivo-correlacional bajo un diseño no experimental, permitiendo así explorar las asociaciones entre las variables mientras se preservaba su dinámica espontánea. La información fue recabada a partir de encuestas tipo Likert aplicadas a 278 MYPE, una muestra amplia que ofreció una mirada sólida y representativa de la realidad del sector. Encontrando que las estrategias competitivas no solo están presentes, sino que mantienen una vinculación significativa con la internacionalización; dicho de otra manera, cuando las empresas aplican de manera coherente y constante estrategias de diferenciación, eficiencia o innovación, aumentan sus posibilidades de abrirse espacio en mercados extranjeros. El estudio concluye que una gestión estratégica bien integrada impulsa el posicionamiento internacional y fortalece la competitividad de estas empresas. Este estudio aporta al presente trabajo al resaltar la importancia de la diferenciación y la innovación en las estrategias de internacionalización, elementos que también se abordan en este estudio con enfoque en la internacionalización de productos rurales.

Enfocados en compañías peruanas de arándanos con destino a China (entre 2016 y 2020), Mendoza y Stucchi (2022) evaluaron el vínculo entre la estrategia de liderazgo en costos y el desempeño exportador; para ello emplearon metodología con enfoque mixto, con diseño no experimental y alcance correlacional-explicativo, utilizando técnicas cualitativas (entrevistas semiestructuradas a expertos de instituciones públicas, gremios privados y empresas del sector) y cuantitativas (encuesta con escala Likert). La población estuvo compuesta por 19 empresas exportadoras, y la muestra incluyó actores clave del ecosistema agroexportador. Como instrumentos se emplearon guiones de entrevista validados por especialistas y cuestionarios. Los resultados más relevantes

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

indicaron que la estrategia de liderazgo en costos se asoció positivamente con el desempeño exportador hacia China, mejorando volúmenes y competitividad. Se determinó que la aplicación constante de esta estrategia fortalece a las empresas peruanas en el mercado chino. Este estudio contribuye a la investigación actual al resaltar la relevancia de la estrategia de liderazgo en costos para mejorar el desempeño exportador, lo cual se relaciona con la hipótesis sobre la eficiencia en los procesos productivos en las empresas rurales.

En Chachapoyas, específicamente en micro y pequeñas empresas, Llanos y Torrejón (2022) indagaron sobre la interrelación entre las estrategias competitivas y el nivel de competitividad. De carácter básico, la investigación se sustentó en un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, correlacional y transversal, orientado a identificar asociaciones estadísticas entre los constructos bajo estudio en un único punto temporal, en el cual la muestra incluyó 384 micro y pequeñas empresas, desglosándose en 324 microempresas y 60 pequeñas empresas. Para la captura sistemática de los datos, se implementó un cuestionario estructurado, validado previamente y alineado con los constructos teóricos abordados. Los hallazgos obtenidos sugieren la presencia de una interrelación relevante y positiva entre la adopción de estrategias competitivas y el nivel de competitividad de los negocios examinados, lo cual se evidenció a través de mejoras en áreas como productividad, conocimiento del mercado, logística, tecnología e innovación. Se determinó que el robustecimiento de las estrategias competitivas tiene una correlación directa con el aumento de la competitividad empresarial en este sector. Este estudio aporta al presente trabajo al demostrar cómo las estrategias competitivas pueden mejorar la competitividad

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

empresarial, algo que se examina en el estudio de las microempresas rurales y su interrelación con el mercado global.

Enfocados en el Emporio Comercial de Gamarra, Angulo y Velásquez (2022) efectuaron una pesquisa con la consigna de examinar las estrategias competitivas que fomentaban el crecimiento empresarial de las mypes; la investigación se fundamentó en un enfoque cualitativo de carácter descriptivo, el cual fue sustentado a través de la implementación de entrevistas semiestructuradas dirigidas a los gestores de micro y pequeñas empresas, así como a expertos tanto teóricos como del ámbito del mercado, concluyendo que las estrategias empleadas para incrementar los recursos económicos abarcaban la gestión de costos con el objetivo de alcanzar márgenes de ganancia más elevados, así como la implementación de enfoques contables destinados a reducir la carga tributaria. Este estudio aporta al presente trabajo al destacar la gestión de costos como un componente esencial para impulsar el crecimiento de las organizaciones, aspecto íntimamente ligado al estudio de las estrategias de contención y reducción de costos en contextos rurales.

Con el apoyo de la Asociación de Agricultores “La Flor de Pitahaya”, Zagaceta (2022) elaboró estrategias competitivas enfocadas en la promoción y comercialización externa de la pitahaya. Caracterizado por un enfoque metodológico mixto, un nivel descriptivo y un diseño no experimental, este trabajo correspondió a una investigación aplicada. La muestra fue compuesta por 50 agricultores que fueron seleccionados utilizando un enfoque de muestreo no probabilístico por conveniencia; sobre la base del modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter (1997), se les aplicó un cuestionario estructurado, con escala Likert de cinco puntos, complementado con una guía de preguntas para focus group. Entre los principales hallazgos, se identificó que las

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

amenazas con mayor puntaje fueron el ingreso de productos sustitutos (83,1%), el poder de negociación de los proveedores (86,4%) y la rivalidad entre competidores (61%). Se determinó que, con el propósito de potenciar el desarrollo exportador, es indispensable llevar a cabo un análisis situacional del entorno, proporcionar capacitación en normativas de exportación, obtener certificaciones de calidad, incrementar la visibilidad mediante estrategias publicitarias, así como establecer alianzas comerciales con el Estado. Estas acciones están orientadas a fomentar una mayor proyección y un impulso sostenido de la economía en el ámbito internacional. Este estudio aporta al presente trabajo al subrayar la importancia de un análisis situacional para la exportación y el fortalecimiento de alianzas comerciales, aspectos que son relevantes para las microempresas rurales que buscan internacionalizar sus productos.

2.2. Bases teóricas

Una de las teorías muy reconocidas y que se asemeja a la variable es el enfoque de Michael Porter con su teoría de la ventaja competitiva, quien fue desarrollada en 1985 y es encargada de estudiar el microentorno de una compañía, al enfocarse en factores que representan amenazas para la competitividad de una empresa y que afecta a las elecciones de inversión a la rentabilidad. También la superioridad de la competición alude a la obtención de beneficios sostenibles mediante una administración eficiente que fortalece la cadena operativa y promueve el valor agregado en los productos (Tobón et al., 2022).

2.2.1. Variable l: Estrategias competitivas

La estrategia actúa como una brújula que orienta el comportamiento de la empresa y marca, casi inevitablemente, los resultados que obtiene. Ninguna organización puede avanzar con firmeza si no tiene claro quién es, qué busca y hacia

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

dónde quiere ir; por eso, contar con una misión bien definida y una estrategia coherente no es un lujo, sino una necesidad. Pero una estrategia no sirve de mucho si se queda en el papel. Debes sentirte en cada área, en cada equipo, en cada decisión cotidiana. Tiene que adaptarse a todos los niveles de la organización y dialogar con los recursos y capacidades reales que esta posee. Si es demasiado ambicioso o desconectado de la realidad, simplemente no funcionará; por eso, además de inspiradora, debe ser viable, alcanzable y lo suficientemente flexible como para ajustarse cuando las circunstancias cambian. Por ello, uno de los pilares que andan aplicando las empresas en sus procesos son las plataformas digitales, aquellas que se han convertido en una estrategia competitiva clave en el desarrollo de la exportación, ya que proporcionan acceso directo a mercados internacionales, reducen los costos de intermediación y aumentan la visibilidad comercial. También ofrecen herramientas como el comercio electrónico, el marketing digital y el análisis de datos que identifican la demanda, la diferenciación de productos y las relaciones con los clientes. En este sentido, también mejorarán el posicionamiento internacional y la capacidad competitiva de las organizaciones para exportar (Yang et al., 2023). En esencia, una buena estrategia combina dirección, realismo y propósito, y es esa mezcla la que permite que una empresa transforme sus ideas en acciones y sus acciones en logros concretos (Castro, 2010).

La estrategia competitiva son las acciones de una organización para superar a sus competidores. Representa un modelo estratégico cuyo propósito es asegurar una ventaja competitiva y robustecer la capacidad del sector para mantener su participación en mercados exigentes. Esta estrategia busca un rendimiento superior frente a la competencia. El análisis de estos factores y la estrategia afectan la competencia industrial y determinan la posición relativa de la empresa en su sector. Esto permite

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

obtener una ventaja competitiva sostenible y mayores ganancias que el promedio del sector. El objetivo de esta estrategia es lograr una rentabilidad superior a la media del sector (López et al., 2019).

Pérez (2022) señaló que la estrategia competitiva busca crear una ventaja duradera mediante atributos distintivos que diferencien a la empresa y le permitan obtener mayores beneficios y superar a la competencia.

2.2.1.1. Dimensiones de estrategias competitivas

a) **Liderazgo estratégico**

Es guiar y tomar decisiones clave en una organización. Involucra entender objetivos, identificar oportunidades y desafíos, formular planes, asignar recursos y motivar al equipo; además, requiere adaptarse rápidamente a cambios, tomar decisiones informadas y guiar la estrategia en la organización (Samimi et al., 2022).

Esta dimensión se concibe como la capacidad de anticipar y prever acciones a través de la aplicación de estrategias, con el objetivo de lograr metas adecuadas y planificadas; por ello, el líder demuestra competencia en la adaptación a diversas circunstancias y exhibe flexibilidad ante cambios, ya sean previstos o imprevistos. Esto permite cultivar un entorno propicio que fomente y motive tanto a sus subordinados como a sus colegas (López et al., 2020). Además, implica la habilidad de una persona para prever, pensar de manera estratégica y planificar y ser lo suficientemente flexible para colaborar con los demás con el fin de crear y aplicar cambios en una organización (Sarfraz, 2017).

