



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ESTRUCTURA DE
LA ORGANIZACIÓN DE LA PYME EXPORTADORA DE
OREGANO DESHIDRATADO DE TACNA, 2019**

**PRESENTADA POR
JULIANA CÁCEDA PALACIN**

**ASESORA
CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2019**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ESTRUCTURA DE LA
ORGANIZACIÓN DE LA PYME EXPORTADORA DE OREGANO
DESHIDRATADO DE TACNA, 2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

JULIANA CÁCEDA PALACIN

ASESORA:

DRA. CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios, a mis padres, por ser mis mejores guías, en mi formación académica, y ejemplares con sus hijos.

Reconocimiento

Expreso mi gratitud a las autoridades y profesores de la universidad en mi formación profesional, y una especial gratitud a la Dra. Corina Cristina Claudet Carranza, por su enseñanza académica y calidad humana.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	ii
Reconocimiento	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de tablas.....	vi
Índice de figuras	viii
Resumen	x
Abstract.....	xi
Introducción	11
CAPITULO I: MARCO TEORICO	14
1.1 Antecedentes de la investigación	14
1.1.1 Antecedentes Nacionales	14
1.1.2 Antecedentes Internacionales.....	19
1.2 Bases teóricas.....	22
1.3 Definición de términos básicos.....	34
CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	38
2.1 Hipótesis general y específicas	38
2.1.1 Hipótesis general	38
2.1.2 Hipótesis Específicas	38
2.2 Variables	38
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1 Diseño Metodológico.....	41
3.2 Diseño Muestral	41
3.2.1 Población	41
3.2.2 Muestra.....	41
3.3 Confiabilidad del Instrumentos	42
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	43
3.5 Aspectos éticos	43
CAPITULO IV: RESULTADOS	44
4.1 Resultados de la investigación.....	44
4.1.1 Descripción de la muestra	44
4.1.2 Análisis y codificación de datos	45

4.1.3	Confiabilidad y validez del constructo para la variable 1 (factores de la organización) y Dimensión 1 (hostilidad ambiental)	45
4.1.4	Confiabilidad y validez del constructo para la variable 1 factores de la organización) y Dimensión 2 (estrategia competitiva)	46
4.1.5	Confiabilidad y validez del constructo para la variable 2 (estructura de la organización)	46
4.2	Validez de contenido	46
4.3	Análisis descriptivo	47
4.4	Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis.....	71
4.4.1	Hipótesis específica 1	71
4.4.2	Hipótesis específica 2.....	72
4.4.3	Hipótesis general	73
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		75
5.1	Resultados de la Investigación.....	75
5.1.1	Subtítulo derivado de los Hipótesis general	75
5.1.2	Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1	76
5.1.3	Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2	77
CONCLUSIONES		78
RECOMENDACIONES.....		80
FUENTES DE INFORMACIÓN.....		81
ANEXOS.....		87
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA		88
ANEXO 2: CUESTIONARIO ANÓNIMO		89
ANEXO 3: MATRIZ DE CODIFICACIÓN		91
ANEXO 4: ESTRATEGIA EMERGENTE PLANEADA		92
ANEXO 5: ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN		93
ANEXO 6: MATRIZ DE TABULACIÓN		94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Niveles de planeación.....	24
Tabla 2: Operacionalización de la variable 1.....	39
Tabla 3: Operación de la variable 2.....	40
Tabla 4: Encuesta de Pymes exportadoras de orégano de Tacna	45
Tabla 5: Escala de confiabilidad estadística.....	45
Tabla 6: Confiabilidad y validez del constructo.....	45
Tabla 7: Escala de confiabilidad estadística.....	46
Tabla 8: Escala de confiabilidad estadística.....	46
Tabla 9: Validez de contenido	46
Tabla 10: La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta	48
Tabla 11: Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios	49
Tabla 12: La intensidad competitiva es alta en mi industria.....	50
Tabla 13: La lealtad del cliente es baja en mi industria	51
Tabla 14: Las guerras de precios severos son características de mi industria	52
Tabla 15: Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria	53
Tabla 16: Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad.....	54
Tabla 17: Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector	55
Tabla 18: Falta de acceso al crédito por parte de las Mypes exportadoras de orégano	56
Tabla 19: Alto nivel de informalidad en el sector	57
Tabla 20: Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error.	58
Tabla 21: La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas	59
Tabla 22: Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas	60
Tabla 23: La estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación	61
Tabla 24: La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros.....	62