Un líder estratégico debe poseer una visión clara del futuro, una representación articulada del destino estratégico de la organización y de los mecanismos que guiarán su concreción. Esta visión debe compartirse con el equipo de forma convincente, para

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

que todos puedan comprender y adoptar el camino a seguir (Jarvis et al., 2019). Además, debe existir una articulación institucional existente, ya que permite a las empresas integrarse con instituciones públicas y privadas que ofrecen asistencia técnica, financiamiento, capacitación y acceso a redes comerciales internacionales, algo que también aumenta el cumplimiento de las leyes, mejora la calidad de las ofertas y facilita las inserciones en el mercado en el extranjero; así, la cooperación institucional potencia la competitividad y sostenibilidad del desempeño exportador de las empresas (Mata et al., 2021).

b) **Costos de exportación**

Incluye todos los gastos de comercialización y promoción en mercados internacionales. Los costos pueden variar según el país de origen, destino, tipo de producto y logística (Volca, 2020).

Los componentes clave del costo de exportación son:

- Gastos de producción: relacionados con la fabricación o elaboración de los productos destinados a la exportación.
- Costos de envasado y etiquetado: engloban los gastos de diseño, producción y aplicación de los envases y etiquetas necesarios para los productos exportados.
- Costos de transporte: cubren los gastos de traslado de los productos desde el lugar de producción hasta el destino final.
- Costos de documentación: incluyen los gastos derivados de los documentos y trámites necesarios para llevar a cabo la exportación.

Los costes de exportación son de suma importancia en el comercio internacional, ya que pueden tener un impacto significativo en los beneficios de una empresa. Estos

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

costes abarcan todos los gastos necesarios para transportar mercancías de un país a otro y es crucial que las empresas consideren cuidadosamente estos costes operativos y los incorporen a sus análisis de viabilidad y estrategias de precios para asegurarse de que pueden obtener beneficios competitivos en los mercados internacionales (Mundi, 2022).

c) **Políticas y relaciones gubernamentales**

Las políticas y relaciones gubernamentales son estrategias y conexiones entre gobiernos y entidades que participan en el diseño e implementación de políticas públicas. Estas interacciones, al variar según el contexto político y social, influyen en la distribución de recursos y en la generación de condiciones favorables para el comercio exterior (Prnews, 2022).

Las relaciones públicas gubernamentales son un campo que exige iniciativa, energía, creatividad, capacidad de organización y, sobre todo, un gran sentido de la responsabilidad; quienes ejercen esta profesión se consideran vitales para el avance de cualquier organización (Torres et al., 2015).

2.2.2. Variable ll: Desarrollo exportador

El desarrollo exportador es el proceso en que una entidad busca aumentar sus ventas en mercados externos. Incluye estrategias para fomentar la participación en el comercio internacional; este desarrollo es clave para impulsar el crecimiento económico, acceder a nuevos mercados y generar empleo (Brest et al., 2019).

La contribución de las pymes al desarrollo exportador de un país o región es crucial, ya que existe conexión directa entre el crecimiento económico, las exportaciones y el papel de las pymes en la promoción de capacidades exportadoras; estas empresas son fundamentales para impulsar la internacionalización a través de la

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

diversificación de los mercados, los productos exportados y el aumento de las empresas exportadoras existentes; además, medir el desempeño exportador implica no solo evaluar el crecimiento de las exportaciones en un período determinado, sino también considerar la expansión de los mercados de destino y la variedad de productos exportados (Serra et al., 2018).

PROMPERÚ (2023) ha identificado diversas oportunidades para promover el desarrollo exportador en las regiones, entre estas oportunidades se encuentra la sinergia entre las entidades cooperativas, el trabajo colaborativo en la cadena productiva exportadora, la mejora de los servicios institucionales, la expansión de la base exportadora y la implementación de un enfoque interinstitucional de intervención. Estas acciones combinadas contribuirán significativamente al impulso de las exportaciones y al crecimiento económico en las regiones.

2.2.2.1. **Dimensiones del desarrollo exportador**

a) **Calidad de producto**

Depende de sus características que cumplen o superan las expectativas del consumidor, refiriéndose a la capacidad de un producto para cumplir su función y brindar valor al usuario. Incluye funcionalidad, rendimiento, durabilidad, confiabilidad y satisfacción del cliente; la excelencia del producto se alcanza con un enfoque integral en diseño, producción y control de calidad, misma que es crucial para la satisfacción del cliente y la competitividad (Andrada, 2019). Por otro lado, hay destacar una buena calidad debe de optimizarse la sostenibilidad, ya que la adopción de prácticas sostenibles crea valor agregado y mejora la reputación de la empresa, así como la obtención de garantías de diferenciación de productos en mercados internacionales. De

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

esta manera, la sostenibilidad refuerza la posición y la competitividad de la empresa en el comercio exterior (Moreira et al., 2022).

b) **Demanda del mercado**

Una empresa puede fijar precios según las características del mercado en el que opera, puesto que en un mercado con producto homogéneo y muchos proveedores, la empresa no puede fijar el precio de su producto, ya que este lo determina el mercado; por lo cual, al diferenciar su oferta, la empresa obtiene más flexibilidad para fijar precios; por ello, estas decisiones adquieren mayor relevancia estratégica (Diez y Rosa, 2008).

Del mismo modo, la comprensión de la demanda es fundamental para la formulación de decisiones estratégicas en áreas como la fijación de precios, la producción y el marketing, lo cual facilita identificar oportunidades, establecer precios competitivos y desarrollar estrategias efectivas (Universidad de Alicante, 2020).

Kotler y Keller (2012) señalaron que la demanda del mercado puede ser afectada por una variedad de factores, incluyendo aspectos económicos, tendencias de consumo, competencia y estrategias de precios; esto enfatiza la necesidad de realizar un análisis continuo y exhaustivo de estos elementos.

c) **Valor agregado**

El valor agregado se refiere al aumento en el valor de un producto o servicio durante su producción o comercialización, el cual se produce al integrar componentes tales como diseño, innovación y servicios complementarios, los cuales aportan calidad y funcionalidad; este aspecto reviste gran relevancia para las organizaciones empresariales, dado que les facilita la diferenciación, la obtención de márgenes de beneficio superiores y el establecimiento de ventajas competitivas; el cual, para los consumidores, se traduce en la provisión de bienes o servicios de calidad superior,

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

diseñados para satisfacer necesidades específicas del mercado de manera única e inimitable (Riaño et al., 2021). Además, el valor agregado se fundamenta en la transformación, diferenciación y mejora del producto, antes de su apertura a los mercados internacionales. Innovación, diseño, certificaciones, así como cualquier mecanismo de ilustración con valor agregado, mejora la percepción de calidad del producto. De esta manera, la exportación se sostiene y se mejora la competitividad en el cumplimiento de la legislación de los países de destino (Wu et al., 2022).

El valor agregado se refiere a una característica adicional que se añade a un servicio o producto con el objetivo de incrementar su valor comercial. El valor extra de un producto o servicio se define por las mejoras que incorpora, las cuales destacan sus características distintivas y se muestra después de pasar por la transición. Se emplea en situaciones en las cuales una empresa toma un producto que puede considerarse similar, con pocas diferencias respecto a sus competidores, y añade un complemento o atributo añadido para ayudar a los clientes potenciales a valorar más su producto. (Corvo, 2023).

El valor añadido mejora rendimiento y rentabilidad. Estas mejoras benefician a empresas y consumidores, al garantizar ofertas de calidad superior, respaldadas por una estructura de precios que asegura accesibilidad y competitividad en el mercado. El valor añadido impulsa la innovación, el desarrollo económico, el impulso al empleo productivo y la dinamización de la industria nacional (Zamora et al., 2017).

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

2.3. Objetivos de la investigación

2.3.1. Objetivo general

Determinar si existe relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

2.3.2. Objetivos específicos

O.E. 1- Evaluar si existe relación entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

O.E. 2- Analizar si existe relación entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

O.E. 3- Identificar si existe relación entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

H.E.1. Existe una relación significativa entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

H.E.2. Existe una relación significativa entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

H.E.3. Existe una relación significativa entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Diseño de la investigación

Para esta indagación se usó diseño no experimental correlacional transversal. Se eligió esta metodología no experimental para no manipular las variables. El diseño transversal implica recopilar datos en un solo momento de cada participante. Se usará un enfoque correlacional para abordar la interrelación entre los constructos bajo análisis (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2023).

3.2. Tipo

Se llevó a cabo una investigación de tipo aplicada, cuyo objetivo principal es abordar una problemática específica mediante la aplicación de conceptos y teorías en un contexto real. Este enfoque busca generar soluciones prácticas basadas en la evidencia empírica, contribuyendo a la mejora de las prácticas existentes. Además, se aclara que la investigación está orientada a ofrecer recomendaciones aplicables que faciliten la toma de decisiones y la implementación de estrategias efectivas (Ñaupas et al., 2018).

3.3. Enfoque

Se optó por emplear un enfoque cuantitativo dado que se hace uso de datos cuantitativos, los cuales son susceptibles de medición y pueden ser expresados en términos numéricos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2023).

3.4. Población

La muestra estuvo compuesta por un total de 80 comuneros activos de la comunidad campesina. La población en cuestión estuvo integrada por productores locales que se involucran en actividades agrícolas abarcando una variedad de cultivos, tales como papa, maíz, habas, oca y olluco. En el ámbito de la ganadería, estos

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

productores crían diferentes especies animales, incluyendo vacas, asnos, caballos, ovejas y algunas cabras. Esta población también incluyó a dirigentes comunales que participan en el proceso de toma de decisiones estratégicas vinculadas al desarrollo económico y comercial. Además, es esencial enfatizar que ciertos miembros de la comunidad también estaban empleados en empresas del sector minero, lo que contribuye a la diversificación de ingresos y puede influir en diversas facetas de la vida comunitaria y la economía local.

3.5. Muestra

Debido al pequeño tamaño de la población, se realizó un análisis de todos los individuos. Según Hernández y Mendoza (2023), se considera una muestra censal, ya que la población analizada fueron los 80 comuneros dedicados a la agricultura y ganadería.

3.6. Técnicas para la recolección de datos

Se implementó una encuesta para recopilar data cuantitativa. Esta técnica es popular en Ciencias Sociales por su eficacia y facilidad para obtener información (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2023).

3.6.1. Descripción de los instrumentos

La estrategia investigativa seleccionada se fundamentó en la técnica de encuesta debido a la solidez de la metodología en el ámbito de las Ciencias Sociales, la cual permite la recolección de datos de forma directa, sistemática y objetiva en la Comunidad Campesina Santiago de Carampoma, lo cual en esta metodología, fue relevante en función de la naturaleza cuantitativa, correlacional y no experimental de la propuesta de investigación, que se centra

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

en establecer la relación que existía entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador en el año 2023.

Por ello, se utilizó en este caso un cuestionario estructurado, el cual se seleccionó bajo el modelo de preguntas dicotómicas, que capturó de datos en dos categorías de respuesta (por ejemplo, sí/no), lo que permitió identificar con precisión la presencia o ausencia de percepciones de la población con respecto a cada uno de los indicadores de las variables en estudio, lo que se presentó en el Anexo 3. Este tipo de encuesta simplifica el proceso de codificación y cuantificación de datos y permite la obtención de datos a los que se les pueden aplicar ciertos análisis estadísticos a través de la estadística inferencial, en donde se destaca el uso del coeficiente de evaluación de Spearman para el establecimiento de relaciones entre las variables.

El primer paso en la construcción del instrumento implicó un examen exhaustivo tanto de la literatura nacional como internacional sobre estrategias competitivas y desarrollo exportador en entornos empresariales y rurales. En cuanto a la variable estrategias competitivas, los fundamentos teóricos incluyeron a Porter (1985) sobre ventaja competitiva, así como los desarrollos conceptuales de López et al. (2019) y Pérez (2022), quienes enfatizan la generación de ventajas sostenibles a través del liderazgo estratégico, costos y posicionamiento competitivo. Además, los estudios de Samimi et al. (2022) y Londoño et al. (2019) ayudaron a definir la dimensión de liderazgo estratégico, mientras que Volca (2020) y Mundi (2022) asistieron en la operacionalización del costo de exportación. Por su parte, Prnews (2022) y Torres et al. (2025)

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

respaldaron la dimensión relacionada con la política gubernamental y las relaciones.

La construcción respecto a la variable desarrollo exportador se construyó utilizando las ideas de Brest et al. (2019) y Serra et al. (2018), quienes entienden el desarrollo exportador como un proceso integral de integración en los mercados internacionales. En cuanto a las dimensiones, se consideraron las contribuciones de Andrada (2019) para la calidad del producto, Diez y Rosa (2008) y Kotler y Keller (2012) para la demanda del mercado, y Riaño et al. (2021) y Zamora et al. (2017) para el valor añadido.

3.6.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Se validó el instrumento a través del criterio de tres especialistas, todos ellos docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur, en un proceso de juicio de expertos. Cada uno revisó de manera detallada la coherencia, pertinencia y claridad de los ítems, aportando observaciones para garantizar que el contenido evaluó adecuadamente las variables de estudio; asimismo, se determinó que la confiabilidad del instrumento sería determinada mediante el coeficiente KR-20, un indicador estadístico ampliamente utilizado para medir la consistencia interna de cuestionarios con respuestas dicotómicas. Este procedimiento permitió asegurar que el instrumento no solo fuera válido en términos de contenido, sino también confiable para su aplicación en el trabajo de investigación, ofreciendo resultados estables y precisos.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Análisis de fiabilidad

Tabla 1

Estadísticas de fiabilidad

Variable	KR-20	N de elementos
Estrategias competitivas	0,842	10
Desarrollo exportador	0,818	9

Interpretación: El coeficiente KR-20 obtenido para el instrumento que evaluó a las estrategias competitivas fue de 0.842 para un total de 10 ítems, obteniéndose una buena fiabilidad interna del instrumento utilizado. Asimismo, para el desarrollo exportador se obtuvo un valor de 0.818, evidenciando así que el instrumento es confiable.

3.7. Técnica para el procesamiento y análisis de datos

El conjunto de datos fue tratado y analizado utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. En primer lugar, se aplicaron estadísticas descriptivas análisis descriptivo se realizó mediante tablas de frecuencia y gráficos, los cuales permitieron condensar y mostrar de forma visual los atributos fundamentales de las variables del estudio. Las tablas de frecuencia mostraron la distribución de las respuestas de los participantes, mientras que los gráficos, como histogramas y diagramas de barras, facilitaron la interpretación visual de los datos.

Asimismo, se empleó la prueba de Kolmogórov-Smirnov para evaluar el cumplimiento del supuesto de normalidad en los datos, lo que permitió determinar la técnica estadística más adecuada para los análisis posteriores. Considerando los

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

hallazgos de la prueba de normalidad, se seleccionaron técnicas estadísticas inferenciales, como las pruebas paramétricas o no paramétricas, según corresponda. Se utilizó IBM SPSS versión 27 para realizar la totalidad del procesamiento y análisis de los datos, asegurando una interpretación precisa y robusta de los resultados.

3.8. Aspectos éticos

En el presente estudio, se aseguró la confidencialidad de los datos mediante la implementación del cuestionario como herramienta de recolección. La información personal recolectada no fue revelada al público, y se garantizó la confidencialidad de los datos. No obstante, se anticipó que los participantes en la encuesta ofrezcan información exhaustiva.

Se garantizó el respeto por los derechos de autor al utilizar información de fuentes externas, en conformidad con las normativas legales vigentes y los principios de atribución. Se observarán las directrices de citación correspondientes, adhiriéndose al estilo establecido por la American Psychological Association (APA) en su séptima edición.

Finalmente, el estudio fue eximido del proceso de evaluación ética por el Comité competente, en atención al respaldo otorgado por el responsable académico de la especialidad; dicha autorización institucional liberó la investigación del cumplimiento del trámite formal exigido por las normativas éticas vigentes. En consecuencia, el trabajo prosiguió sin someterse a una revisión rigurosa de sus implicaciones éticas, la cual, de haberse implementado, podría haber enriquecido el análisis crítico de su diseño, alcances y hallazgos.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

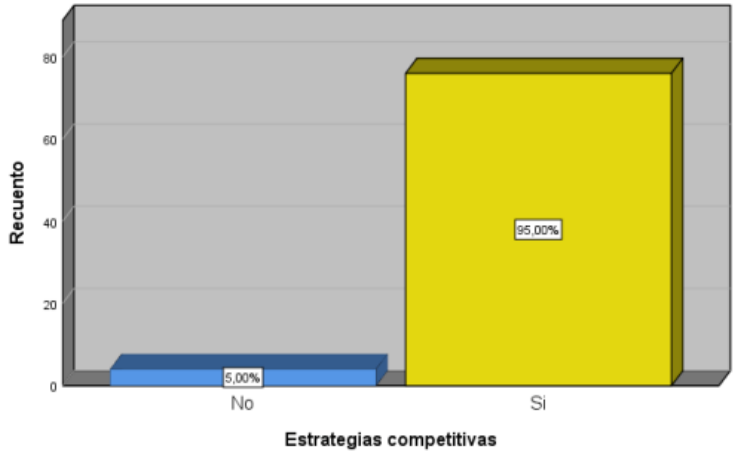
Tabla 2

Estrategias competitivas y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma, 2023

	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS		Liderazgo estratégico		Costos de exportación		Política y relaciones gubernamentales	
	N	%	N	%	N	%	N	%
No	4	5.0%	11	13.8%	7	8.8%	13	16.3%
Si	76	95.0%	69	86.3%	73	91.3%	67	83.8%
Total	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%

Figura 1

Estrategias competitivas en la comunidad campesina Santiago de Carampoma, 2023



Interpretación: La tabla 2 y la figura 1, muestran que el 95% de los comuneros considera que existen estrategias competitivas en la comunidad, mientras que el

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

86.3% percibe que se cuenta con un liderazgo estratégico efectivo. Asimismo, el 91.3% opina que los costos de exportación son manejables o están bien estructurados, y el 83.8% reconoce la existencia de una adecuada política y relaciones gubernamentales.

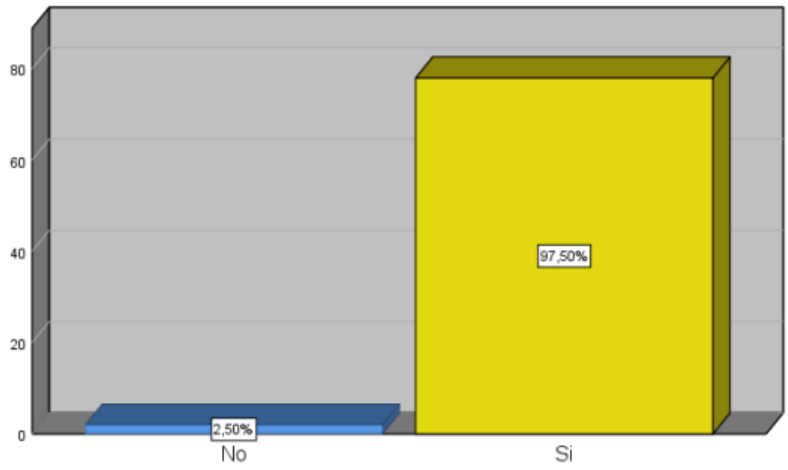
Tabla 3

Desarrollo exportador y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma, 2023

	DESARROLLO EXPORTADOR		Calidad de producto		Demanda del mercado		Valor agregado	
	N	%	N	%	N	%	N	%
No	2	2,5%	5	6,3%	11	13,8%	3	3,8%
Si	78	97,5%	75	93,8%	69	86,3%	77	96,3%
Total	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%	80	100.0%

Figura 2

Desarrollo exportador y sus dimensiones en la comunidad campesina Santiago de Carampoma, 2023



Interpretación: La tabla 3 y figura 2, presenta al 97.5% de los comuneros

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

considerando la existencia de un desarrollo exportador en la comunidad, mientras que el 93.8% percibe una adecuada calidad de producto. A su vez, el 86.3% opina que hay una demanda del mercado favorable y el 96.3% reconoce la presencia de valor agregado en los productos.