Tabla 25: La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción)	63
Tabla 26: Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal	64
Tabla 27: Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo	65
Tabla 28: Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos.....	66
Tabla 29: Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales	67
Tabla 30: Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales	68
Tabla 31: Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical).....	69
Tabla 32: Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa.....	70
Tabla 33: Resumen de procesamiento de casos.....	71
Tabla 34: Alfa de Cronbach	71
Tabla 35: Correlaciones de las variables primera hipótesis.....	72
Tabla 36: Correlaciones de la segunda hipótesis	73
Tabla 37: Correlaciones de la segunda hipótesis	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Participación % de volumen exportado por especie.....	21
Figura 2: Exportaciones de orégano FOB US\$ MILES.....	33
Figura 3: Exportación de orégano fresco o seco FOB US\$ Miles.....	34
Figura 4: La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta	48
Figura 5: Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios	49
Figura 6: La intensidad competitiva es alta en mi industria	50
Figura 7: La lealtad del cliente es baja en mi industria	51
Figura 8: Las guerras de precios severos son características de mi industria	52
Figura 9: Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria	53
Figura 10: Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad.....	54
Figura 11: Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector	55
Figura 12: Falta de acceso al crédito por parte de las Mypes exportadoras de orégano	56
Figura 13: Alto nivel de informalidad en el sector	57
Figura 14: Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error.	58
Figura 15: La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas	59
Figura 16: Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas	60
Figura 17: La estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación	61
Figura 18: La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros	62
Figura 19: La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción)	63
Figura 20: Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal.....	64

Figura 21: Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo.	65
Figura 22: Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos	66
Figura 23: Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales.....	67
Figura 24: Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales	68
Figura 25: Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical).....	69
Figura 26: Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa	70

RESUMEN

La investigación busco determinar los factores que influyen en la estructura de la organización de las Pyme exportadora de Orégano deshidrato de Tacna en el 2019 Para cumplir con el objetivo de la investigación, se aplicó la encuesta se verifico y fue validada para su aplicación. Asimismo, la metodología empleada es descriptiva correlacional, con un diseño no experimental, de tipo transversal, con un enfoque de tipo cuantitativo, con un alcance descriptivo de tipo correlacional. En la muestra se incluyó a 27 trabajadores entre jefes y coordinadores de la Pyme exportadora de orégano deshidratado, quienes respondieron una encuesta. La correlación entre las variables propuestas, según el resultado obtenido, se logró hallar que existe una relación significativa. Es decir, que aplicando el coeficiente de Pearson se evidenció una correlación de 0.0.5 esto indica que existe una relación positiva moderada.

Palabras claves: Estrategia, Competitividad, Pyme, Orégano, Exportación.

Abstract

The research sought to determine the factors that influence the structure of the organization of the exporting PYME of Oregano dehydrator de Tacna in 2019 to meet the objective of the investigation, the survey verified and applied validated for its application. Likewise, the methodology used is descriptive correlational, with a non-experimental design, of a transversal type, with a quantitative approach, with a descriptive scope of correlational type. The sample included twenty-three workers among managers and coordinators of PYME exporting dried oregano, who answered a survey. The correlation between the proposed variables, according to the result obtained, found to be a significant relationship. That is, applying a Pearson coefficient showed a correlation of 0.0.5 This indicates that there is a moderate positive relationship.

Keywords: Strategy, Competitiveness, Pyme, Oregano, Export.