4.2. **Análisis inferencial**

Prueba de normalidad

Para una muestra superior a 50, se usó la prueba de Kolmogórov-Smirnov para la normalidad, según los resultados del SPSS en la tabla 4 a continuación:

Tabla 4

Pruebas de normalidad para estrategias competitivas y desarrollo exportador

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Estrategias competitivas	0,540	80	0,000
Desarrollo exportador	0,538	80	0,000

Interpretación: En relación con la prueba de normalidad, se ha comprobado una significancia para las variables inferior a 0.05; en consecuencia, se concluye que los datos no satisfacen el supuesto de normalidad.

Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H_0: No existe una relación significativa entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

H_1: Sí existe una relación significativa entre las estrategias competitivas y el

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tabla 5

Relación entre estrategias competitivas y desarrollo exportador

Variables			Valor de significancia	Coeficiente de correlación
Estrategias competitivas	-	Desarrollo exportador	0.000	0.772

Interpretación: En la tabla 5 se indica que, al alcanzar un valor de significancia de 0.000, se evidencia una relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador; asimismo, se logró una rho = 0.772, lo que indica una positiva y alta correlación; por consiguiente, se puede afirmar que las estrategias competitivas se asocian de manera directa y sustancial en el progreso de las exportaciones.

Prueba de hipótesis específica 1

H_0: No existe una relación significativa entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

H_1: Sí existe una relación significativa entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Tabla 6

Relación entre liderazgo estratégico y desarrollo exportador

Dimensión 1 - Variable 2			Valor de significancia	Coeficiente de correlación
Liderazgo estratégico	-	Desarrollo exportador	0.000	0.380

Interpretación: En la tabla 6, se establece que, al lograrse un valor de significancia de 0.000, se demuestra la existencia de una relación entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador; asimismo, se determinó un coeficiente de correlación de 0.380, evidenciando la existencia de una positiva correlación y moderada; en consecuencia, se puede sostener que el liderazgo estratégico ejerce una relación directa y notable en el desarrollo de las exportaciones de la comunidad campesina.

Prueba de hipótesis específica 2

H_0: No existe una relación significativa entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

H_1: Sí existe una relación significativa entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Tabla 7

Relación entre costos de exportación y el desarrollo exportador

Dimensión 2 - Variable 2			Valor de significancia	Coeficiente de correlación
Costos de exportación	-	Desarrollo exportador	0.000	0.623

Interpretación: La tabla 7 indica que, al alcanzar un nivel de significancia de 0.000, se evidencia la existencia de una relación entre los costos de exportación y el desarrollo exportador; de igual manera, se obtuvo una rho = 0.623, lo que evidencia una correlación moderada y positiva; en consecuencia, se puede concluir que los costos de exportación guardan una correspondencia directa y considerable con el desarrollo exportador.

Prueba de hipótesis específica 3

H_0: No existe una relación significativa entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

H_1: Sí existe una relación significativa entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Tabla 8

Relación entre política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador

Dimensión 3 - Variable 2			Valor de significancia	Coeficiente de correlación
Política y relaciones gubernamentales	-	Desarrollo exportador	0.000	0.623

Interpretación: En la tabla 8, se establece que la obtención de un valor de significancia de 0.000, indica la existencia de una relación significativa entre la política y las relaciones gubernamentales en relación con el desarrollo exportador; además, se logró una rho = 0.623, lo que evidencia positiva correlación; en consecuencia, se puede sostener que las políticas y las relaciones gubernamentales mantienen un nexo directo y considerable con el desarrollo de las exportaciones.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO V: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

En cuanto al objetivo general establecido, los resultados obtenidos evidencian una relación alta y positiva entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador (Rho = 0.772; p = 0.000); los resultados obtenidos son consistentes con investigaciones previas, tales como el estudio realizado por Zapana (2021), que reportó un coeficiente de correlación Rho de 0.615 y un valor p de 0.000, demostrando una relación entre las estrategias competitivas y el proceso de internacionalización; de manera similar, Mendoza (2020) identificó una correlación de 0.744 entre la estrategia de liderazgo en costos y el desempeño en las exportaciones hacia China, con un valor de significancia de 0.001, confirmando una relación directamente proporcional, subrayando la relevancia de implementar estrategias competitivas para alcanzar un desarrollo sostenible en las exportaciones; por otra parte, Medrano y Rodríguez (2018) identificó una correlación entre las estrategias competitivas y el proceso de internacionalización, evidencia que apoya la hipótesis establecida en el presente trabajo investigativo.

En relación con el primer objetivo específico establecido, los hallazgos indican que existe un vínculo bajo y positivo entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador, con una rho = 0.380 y un p = 0.000. Esto demuestra que, aunque la correlación no es robusta, es estadísticamente significativa, lo que indica que el liderazgo estratégico tiene una relación directa en el desarrollo de las exportaciones. Los resultados actuales se alinean con los hallazgos de Mendoza y Stucchi (2020), quienes evidenciaron que la estrategia de liderazgo en costos se asocia positivamente con el rendimiento exportador de empresas de arándanos en el mercado chino (r = 0.744, p = 0.001). A pesar de que el coeficiente de correlación en

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

dicho estudio fue elevado, ambos hallazgos respaldan la conclusión de que el liderazgo estratégico constituye un elemento significativo para fomentar las exportaciones; no obstante, el grado de su influencia puede fluctuar en función del contexto y el nivel de formalización de los actores productivos. De igual manera, en el estudio de Llanos y Torrejon (2022), se definió la capacidad de los líderes para guiar, incentivar y establecer objetivos compartidos, la cual mostró una correlación moderada con el crecimiento en el ámbito del comercio internacional. Este hallazgo es particularmente relevante en organizaciones que exhiben una orientación hacia la expansión y una apertura al cambio. Contrariamente, Borbor y Rovayo (2021) determinaron que, aunque el liderazgo estratégico es fundamental, por sí mismo no es suficiente para fortalecer el posicionamiento competitivo de las MYPES; en cambio, debe integrarse con la implementación de estrategias cooperativas, el acceso a financiamiento y la adopción de tecnología.

Respecto al segundo objetivo específico, los hallazgos obtenidos indican una relación positiva moderada entre los costos de exportación y el desarrollo de la actividad exportadora; este resultado se sustenta con rho = 0.623 y una significancia de 0.000, lo que sugiere que, aunque la correlación no es elevada, posee relevancia estadística; los hallazgos presentados son coherentes con Zapata (2019), quien determinó que la optimización de los costos operativos, tales como los gastos de transporte y los procedimientos aduaneros, influye de manera significativa en el aumento de los volúmenes exportados y en la mejora de la competitividad, particularmente en aquellos productores que enfrentan restricciones financieras; de manera similar, Gómez y Romero (2022) identificaron una correlación de 0.671 entre la disminución de costos y el aumento de las exportaciones, lo que refuerza la noción

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

de que una estructura de costos eficiente puede facilitar el acceso a los mercados internacionales; de manera similar, Llanos (2022) señala que la ausencia de economías de escala y la ineficiencia en la logística incrementan los costos unitarios asociados a la exportación, lo que restringe la viabilidad a largo plazo del proceso exportador.

En conclusión, respecto al tercer objetivo específico, los resultados obtenidos sugieren una correlación positiva moderada entre la política y las relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador, evidenciada por una rho = 0.623 y un nivel de significancia de 0.000; este hallazgo pone de manifiesto que las políticas públicas y las interacciones intergubernamentales ejercen una relación positiva en el desarrollo de las exportaciones de la comunidad. Los resultados obtenidos son coherentes con el estudio realizado por Borbor y Rovayo (2021), el cual evidenció que el apoyo gubernamental, mediante la implementación de programas de fomento a las exportaciones, la disminución de procedimientos burocráticos y la colaboración con instituciones tales como ProEcuador. Del mismo modo, Gómez y Romero (2022) demostraron que las conexiones institucionales entre empresarios y entidades estatales como aduanas, ministerios de comercio y agencias de promoción influyen significativamente en el acceso a los mercados internacionales, particularmente cuando se garantizan la transparencia regulatoria y el apoyo técnico-logístico; además, Zapana (2021) enfatizó que la coordinación de las políticas a nivel local, regional y nacional puede ser crucial para facilitar la internacionalización, particularmente en sectores vulnerables o comunidades rurales.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

5.2. Conclusiones

1. Con respecto al objetivo general planteado, se logró recopilar evidencia que indica que las estrategias competitivas tienen una relación significativa con el desarrollo de las exportaciones de la comunidad campesina, puesto que el coeficiente (rho = 0.772) y el valor de significancia (p = 0.000) evidencian una relación positiva y robusta entre las dos variables analizadas. Esto sugiere que la implementación de estrategias competitivas adecuadas desempeña un papel crucial en el fortalecimiento de la capacidad exportadora y en la integración de la comunidad en los mercados internacionales. Para la comunidad campesina, la implementación de estrategias competitivas debe ser prioritaria, promoviendo capacitación en la formulación y ejecución de dichas estrategias.
2. Con relación al primer objetivo específico analizado, se ha identificado evidencia que sugiere que el liderazgo estratégico tiene relación con el desarrollo exportador de la comunidad campesina, presentando un coeficiente rho = 0.380 y un p = 0.000. Este hallazgo evidencia que un liderazgo eficaz refuerza los procesos organizacionales, la toma de decisiones y la coordinación interna, componentes fundamentales para fomentar la participación en mercados internacionales. Para lograr un desarrollo exportador sostenible, es crucial que los líderes de la comunidad campesina reciban formación en liderazgo estratégico, gestión organizacional y toma de decisiones.
3. En relación con el segundo objetivo específico que se ha evaluado, se identificó evidencia que sugiere que los costos de exportación tienen relación significativa con el desarrollo exportador de la comunidad campesina, evidenciado por un coeficiente de 0.623 y una significancia de 0.000. Este hallazgo evidencia que una

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

gestión y control efectivos de los costos de exportación desempeñan un papel crucial en la mejora de la competitividad y la rentabilidad de la comunidad en el contexto de los mercados internacionales. Es fundamental que la comunidad campesina implemente sistemas de control de costos eficientes, como la optimización de los procesos logísticos y la mejora en la calidad de los productos.