INFORME DE ORIGINALIDAD

11%

INDICE DE SIMILITUD

10%FUENTES DE
INTERNET**1%**

PUBLICACIONES

8%TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1**www.redalyc.org**

Fuente de Internet

1%

2**www.repositorioacademico.usmp.edu.pe**

Fuente de Internet

1%

3**tesis.pucp.edu.pe**

Fuente de Internet

1%

4**repositorio.usil.edu.pe**

Fuente de Internet

1%

5**Submitted to Universidad Nacional del Centro
del Peru**

Trabajo del estudiante

1%

6**Submitted to Universidad Ricardo Palma**

Trabajo del estudiante

<1%

7**dspace.unitru.edu.pe**

Fuente de Internet

<1%

8**repositorio.uap.edu.pe**

Fuente de Internet

<1%

9	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
10	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1%
11	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1%
12	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	<1%
13	www.instituto.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1%
14	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1%
15	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	<1%
16	ecocosas.com Fuente de Internet	<1%
17	Submitted to Esumer Institucion Universitaria Trabajo del estudiante	<1%
18	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	<1%
19	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%

20	bibliotecadigital.univalle.edu.co Fuente de Internet	<1 %
21	atarazanas.sci.uma.es Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Trabajo del estudiante	<1 %
23	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
24	bibliotecavirtualoducal.uc.cl Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	www.comvezcol.org Fuente de Internet	<1 %
27	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
28	www.unifem.org Fuente de Internet	<1 %
29	docslide.us Fuente de Internet	<1 %
30	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
31	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
32	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	g8natuiesgc1e.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
34	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
 Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words



USMP
UNIVERSIDAD
SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y RECURSOS HUMANOS

OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO

TURNITIN

Fecha	Nombre del docente	Correo del Docente
24/05/2019	Dra. Corina Cristina Claudet Carranza	cclaudetc@usmp.pe

Nombre de la tesis
Factores externos que influyen en la estructura de la organización de las MYPE exportadoras de orégano deshidratado en Tacna, 2019

Nombre del asesorado(a)	Teléfono y correo	Escuela Profesional
Juliana Cáceda Palacin	juliana_caceda@usmp.pe	Administración de Negocios Internacionales

RESULTADO:

11% (excluyendo citas y bibliografía)

CONCLUSIÓN:

La tesis se encuentra apta para continuar con el siguiente trámite.

Juliana Cáceda Palacin

Nombre y firma del asesorado

DNI ...448.54494

Dra. Martha Kevans Espinoza.....

Nombre y firma del Revisor

DNI 09177168

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en este mundo globalizado sumamente competitivo nos hacen estar en constante cambios, como el crecimiento de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado en la región de Tacna. El orégano ha incrementado su volumen de exportación debido a esto los agricultores mejoren su estilo de vida y reinviertan en la mejora de la calidad de su cosecha. Para el año 2017 se ha tenido un incremento promedio del 21% de exportación. Los agricultores saben que si desean incrementar sus ingresos económicos deben emplear nuevas estrategias y así lograr ser más competitivos a nivel internacional. En términos generales, el orégano es un producto donde la producción por hectárea aumento; las exportaciones han ido mejorando y especialmente el orégano como producto está ganando un puesto de vanguardia en el mercado internacional. La posibilidad de ingresar a nuevos mercados se debe al aumento de la producción de 25%, se proyecta ir en aumento. Es importante destacar que Tacna sea el primer productor de orégano seguido de Moquegua. La razón de este estudio es identificar como la hostilidad ambiental y la estrategia competitiva influye en la estructura de la organización de la Pyme con una correcta implementación.

Por otro lado, el interés de la Pyme ha permitido despertar el interés para trabajar sus tierras, así mejorar su situación económica y exporta sus productos al mercado internacional. Hoy en día el cultivo del orégano viene ampliando sus fronteras agrícolas en Arequipa, Moquegua, Ancash y Huaraz. Tacna produce un volumen alrededor de 62% de la oferta nacional. El cultivo del orégano en Tacna tiene una tradición que pasa los 60 años, y que se ha ido en aumento regular.