4. En cuanto al tercer objetivo específico evaluado, se halló evidencia que sugiere que la política y las relaciones gubernamentales tienen relación significativa con el desarrollo exportador de la comunidad campesina, evidenciado por un coeficiente de 0.623 y una significancia de 0.000. Esto evidencia que el respaldo institucional y las relaciones propicias con las autoridades son factores que facilitan los procesos de exportación y fortalecen la participación comercial de la comunidad en el ámbito de los mercados internacionales. Las autoridades gubernamentales deben fortalecer las políticas públicas que apoyen la internacionalización de las comunidades campesinas, facilitando la creación de alianzas estratégicas y proporcionando recursos para la formación en comercio exterior.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

5.3. Recomendaciones

1. Se recomienda que los líderes comunales, en coordinación con entidades como PROMPERÚ y el Ministerio de Comercio Exterior, fortalezcan y diversifiquen sus estrategias competitivas mediante la implementación de prácticas innovadoras y sostenibles que les permitan adaptarse mejor a las demandas del mercado internacional y mejorar su posicionamiento exportador.
2. Se recomienda que los líderes comunales, con el apoyo de instituciones educativas y organizaciones de desarrollo local, promuevan talleres de formación y capacitación en gestión y toma de decisiones, para que los líderes puedan guiar eficazmente los procesos de exportación y fomentar un trabajo colaborativo dentro de la comunidad.
3. Se recomienda que los productores y líderes de la comunidad, en colaboración con la Cámara de Comercio y la SUNAT, optimicen la gestión de los costos de exportación, buscando mecanismos para reducir gastos logísticos, aduaneros y financieros, y aprovechando incentivos y subsidios estatales, con el fin de aumentar la competitividad y rentabilidad de los productos exportados.
4. Se recomienda que los líderes comunales, en coordinación con entidades como PROMPERÚ, la Cancillería y otras organizaciones gubernamentales, fortalezcan las relaciones con entidades gubernamentales y actores públicos relevantes, mediante la participación en programas de apoyo a la exportación, el establecimiento de alianzas estratégicas y el seguimiento continuo a las políticas que impactan el comercio exterior.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

CAPITULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN

Abarca, M. (2024). Fijación de precios de reventa y el caso “Abastible”: Comentario al informe de archivo de la investigación reservada Rol N° 2668-21 de la fiscalía nacional Económica. *Ius et Praxis, 30*(3), 224–238. https://doi.org/10.4067/s0718-00122024000300224

Alponte, A. (2022). La Estrategia Competitiva en la Cadena de Comercialización de Productos Agroexportables. *Digital Business Journal, 1*(1), 44-54. https://doi.org/10.55833/dbj.v1i1.7

Andrada, A. (2019). *Calidad del producto.* https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/

Angulo, P. y Velásquez, A. (2022). *Estrategias competitivas que promueven el crecimiento empresarial de las MYPEs del subsector de confecciones en el Emporio Comercial de Gamarra. Estudio de Caso Múltiple* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/24080

Baldoceda, Y., Quispe, J. y Castillón, O. (2023). Desarrollo rural en una comunidad campesina del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7*(4), 1516-1536. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6973

Borbor, D. y Rovayo, J. (2021). *Análisis de estrategias competitivas y cooperativas en microempresas y pequeñas empresas del sector comercial establecidas al norte de la ciudad de Guayaquil* [Tesis de licenciatura, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio de ESPOL. http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53350

Borgeon, M. y Cellich, C. (2020). *Global trade strategies: Interacting with trade institutions and businesses.* Business Expert Press.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Brest, C., García, F. y Rapetti, M. (2019). *El desafío exportador de Argentina.* CIPPEC. https://www.cippec.org/publicacion/el-desafio-exportador-de-argentina/

Buenhombre, M. y Mariño, G. (2022). Asociatividad como estrategia de productividad y competitividad del sector agrícola. *Revista Venezolana de Gerencia, 27*(98), 619-633. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.15

Calderón, M., Calderón, O. y Mendoza, J. (2022). Análisis del Clúster como modelo para aumentar la competitividad en las empresas exportadoras. *Experior, 1*(1), 90-103. https://doi.org/10.56880/experior11.9

Caracuel-Sillero, M. y Jacome-Cagñay, A. R. (2025). Influencia de la contabilidad de gestión como factor del éxito competitivo en el sector cooperativo. *European Public & Social Innovation Review,* 11, 1-14. https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2456

Codner, D. (2022). Gestión de la vinculación y transferencia tecnológica en las universidades argentinas. *Ciencia, Tecnología y Política, 5*(8), 073. https://doi.org/10.24215/26183188e073

Figueroa, M. (2020). *Creación de una estrategia competitiva para la exportación de vino de mortiño fabricado bajo parámetros de economía popular y solidaria desde ecuador hacia Francia mediante marketing ecológico: caso el último inca 2020* [Tesis de licenciatura, Pontifica Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio PUCE. https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/23319

FreshFruitPortal (2025). *Agronometrics in Charts: Peruvian agri-exports surged by 22.1% in 2024.* https://www.freshfruitportal.com/news/2025/02/18/peruvian-agri-exports-surged-by-22-1-in-2024/

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Gómez, C. y Romero, J. (2022). *Estudio de mercado para establecer estrategias competitivas en la comercialización de AguantaGotas de la empresa "Omega Corp"* [Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio de ESPOL. http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/55951

Guinard, D. (2017). La "regulación económica" como instrumento de dirección estatal de la economía. *Revista Digital de Derecho Administrativo,* 18, 177–224. https://doi.org/10.18601/21452946.n18.09

Hernández, J. E., Sánchez, J. A., Antonieta, J. y González, J. G. (2025). Efectos de la política monetaria contractiva en la competitividad agroexportadora mexicana: Implicaciones para la política pública agropecuaria de exportación. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 9*(4), 4833-4847. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19122

Hernández, M. E., López, D. L. V. D. L. y Pérez, A. A. (2021). *Derechos humanos ante los nuevos desafíos de la globalización*. Dykinson.

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (2ª ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing* (L. Amador y L, E. Pineda, Trads., 13a ed.). Pearson Educación de México. (Trabajo original publicado en 2016).

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (Decimocuarta ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores.

Llanos, C. y Torrejón, L. (2022). *Relación entre las estrategias competitivas y la competitividad de las mypes de Chachapoyas, 2021* [Tesis de licenciatura,

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/659652

López, E., López, G. y Agudelo, S. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje Organizativo en Empresas Colombianas. *Información Tecnológica, 30*(5), 191-202. https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191

Luciano, A. (2020). *Internacionalização de cooperativas agropecuárias brasileiras: Ampliação da estratégia competitiva nacional* [Tesis de grado, Universidade Federal Do Rio Grande Do Sul Faculdade de Ciências Econômicas]. LUME Repositorio Digital. http://hdl.handle.net/10183/209944

Martos, C. y Muñoz, M. (2020). Importancia de las capacidades dinámicas en el proceso de internacionalización: el caso de los KIS. *Revista de Economía Mundial,* (54). https://doi.org/10.33776/rem.v0i54.3849

Mata, M. N., Falahat, M., Correia, A. B. y Rita, J. X. (2021). Impact of institutional support on export performance. *Economies, 9*(3), 101. https://doi.org/10.3390/economies9030101

Matheus, A. (2020). *Estrategia competitiva en las PyMES a través de la praxis del diseño en la Web 3.0* [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez]. UACJ Recursos Electrónicos. http://hdl.handle.net/20.500.11961/6099

Medrano, L. E. y Rodríguez, P. E. (2020). *Estrategias competitivas empleadas por las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín relacionadas con el proceso de internacionalización hacia el mercado de Estados Unidos (Periodo 2014-2018)* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/652464

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Mendoza, R. y Stucchi, E. (2022). *Relación entre la estrategia competitiva de liderazgo en costo y el desempeño exportador de las empresas peruanas de arándanos hacia el mercado de China durante el período 2016-2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. http://hdl.handle.net/10757/659941

MIDAGRI (2024). *Anuario estadístico: Comercio exterior agrario 2024.* https://siea.midagri.gob.pe/portal/phocadownload/datos_estadisticas/anuarios/comercio_exterior/comercio_exterior_2024.pdf?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.39d75171jzqsXm&file=comercio_exterior_2024.pdf

Moreira, A., Navaia, E. y Ribau, C. (2022). Moderation effects of government institutional support, active and reactive internationalization behavior on innovation capability and export performance. *Economies, 10*(8), 177. https://doi.org/10.3390/economies10080177

Mundi (2022). *¿Qué son los costos de exportación y cómo calcularlos?* Mundi. https://mundi.io/exportacion/costos-de-exportacion-mexico/

Ñaupas, H., Valdivia, M. R., Palacios, J. J. y Romero, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5ª ed.). Ediciones de la U.

Ortega, C. (2023, Octubre 18). *Demanda de mercado: Qué es, importancia y cómo calcularla.* QuestionPro. https://www.questionpro.com/blog/es/demanda-de-mercado/

Parrales, J., Peñafiel, J., Pibaque, M. y Morán, J. H. (2021). Consideraciones de la responsabilidad social empresarial en la rentabilidad económica de las empresas.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Dominio de las Ciencias, *7*(Extra 5), 1262-1279. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383810.pdf

Pérez, A. (2022). *Estrategia competitiva: definición, tipos y planteamiento.* OBS Business School. https://www.obsbusiness.school/blog/estrategia-competitiva-definicion-tipos-y-planteamiento

Porter, M. (1997). *El análisis de las fuerzas competitivas*. Continental. http://www.sc.ehu.es/oewhesai/Porter-en%20indarren%20kapitulua.pdf

Prnews (2022). *¿Qué son las relaciones públicas gubernamentales?* https://prnews.io/es/blog/que-son-las-relaciones-publicas-gubernamentales-la-importancia-de-las-relaciones-publicas-gubernamentales.html

PROMPERÚ (2023). *Identifica oportunidades para impulsar desarrollo exportador en regiones.* https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/756016-promperu-identifica-oportunidades-para-impulsar-desarrollo-exportador-en-regiones

PROMPERÚ (2025). *Presentación de los resultados de exportaciones 2024.* https://exportemos.pe/recurso/31539/resultados-de-exportaciones-peru-2024

Riaño, M., Luna, H. y González, J. (2021). Productividad del valor agregado y estilos de liderazgo. *Revista Boletín Redipe,* *10*(13), 1-12. https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/6469/Productividad%20del%20valor%20agregado%20y%20estilos%20de%20liderazgo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, F. y Flores, E. (2022). Desarrollo sostenible desde la educación ambiental en Latinoamérica: Una revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6*(3), 1981-2000. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2348

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Samimi, M., Cortes, A., Anderson, M. y Herrmann, P. (2022). What is strategic leadership? Developing a framework for future research. *The Leadership Quarterly, 33*(3), 101353. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101353

Sánchez, J. L., López, E. I., Hernández, M. y Arcas, N. (2024). Determinantes de la integración de los productores agrarios en cooperativas agroalimentarias: El caso de la Región de Murcia. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa,* 112, 83–102. https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.112.29444

Sánchez, M. e Hidalgo, W. (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. *E-IDEA Journal of Business Sciences, 3*(13), 27-43. https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id142

Sarfraz, H. (2017). Strategic leadership development: simplified with bloom's taxonomy. *Industrial and Commercial Training, 49*(1), 40-47. https://doi.org/10.1108/ICT-08-2016-0056

Segarra, H. y Orellana, F. (2021). Análisis del Comercio Internacional y Aproximaciones al caso de América Latina. *E-IDEA Journal of Business Sciences, 3*(13), 44-57. https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id143

Serra, D. G., Rodríguez, M. S., Novellino, H., Bertoglio, C., Potenzoni, M. y Busto, L. (2018). *Desarrollo exportador del sector pyme del Partido de La Matanza en: XI Congreso de Ingeniería Industrial COINI* (Mendoza, 2018). Libro de actas del Congreso (pp. 1-13). Universidad de Mendoza. https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/CICBA_100f012afd8eb5eb805feedbfa331676

Solís, B. (2021). *Evaluación de las estrategias competitivas de cinco micronegocios de comercio al por menor en la comisaría de Cholul, Yucatán* [Tesis de licenciatura,

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Tecnológico Nacional de México]. Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México. https://rinacional.tecnm.mx/handle/TecNM/4522

Tobón, L., Urquía, E. y Cano, E. (2022). ¿Qué factores de gestión interna favorecen la competitividad de las pymes? Evidencia en Colombia. *Revista Universidad Y Empresa,* *24*(42), 1-29. https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.11102

Torres, M. y Campuzano, J. (2021). Impacto de la Balanza Comercial en el Crecimiento Económico Ecuatoriano, Período 1990-2019. *Revista Científica y Tecnológica UPSE, 8*(1), 42-47. https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.554

Universidad de Alicante (2020). *El mercado, la demanda y el comportamiento del consumidor.* https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20711/1/Tema3_mdo_dem_consum_STUD.pdf

Vargas-Chaves, I., Piracoca-Chaves, D. y Fuentes-Mancipe, M. (2024). Las cooperativas indígenas y el codiseño: Oportunidades de competitividad para revitalizar el conocimiento tradicional del pueblo Wayuú. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo,* 64, 157-184. https://doi.org/10.18543/baidc.2831

Volca (2020). *¿Qué son los Costos de exportación?* https://volca.com/costos-exportacion/

World Trade Organization (2021). *WTO Trade Cost Index.* http://tradecosts.wto.org/

Wu, L., Wei, Y., Wang, C., McDonald, F. y Han, X. (2022). The importance of institutional and financial resources for export performance associated with technological

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

innovation. *Technological Forecasting and Social Change,* 185, 1-22. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122040

Yang, Y., Chen, N. y Chen, H. (2023). The digital platform, enterprise digital transformation, and enterprise performance of cross-border E-commerce—from the perspective of digital transformation and data elements. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 18*(2), 777-794. https://doi.org/10.3390/jtaer18020040

Zagaceta, A. (2022). *Estrategias competitivas para la exportación de pitahaya en la Asociación La Flor de Pitahaya del distrito de Churuja – 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. http://hdl.handle.net/20.500.12423/4751

Zapana, D'A. (2021). *Estrategias competitivas para la internacionalización de las mypes textiles del conglomerado Comercial de Gamarra, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP. https://hdl.handle.net/20.500.12727/8608

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Definiciones conceptuales

- Balanza comercial: diferencia en el valor entre exportaciones e importaciones de bienes y mercancías durante un periodo específico se define como la balanza comercial. Un resultado positivo (superávit) sugiere que el país exporta más de lo que importa, mientras que un resultado negativo (déficit) denota la situación inversa (Torres y Campuzano, 2021).
- Comercio internacional: fuente de gran relevancia en la actualidad, ya que facilita el intercambio de bienes y servicios, permitiendo así la satisfacción de las necesidades básicas y, en la actualidad, de mayor confort de los seres humanos (Sánchez e Hidalgo, 2021).
- Demanda de mercado: denota la magnitud de un bien o servicio que todos los demandantes en un mercado dado están dispuestos y son capaces de adquirir a un precio específico durante un intervalo de tiempo determinado (Ortega, 2023).
- Desarrollo sostenible del país: es una fuente inagotable, ya que no cabe duda de que en los últimos años, o en las tres últimas décadas, ha desempeñado un papel predominante y fundamental en desafiar las percepciones económicas, ambientales y sociales de la humanidad (Rodríguez y Flores, 2022).
- Fijación de precios: restricción vertical implementada por un proveedor hacia su distribuidor, mediante la cual el proveedor establece un límite en el precio que el distribuidor puede ofrecer a sus clientes o al consumidor final. En el caso habitual, corresponde al proveedor establecer el precio, o un intervalo de precios, de venta al público que el distribuidor tiene la autorización para cobrar (Abarca, 2024).

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

- Regulación de actividades económicas y sociales: en el ámbito del derecho económico, la regulación económica agrupa normas y procedimientos estatales diseñados para corregir fallas del mercado, asegurar competencia justa, proteger consumidores y garantizar estabilidad social y económica (Guinard, 2017).
- Rentabilidad económica: eficiencia en la utilización de los recursos se evalúa a través de la utilidad neta, la cual se define como el valor residual de los ingresos, siempre y cuando dichos gastos sean inferiores a los ingresos generados durante un periodo contable. En circunstancias donde los egresos superen a los ingresos obtenidos, el resultado se clasifica como una pérdida neta (Parrales et al., 2021).
- Transferencia tecnológica: proceso mediante el cual se transfiere conocimiento, tecnología y competencias técnicas desde entidades especializadas, tales como universidades y centros de investigación, hacia organizaciones receptoras, incluyendo empresas y comunidades, con el propósito de promover la innovación productiva y la competitividad (Codner, 2022).
- Ventaja competitiva sostenible: esta ventaja se construye a través del desarrollo y uso continuado de recursos y capacidades internas que permiten diferenciarse y mantener un desempeño superior en el mercado a largo plazo, generando valor sostenible (Segarra y Orellana, 2021).

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema general	**Objetivo general**	**Hipótesis general**	**Método**
¿Existe relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?	Determinar si existe relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	Existe una relación significativa entre las estrategias competitivas y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	Metodología: No experimental transeccional correlacional Alcance: Correlacional Enfoque: Cuantitativo Población: 80 comuneros dedicados
Problemas específicos	**Objetivos específicos**	**Hipótesis específicas**	
P.E. 1- ¿Existe relación entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad	O.E. 1- Evaluar si existe relación entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad campesina	H.E.1. Existe una relación significativa entre el liderazgo estratégico y el desarrollo exportador de la comunidad	

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?	Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	a la ganadería y agricultura. Muestra: Censal Técnica de recolección de datos: Encuesta Técnica de procesamiento de datos: Estadística descriptiva e inferencial
P.E. 2- ¿Existe relación entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?	O.E. 2- Analizar si existe relación entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	H.E.2. Existe una relación significativa entre los costos de exportación y el desarrollo exportador de la comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	
P.E. 3- ¿Existe relación entre la política y relaciones gubernamentales en el desarrollo exportador de la comunidad	O.E. 3- Identificar si existe relación entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la comunidad campesina	H.E.3. Existe una relación significativa entre la política y relaciones gubernamentales y el desarrollo exportador de la	

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023?	Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	comunidad campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí-Perú), 2023.	

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

Anexo 2: Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO
Estrategias competitivas	Diseñar estrategias que puedan generar valor a los clientes en el que satisfagan sus necesidades y establezcan relaciones solidas con ellos mismos (Kotler	Dimensión 1: Liderazgo estratégico	Comunicación efectiva	1	Preguntas dicotómicas • Sí • No	Cuestionario estructurado
			Toma de decisiones	2		
			Capacidad de producción	3		
		Dimensión 2: Costos de exportación	Incoterms	4 y 5		
			Margen de ganancia	6		
			Aranceles	7		
		Dimensión 3: Política y relaciones gubernamentales	Transparencia	8 y 9		
			Participación	10		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

	y Armstrong, 2017).					
Desarrollo exportador	Es el crecimiento y la expansión de las actividades de exportación de un país o región (Arias y Peña, 2004).	Dimensión 1: Calidad de producto	Proceso de producción	11	Preguntas dicotómicas • Sí • No	Cuestionario estructurado
			Rendimiento	12		
			Satisfacción del cliente	13 y 14		
		Dimensión 2: Demanda del mercado	Diferenciación	15		
			Atracción	16		
			Aceptación de precio	17		
		Dimensión 3: Valor agregado	Innovación	18		
			Tendencia	19		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Anexo 3: Encuesta/instrumento de evaluación

Modelo de cuestionario estructurado

"INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023"

El objetivo de este estudio es abordar los retos a los que se enfrenta la comunidad de Santiago de Carampoma, que carece de oportunidades para exportar sus productos. El estudio pretende desarrollar estrategias que permitan a la comunidad participar en el mercado internacional y promover el crecimiento de sus exportaciones. La participación en el estudio es voluntaria, y la información recopilada se mantendrá confidencial y se utilizará únicamente con fines académicos. Gracias por tu participación.