En cuanto a la formulación del problema, la investigación presenta como problema general: ¿De qué manera los factores la hostilidad ambiental y estrategia competitiva influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019?, los problema específicos son los siguientes: ¿Cómo la hostilidad ambiental influye en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019?, ¿Cómo la estrategia competitiva influye en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019?

Por otro lado, el objetivo general será: determinar de qué manera los factores hostilidad ambiental y estrategia competitiva influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019. Los objetivos específicos que presentan son: Identificar cómo la hostilidad ambiental influye en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019, y determinar cómo la estrategia competitiva influye en la estructura de la organización de la pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Respecto a la justificación de la investigación, este estudio da a conocer el mercado sur del país con el objetivo, desarrollar los factores que influyen en la estructura administrativa de las pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, debido a que hoy en día la globalización incita formar parte del comercial internacional y sus beneficios. Para brindar información relevante del mercado de provincia. Poco se conoce del mercado debido que el Perú presenta su foco económico en la capital, se descuida los mercados importantes y provechosos de las provincias son desconocidas y descuidadas por los inversionistas. Es importante que las nuevas generaciones conozcan los mercados nuevos para tener algunas ideas y el Perú pueda crecer y consolidar su competitividad y capacidad de adaptación de acuerdo con las estructuras de la Pyme.

Respecto a la importancia del estudio, la presente investigación mostrara el mercado del sur peruano con el objetivo, desarrollar los factores que influye en la estructura administrativa de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, debido que hoy en día la globalización incita a formar parte del comercio internacional y sus beneficios. Poco se conoce del mercado ya que el Perú presenta su foco económico en la capital, se descuida los mercados importantes y las provincias son desconocidas y descuidadas por los inversionistas. Es importante también que las nuevas generaciones conozcan los mercados nuevos para tener ideas importantes para que el Perú pueda crecer y tener competitividad y capacidad de adaptación de acuerdo con las estructuras de la Pyme.

Sobre la viabilidad del estudio, para desarrollar la investigación se ha tomado por valido las fuentes de información como referencias bibliográficas, estudios de mercado, análisis estadístico, artículos, análisis de mercado, encuesta a personal administrativo de la Pyme entendidos en producción de este producto del Orégano

deshidratado para la construcción del marco teórico y trabajo de campo, cuenta con un análisis de datos estadísticos creada por la base de datos. Como recursos materiales, se utilizó el programa SPSS para poder procesar la información. Por otro lado, como fuente secundaria, se cuenta con tesis nacionales e internacionales y todo aquel material que pueda ayudar a enriquecer esta investigación y darnos a conocer el orégano con la finalidad de lograr argumentos que respalden esta tesis.

Por último, esta investigación no posee limitaciones que afecten los resultados ya que se trabajó con el apoyo de los participantes (personal administrativo de la Pyme) involucradas en ella.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Existe una amplia información sobre las variables a trabajar en esta investigación, durante la investigación del tema, se identificó que la mayoría de las investigaciones sobre el orégano (*Origanum Vulgare*) nacional e internacional, se enfocan en el cultivo y la producción, pero también se identificaron los estudios referente a la exportación y comercialización a nivel nacional e internacional. Pero la gran mayoría se han enfocado de manera independiente, existe muy poca información referente a los factores que influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado en la región de Tacna.

Luego de un análisis de fuentes físicas como digitales relacionadas al tema de interés señalamos las más importantes:

1.1.1 Antecedentes Nacionales

Calcina, Chávez, Herrera y Valdivia (2016) en la tesis titulada Plan estratégico de la provincia de Caylloma de la región de Arequipa, el presente trabajo de investigación se centrado en la elaboración del plan estratégico de la provincia de Caylloma hacia el año 2026. Cuyo objetivo es fortalecer el desarrollo económico y social de las personas que habitan esa región. Para ello, la metodología del estudio ha tomado el modelo estratégico del Dr. Fernando D' Alessio. Como resultado del proceso estratégico se han planteado importantes retos los cuales incluyen entre otros, incrementar los niveles de producción de quinua orgánica y camélida sudamericanos, conjuntamente con actividades para elevar el número de turistas en la zona. Como base para estos incrementos productivos, se plantea mejorar en infraestructuras y condiciones de educación y salud para la población, la cual se refleja en un incremento de sus ingresos económicos y desarrollo social.

Alzamora Falcón, María Paula (2017) en la tesis Factores que inciden en la exportación de orégano (*Origanum Vulgare*) de la región Tacna hacia el mercado brasileño. Tiene como objetivo determina la situación actual de las exportaciones de orégano hacia el mercado internacional y el efecto de los factores son: deficiencias en el proceso de producción, control de calidad, componentes des sistema de comercialización y promoción de exportaciones. Mediante las entrevistas se identificó que existe muchas deficiencias durante la producción que no han permitido estandarizar el producto y ofrecer un orégano de mayor calidad. Asimismo, se determinó que los acopiadores son los principales componentes entre la empresa exportadora y productoras, quienes reciben un porcentaje del precio de venta del orégano; no obstante, aún no se han desarrollado servicios más especializados que mejoren las condiciones del orégano. Finalmente se concluye que Brasil es el principal destino de las exportaciones de orégano de la región de Tacna; sin embargo, no se ha logrado desarrollar una oferta exportable más competitiva, con mayor agregado, esto debido a la deficiencias y problemas durante la producción, como la débil capacidad tecnológica, débiles procedimientos de control de calidad y precios pocos competitivos.

Canahuire Romero, Hubert (2017) en la tesis Costo de producción y su efecto en la rentabilidad de la empresa exportadora agroindustria de la empresa exportadora agroindustrial aromático inversiones SAC del Distrito de Alianza-Tacna del periodo 2015-2016. Cuyo objetivo es señalar como influye el costo de producción en el nivel de rentabilidad. El análisis se realizó basados en las fuentes señaladas en los antecedentes nacionales e internacionales, temas relacionados con la producción del orégano investigado, luego se escogió los métodos, técnicas y estrategias que logran cumplir los objetivos señalados a través del método deductivo: Técnicas de revisión documental, comprobando los datos e información que sean confiables para conocer el comportamiento de la variable y su influencia en la rentabilidad.

Domínguez Zevallos, A.J., Gutiérrez Rivera, J.A. (2017) en la tesis titulada la Competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. El objetivo de la presente tesis es determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna, con el propósito de analizar incentivar y fomentar un modelo de competitividad que genere mayores ingresos a la empresa. Este trabajo de investigación gira entorno a la situación problemática de las dificultades que atraviesan las exportadoras de orégano seco en la región de Tacna para generar estrategias de competencias que le permitan sobresalir sobre los demás y así lograr un mejor desarrollo económico.

La metodología elegida para la recolección de datos fue la entrevista personal directa empresas del rubro, cuyo cuestionario, presenta un modelo de escala de Likert, asimismo, la investigación es no experimental con un tipo aplicativo-correlacional. Como resultado se determinó que un Modelo de competitividad tiene relación significativamente en el desarrollo económico de las empresas Exportadoras de Orégano Seco en la Región de Tacna. Esto es debido a la relación que tiene la gestión de competitividad, las estrategias de competitividad y mejoramiento de la productividad en la empresa. Además, se determinó que las estrategias de competitividad tienen relación significativa en el desarrollo económico de las empresas exportadoras de Orégano seco en la Región de Tacna.

Monje Coa Juana (2019) en la tesis titulada. Caracterización del financiamiento y capacitación de las pyme del rubro exportación de orégano de la región de Tacna- 2018. Tiene como objetivo principal determinar la principal característica del financiamiento y capacitación de las Pyme del rubro exportación de orégano de la región de Tacna, el nivel de la investigación fue cuantitativa descriptiva. Para el recojo de información por estrategias se aplicó de forma dirigida por encuestas de los emprendedores, el cual se obtuvo los siguientes resultados; que el 93% de los emprendedores es de sexo masculino. El 57% de los