Datos generales:

Edad:

[ ] 25 a 34 años

[ ] 35 a 44 años

[ ] 45 años a más

Género:

[ ] Masculino

[ ] Femenino

Nivel de formación:

[ ] Primaria completa

[ ] Primaria incompleta

[ ] Secundaria completa

[ ] Secundaria incompleta

[ ] Técnico

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

[ ] Titulado

Años de experiencia en la agricultura:

[ ] Menos de 1 año

[ ] 1 a 3 años

[ ] 4 años a más

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

VARIABLES	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	VALORACIÓN	
				SI	NO
Estrategias competitivas	Dimensión 1: Liderazgo estratégico	Comunicación efectiva	¿Cree usted que la falta de comunicación efectiva ha limitado el desarrollo exportador de la Comunidad?		
		Toma de decisiones	¿Considera usted que la participación de los miembros de la Comunidad influye en el proceso de toma de decisiones?		
		Capacidad de producción	¿Considera que la implementación de capacitaciones técnicas agrícolas contribuirá a fortalecer su capacidad de producción y competir en los mercados internacionales?		
	Dimensión 2:	Incoterms	¿Cree que usar los Incoterms mejorará las relaciones comerciales y la confianza con clientes y socios internacionales?		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

	Costos de exportación		¿Cree que, al usar los Incoterms, la comunidad campesina podrá obtener mejores acuerdos y ampliar sus actividades?		
		Margen de ganancia	¿Considera que diversificar los productos agrícolas puede incrementar su margen de ganancia?		
		Aranceles	¿El asesoramiento y apoyo del gobierno o de instituciones especializadas será relevante para enfrentar los desafíos relacionados con los aranceles en el proceso de desarrollo exportador?		
	Dimensión 3:	Transparencia	¿Piensa que la falta de transparencia en las prácticas de obtención de productos podría limitar las oportunidades de crecimiento en las exportaciones?		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

	Política y relaciones gubernamentales		¿Sienten que compartir información sobre la procedencia y calidad de los productos mejora la confianza y transparencia con los clientes?		
		Participación	¿La participación en ferias y eventos comerciales internacionales será efectiva para generar oportunidades de negocio y contactos para la Comunidad Campesina?		
Desarrollo exportador	Dimensión 1:	Proceso de producción	¿Las inversiones en tecnología y maquinaria como parte de las estrategias competitivas mejorarán la eficiencia y calidad del proceso de producción de la comunidad?		
	Calidad de producto	Rendimiento	¿Considera que, si diferencia su producción y agrega valor, podrá ganar más por cada producto que venda?		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

		Satisfacción del cliente	¿La transparencia y claridad en la comunicación de precios y condiciones de venta influirá positivamente en la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?		
			¿La entrega puntual y confiable de los productos exportados contribuirá a la satisfacción del cliente?		
	Dimensión 2:	Diferenciación	¿Piensa usted que la diferenciación de productos como parte de las estrategias competitivas permitirá obtener un mejor posicionamiento en los mercados internacionales?		
	Demanda del mercado	Atracción	¿La participación en programas de promoción y apoyo gubernamental o no gubernamental contribuirá a aumentar la atracción de inversionistas y socios comerciales interesados en la comunidad?		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

TESIS
UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

		Aceptación de precio	¿La comunicación efectiva sobre los beneficios y atributos únicos de los productos exportados influirá en la percepción de valor de los clientes y, en consecuencia, la aceptación de los precios propuestos?		
	Dimensión 3:	Innovación	¿La formación y capacitación del personal en nuevas tecnologías y técnicas será un factor clave para la innovación y mejora continua en la comunidad?		
	Valor agregado	Tendencia	¿La participación en eventos y ferias permitirá a la comunidad estar al tanto de las últimas tendencias y novedades del mercado global?		

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Anexo 4: Validación por juicio de expertos

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 20 de agosto de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud de las tesistas, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	"INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023"
Grado o título que aspira	Licenciada de Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Carrasco Hernandez Jennifer Maria Elena Quispe Villarroel Victoria Brigitte

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Liderazgo estratégico	1. ¿Cree usted que la falta de comunicación efectiva ha limitado el desarrollo exportador de la Comunidad?	4	4	4	4
	2. ¿Considera usted que la participación de los miembros de la Comunidad influye en el proceso de toma de decisiones?	4	4	4	4
	3. ¿Considera que la implementación de capacitaciones técnicas agrícolas contribuirá a fortalecer su capacidad de producción y competir en los mercados internacionales?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Costos de exportación	4. ¿Cree que usar los Incoterms mejorará las relaciones comerciales y la confianza con clientes y socios internacionales?	4	4	4	4
	5. ¿Cree que, al usar los Incoterms, la comunidad campesina podrá obtener mejores acuerdos y ampliar sus actividades?	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	6. ¿Considera que diversificar los productos agrícolas puede incrementar su margen de ganancia?	2	2	2	2
	7. ¿El asesoramiento y apoyo del gobierno o de instituciones especializadas será relevante para enfrentar los desafíos relacionados con los aranceles en el proceso de desarrollo exportador?				

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Política y relaciones gubernamentales	8. ¿Piensa que la falta de transparencia en las prácticas de obtención de productos podría limitar las oportunidades de crecimiento en las exportaciones?	3	3	3	3
	9. ¿Sienten que compartir información sobre la procedencia y calidad de los productos mejora la confianza y transparencia con los clientes?	4	4	4	4
	10. ¿La participación en ferias y eventos comerciales internacionales será efectiva para generar oportunidades de negocio y contactos para la Comunidad Campesina?	4	4	4	4

VARIABLE 2: DESARROLLO EXPORTADOR

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad de producto	11. ¿Las inversiones en tecnología y maquinaria como parte de las estrategias competitivas mejorarán la eficiencia y calidad del proceso de producción de la comunidad?	3	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

+

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	mejora continua en la comunidad?				
	19. ¿La participación en eventos y ferias permitirá a la comunidad estar al tanto de las últimas tendencias y novedades del mercado global?	4	4	4	4

OBSERVACIONES:

- Dimensión 2: Confunden costos de exportación con precios de exportación.
- Dimensión 2: En Demanda del mercado hacen preguntas cuyas respuestas son obvias.
- La pregunta 19 se repite.



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	**Mary Fabiola Contreras Prudencio**
Especialidad del experto	Ingeniera de Alimentos
Código de colegiatura	09657146 // https://enlinea.sunedu.gob.pe/
Ficha CTI Vitae (*)	Consignar link www.linkedin.com/in/fabiola-contreras-prudencio

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 20 de agosto de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud de las tesistas, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	"INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023"
Grado o título que aspira	Licenciada de Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Carrasco Hernandez Jennifer Maria Elena Quispe Villarroel Victoria Brigitte

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Liderazgo estratégico	1. ¿Cree usted que la falta de comunicación efectiva ha limitado el desarrollo exportador de la Comunidad?	4	4	4	4
	2. ¿Considera usted que la participación de los miembros de la Comunidad influye en el proceso de toma de decisiones?	4	4	4	4
	3. ¿Considera que la implementación de capacitaciones técnicas agrícolas contribuirá a fortalecer su capacidad de producción y competir en los mercados internacionales?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Costos de exportación	4. ¿Cree que usar los Incoterms mejorará las relaciones comerciales y la confianza con clientes y socios internacionales?	4	4	4	4
	5. ¿Cree que, al usar los Incoterms, la comunidad campesina podrá obtener mejores acuerdos y ampliar sus actividades?	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	6. ¿Considera que diversificar los productos agrícolas puede incrementar su margen de ganancia?	4	4	4	4
	7. ¿El asesoramiento y apoyo del gobierno o de instituciones especializadas será relevante para enfrentar los desafíos relacionados con los aranceles en el proceso de desarrollo exportador?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Política y relaciones gubernamentales	8. ¿Piensa que la falta de transparencia en las prácticas de obtención de productos podría limitar las oportunidades de crecimiento en las exportaciones?	4	4	4	4
	9. ¿Sienten que compartir información sobre la procedencia y calidad de los productos mejora la confianza y transparencia con los clientes?	4	4	4	4
	10. ¿La participación en ferias y eventos comerciales internacionales será efectiva para generar oportunidades de negocio y contactos para la Comunidad Campesina?	4	4	4	4

VARIABLE 2: DESARROLLO EXPORTADOR

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad de producto	11. ¿Las inversiones en tecnología y maquinaria como parte de las estrategias competitivas mejorarán la eficiencia y calidad del proceso de producción de la comunidad?	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	12. ¿Considera que, si diferencia su producción y agrega valor, podrá ganar más por cada producto que venda?	4	4	4	4
	13. ¿La transparencia y claridad en la comunicación de precios y condiciones de venta influirá positivamente en la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	4	4	4	4
	14. ¿La entrega puntual y confiable de los productos exportados contribuirá a la satisfacción del cliente?				

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Demanda del mercado	15. ¿Piensa usted que la diferenciación de productos como parte de las estrategias competitivas permitirá obtener un mejor posicionamiento en los mercados internacionales?	4	4	4	4
	16. ¿La participación en programas de promoción y apoyo gubernamental o no gubernamental contribuirá a aumentar la atracción de inversionistas y socios comerciales interesados en la comunidad?	4	4	4	4
	17. ¿La comunicación efectiva sobre los beneficios y atributos únicos de los productos exportados influirá en la percepción de valor de los clientes y, en consecuencia, la aceptación de los precios propuestos?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Valor agregado	18. ¿La formación y capacitación del personal en nuevas tecnologías y técnicas será un factor clave para la innovación y	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	mejora continua en la comunidad?				
	19. ¿La participación en eventos y ferias permitirá a la comunidad estar al tanto de las últimas tendencias y novedades del mercado global?	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	**MEZA RODRIGUEZ, ROLANDO**
Especialidad del experto	NEGOCIOS INTERNACIONALES
Código de colegiatura	CAL 26237
Ficha CTI Vitae (*)	Consignar link https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima, 20 de agosto de 2023

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud de las tesistas, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	"INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023"
Grado o título que aspira	Licenciada de Administración de Negocios Internacionales
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Carrasco Hernandez Jennifer Maria Elena Quispe Villarroel Victoria Brigitte

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

VARIABLE 1: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Liderazgo estratégico	1. ¿Cree usted que la falta de comunicación efectiva ha limitado el desarrollo exportador de la Comunidad?	**3**	**3**	**4**	**4**
	2. ¿Considera usted que la participación de los miembros de la Comunidad influye en el proceso de toma de decisiones?	**4**	**4**	**4**	**4**
	3. ¿Considera que la implementación de capacitaciones técnicas agrícolas contribuirá a fortalecer su capacidad de producción y competir en los mercados internacionales?	**4**	**4**	**4**	**4**

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Costos de exportación	4. ¿Cree que usar los Incoterms mejorará las relaciones comerciales y la confianza con clientes y socios internacionales?	**4**	**4**	**4**	**4**
	5. ¿Cree que, al usar los Incoterms, la comunidad campesina podrá obtener mejores acuerdos y ampliar sus actividades?	**3**	**3**	**4**	**3**

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	6. ¿Considera que diversificar los productos agrícolas puede incrementar su margen de ganancia?	4	4	4	4
	7. ¿El asesoramiento y apoyo del gobierno o de instituciones especializadas será relevante para enfrentar los desafíos relacionados con los aranceles en el proceso de desarrollo exportador?	4	3	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Política y relaciones gubernamentales	8. ¿Piensa que la falta de transparencia en las prácticas de obtención de productos podría limitar las oportunidades de crecimiento en las exportaciones?	3	3	4	4
	9. ¿Sienten que compartir información sobre la procedencia y calidad de los productos mejora la confianza y transparencia con los clientes?	3	3	4	4
	10. ¿La participación en ferias y eventos comerciales internacionales será efectiva para generar oportunidades de negocio y contactos para la Comunidad Campesina?	4	4	4	4

VARIABLE 2: DESARROLLO EXPORTADOR

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad de producto	11. ¿Las inversiones en tecnología y maquinaria como parte de las estrategias competitivas mejorarán la eficiencia y calidad del proceso de producción de la comunidad?	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	12. ¿Considera que, si diferencia su producción y agrega valor, podrá ganar más por cada producto que venda?	4	4	4	4
	13. ¿La transparencia y claridad en la comunicación de precios y condiciones de venta influirá positivamente en la satisfacción del cliente en los mercados internacionales?	3	3	4	4
	14. ¿La entrega puntual y confiable de los productos exportados contribuirá a la satisfacción del cliente?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Demanda del mercado	15. ¿Piensa usted que la diferenciación de productos como parte de las estrategias competitivas permitirá obtener un mejor posicionamiento en los mercados internacionales?	3	3	4	4
	16. ¿La participación en programas de promoción y apoyo gubernamental o no gubernamental contribuirá a aumentar la atracción de inversionistas y socios comerciales interesados en la comunidad?	4	4	4	4
	17. ¿La comunicación efectiva sobre los beneficios y atributos únicos de los productos exportados influirá en la percepción de valor de los clientes y, en consecuencia, la aceptación de los precios propuestos?	3	3	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Valor agregado	18. ¿La formación y capacitación del personal en nuevas tecnologías y técnicas será un factor clave para la innovación y	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

	mejora continua en la comunidad?				
	19. ¿La participación en eventos y ferias permitirá a la comunidad estar al tanto de las últimas tendencias y novedades del mercado global?	**4**	**4**	**4**	**4**



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	**JOSE ALFREDO DIAZ LEON**
Especialidad del experto	TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓN
Código de colegiatura	CEL 4651
Ficha CTI Vitae (*)	https://orcid.org/0000-0003-2831-192X Renacyt: P0110424

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Facultad de Ciencias Empresariales

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

EJEMPLO:

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
CLIMA ORGANIZACIONAL	1. ¿Con que frecuencia las funciones que realiza en su centro de trabajo están acorde a su perfil profesional?	4	4	4	4

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

Anexo 5: Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA LA APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

Lima, 02 de enero de 2024

Señores

Junta Directiva de la Comunidad Campesina de Santiago de Carampoma

Huarochirí – Perú

Presente.-

De nuestra consideración:

Nos dirigimos a ustedes cordialmente, quienes suscriben, Jennifer María Elena Carrasco Hernández, con DNI N.° 73061270, y Victoria Brigitte Quispe Villarroel, con DNI N.° 76534969, estudiantes de la Universidad Científica del Sur, con el fin de solicitar formalmente la autorización para aplicar encuestas a miembros de su comunidad.

Esta actividad se enmarca en el desarrollo de nuestro proyecto de investigación titulado:

"Influencia de las estrategias competitivas en el desarrollo exportador de la Comunidad Campesina Santiago de Carampoma (Huarochirí - Perú), 2023", cuyo objetivo principal es analizar cómo las estrategias competitivas adoptadas por la comunidad influyen en su capacidad y proyección exportadora.

Las encuestas serán aplicadas de manera directa a miembros representativos de la comunidad, garantizando en todo momento el respeto, la confidencialidad de la información recopilada y el anonimato de los participantes. La información obtenida será utilizada exclusivamente con fines académicos y en cumplimiento de los principios éticos de la investigación.

Agradecemos de antemano la atención prestada y el apoyo que puedan brindarnos. Quedamos atentos para coordinar cualquier detalle adicional que consideren pertinente.

Sin otro particular, nos despedimos cordialmente.

Atentamente,

Jennifer Maria Elena Carrasco Hernandez
DNI N.° 73061270

Victoria Brigitte Quispe Villarroel
DNI N.° 76534969

Por medio de la presente, la Junta Directiva de la Comunidad Campesina de Santiago de Carampoma autoriza la aplicación de las encuestas mencionadas en esta solicitud, en el marco del proyecto académico presentado por las estudiantes arriba firmantes.

Santiago de Carampoma, 12 de Enero de 2024

Nombre completo del representante: Bentura Villarroel L.

Cargo: Vice Presidente de la C.C.S. de C.

Firma: B. Villarroel L.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

RESOLUCION DIRECTORIAL DE CARRERA: Administración de Negocios Internacionales -CI-DAFCE-U.CIENTIFICA-2020

CARRERA DE: Administración de Negocios Internacionales

Lima 30 de 06 del 2026

VISTO:

El informe de resolución independiente académico y la aprobación de un comité de Ética del proyecto de tesis titulado: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023
presentado por:

-VICTORIA BRIGITTE QUISPE VILLARROEL // JENNIFER MARIA ELENA CARRASCO HERNANDEZ //

CONSIDERADO:

Que, de acuerdo al reglamento general de la universidad Científica del sur y los reglamentos de para obtener el en la Carrera de Administración de Negocios Internacionales se debe desarrollar un trabajo de investigación.

Que, el inciso 4 del artículo 79 del Reglamento de Estudios de Pregrado vigente establece que:
"Todos los proyectos de tesis luego de tener un informe aprobatorio de la revisión independiente deben presentarse a uno de los dos Comités Institucionales de Ética en Investigación (CIEI) para su revisión y aprobación, salvo que el responsable de investigación considerase el no envío de la tesis en conformidad con las indicaciones emitidas por la DGIDI."

Que, mediante Resolución Directoral No. 008-DGIDI-CIENTIFICA-2023, que aprueba el documento titulado:
"Precisiones respecto a la evaluación de proyectos de tesis e investigación realizados por los miembros de la Universidad Científica del Sur (versión 2023)" dispone que las situaciones por las que un proyecto de tesis puede ser eximido de ser enviado a evaluación de un comité de ética e integridad científica son las siguientes:
1. Proyectos no realizados en personas ni muestras de material biológico obtenido de seres humanos.
2. Análisis secundario de bases de datos públicamente disponibles o que provengan de investigaciones aprobadas por un comité de ética.
3. Revisiones sistemáticas con o sin metaanálisis.
4. Estudios bibliométricos.
5. Estudios con permisos otorgados por las instituciones nacionales competentes para la protección del sujeto de investigación y que son supervisados por estas.

QUE, el responsable de investigación de la carrera de Administración de Empresas ha informado que la tesis en cuestión consiste en un estudio de recolección de datos anónimos que no altera las condiciones humanas, físicas, psicológicas ni emocionales de los participantes.

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis

QUE, por la naturaleza del estudio (encuestas anónimas) el proyecto se ajusta a los criterios de exoneración previstos en la normativa vigente de la DGIDI.

QUE, el segundo párrafo del artículo 70 del Reglamento de Estudios de Pregrado dispone que: "A partir de la fecha de aprobación, el tesista tiene como máximo 18 meses para la ejecución y presentación de la tesis para sustentación.

Que, de acuerdo normativa vigente de la universidad científica del sur, en uso de las atribuciones conferidas al director académico de carrera.

SE RESUELVE:
Aprobar e inscribir el proyecto de tesis titulado: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y DESARROLLO EXPORTADOR DE LA COMUNIDAD CAMPESINA SANTIAGO DE CARAMPOMA (HUAROCHIRÍ-PERÚ), 2023" con Número de registro: PRE-2-2023-00563, y establecer el inicio del periodo de ejecución del mencionado proyecto.
Nombrar al docente HUGO JESUS SALAS CANALES // como asesor para el desarrollo de tesis en cuestión.

Regístrese, Comuníquese y archívese



Director Académico
Carrera de Administración de Negocios Internacionales

Tesis publicada con autorización del autor
No olvide citar esta tesis