emprendedores tiene instrucción superior universitaria. El 43% de las empresas están entre 5 a 8 años en el rubro. El 43% nunca realizó el diagnóstico de capacitación, 43% considera que siempre debe capacitar a su personal. El 29% considera que su personal debe capacitarse en exportación. El 36 % nunca brindó inducción a sus trabajadores al momento de ingresar a trabajar. El 100% de los empresarios tienen conocimientos sobre la facilidad de créditos PYME, el 80% inició sus actividades con financiamientos externos. El 71% obtuvo el crédito a mediano plazo, finalmente, se concluye que los empresarios deben capacitarse. Se iniciaron con capital externo y la mayoría se mantiene con capital propio y el crédito obtenido lo invierten en capital de trabajo.

Estrada, Mifflin, Oviedo, Peralta (2017) la tesis titulada Planeamiento estratégico para la provincia de Candarave - Tacna, se establece las bases para el desarrollo y bienestar de la población para los próximos 10 años, reforzando su identidad y estableciendo objetivos estratégicos a largo plazo que la hagan competitiva y atractiva, considerando el abanico de estrategias propuestas producto del análisis realizado. Tienen como propuestas, mejorar e incremento de la producción de orégano exportable, desarrollo de producción y diversificación de la oferta turística, alineamiento de los objetivos con la visión de futuro de la provincia.

Chirinos, Mc Bride, Abarca, Coaquira, García, León. (2009) en su estudio sobre la Exportación de Orégano de Tacna al mercado de Brasil. Indica lo siguiente: formulación de un plan de implementación y desarrollo del plan propuesto. Con el propósito de determinar la potencialidad del orégano dentro del contexto agroexportador peruano y específicamente en la región sur del Perú. Para elaborar el plan estratégico se utilizaron diferentes herramientas. En los frentes internos y externos se usaron matrices ponderadas; EFE (evaluación de factores externos) y EFI (Evaluación de factores internos), con lo que obtuvo las respectivas opciones estratégicas. Con el propósito de determinar la estrategia a seguir por la empresa para su

internacionalización se aplicó el reloj estratégico y los métodos de crecimiento empresarial. Por lo tanto, indica que la zona de Tacna y Moquegua está en crecimiento empresarial. Además, se deben fusionar puesto que ambas regiones tienen estructuras productivas.

Valeriano, Vásquez (2017) en la tesis titulada La planeación Estratégica y su impacto entorno empresarial de las Pyme exportadoras de orégano-provincial de Tacna, Región Tacna Año 2017. El presente trabajo analiza el impacto de la planeación estratégica en el entorno empresarial de las Pyme exportadoras de orégano de la ciudad de Tacna, ya que servirá como aporte a este rubro, el cual permitirá que las Pyme logren una competitividad sostenible por medio del perfeccionamiento específico de la planificación. Conjuntamente en el estudio de la planificación estratégica se analiza su correspondencia con el entorno empresarial de las Pyme, el establecimiento del mercado objetivo mediante la propuesta de un estudio de potenciales insuficientes, las que se ocultarán promoviendo condiciones para el perfeccionamiento de los elementos primordiales correspondidos al triunfo del negocio que dependerán del tipo de correlación existente entre variables. Finalmente, se espera conseguir una influencia positiva y directa lo cual reflejaría que una eficiente y correcta planificación estratégica influirán en el entorno de las Pyme haciendo el entorno más competitivo, logrando que estas organizaciones del rubro mejoren su proceso de exportación.

Benavides. (2017) Modelo de plan estratégico de la empresa de importaciones LPT ZIPPER SAC 2017. Consiste en crear planes estratégicos para las Pymes por lo que se desarrollara en la empresa analizada, finalmente indica que una adecuada implementación de un plan estratégico requiere de una herramienta de control que analice la consecuencia de los objetivos, cada objetivo a corto plazo cuenta con indicadores variados así como proyecciones de crecimientos hasta el año 2022.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

De Yta Castillo Diana, Orientación según el capítulo 4. (2017) Orientación emprendedora y desempeño financiero en negocios de artesanías de México: El papel de la hostilidad ambiental. En la presente investigación se analiza la relación entre orientación emprendedora (OE) y desempeño financiero (DF) y como un ambiente hostil modera la relación entre estas variables. Los resultados del trabajo permiten observar que la orientación emprendedora se relaciona positivamente, pero de forma significativa con el desempeño financiero. Además, la orientación emprendedora se relaciona positiva pero no significativamente con el desempeño financiero a través de un ambiente hostil. Este estudio pretende contribuir al entendimiento de cómo orientarse emprendedoramente influye positivamente en el rendimiento de los pequeños negocios, y de cómo la hostilidad del ambiente interviene para que estos negocios tengan un comportamiento emprendedor.

A pesar de la importancia económica de las pequeñas empresas en países en vías de desarrollo, se tiene poco entendimiento sobre el tema del emprendimiento (Fairoz y Hirobumi, 2010). Aunado a lo anterior, en la literatura académica existen pocos estudios que estudian la relación entre orientación emprendedora y desempeño en el contexto de economía en vías de desarrollo. Adicionalmente, estas investigaciones no consideran el ambiente en donde las unidades de negocio se desenvuelven (Mendoza y Toledo), 2014) por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar la relación en te Orientación emprendedora desempeño financiero de la negociación de artesanías de un país en vías de desarrollo como México, en un contexto de hostilidad ambiental.

P. Slevin, Dennis y G. Govin, Jeffrey (1997) en Patrones de Formación de la Estrategia, Rendimiento, y la importancia del contexto. Universidad de Pittsburg del instituto de Tecnología de Georgia. Este artículo describe un estudio de los efectos de la organización de una empresa. Los resultados de esta investigación apoyaron las hipotéticas

interacciones entre la estrategia. Patrón de formación estructura organizativa y hostilidad ambiental. Como el contexto asociativo a los patrones de formación de estrategias particulares. Una implicación general de esta investigación es que los estudiosos de gestión y los investigadores deben adoptar una perspectiva de contingencia cuando se considera la relación méritos de las estrategias emergentes frente a las planificadas.

Los gerentes efectivos deben ser receptivos al aprendizaje estratégico y dispuesto a ajustar las estrategias de sus empresas como son y cómo se lleva a cabo.

Mapimi, Durango (2013) en la Ecología aprovechamiento y comercialización del orégano (*Lippia Graveolens* H.B.K) en la región se evaluaron las diversas áreas productoras con el fin de establecer la dinámica e impacto del proceso de recolección y sus efectos sobre la planta. Realizó trabajos de campo, toma de muestras, comprobación de las áreas de cultivo y distribución del orégano. Se estudió el proceso de producción, la comercialización, para implementar muestras, comprobación de las áreas de cultivo y distribución del orégano. Se estudió el proceso de producción, la comercialización, para implementar alternativas que respalde la sustentabilidad de la producción. Cuyo manejo de producción y comercialización se llevó a cabo entrevistas directas a los mismos involucrados del estudio.

Pérez, R (2014), la planificación estratégica en las pymes colombianas, cumplen un papel primordial en el desarrollo económico de las Pyme. Se define la planeación estratégica y está relacionada con la fijación de objetivos y formulación de procedimientos y métodos para alcanzarlos, la cual percute en las ventajas competitivas que le permitirán a la compañía la en el mercado. El objetivo de este artículo es mostrar algunos conceptos relación perpetuidad con la importancia de la planeación y direccionamiento estratégico para la gestión de organizaciones.

Suhail (2014) Arabia Saudita, en la investigación “Competitividad de Exportación de la India: El papel de la PYME” Esta investigación está basado en el objetivo de aumentar la competitividad de las exportaciones de las pyme de India. Se ha estudiado explorar los factores de rendimiento de las exportaciones y los diversos desafíos como limitaciones asociadas al sector para mejorar y aumentar la exportación de las PYME sean competitivas y llenen el déficit comercial de economía India. La competitividad de las exportaciones de las PYMES de la india puede ser promovida mediante el trabajo en las áreas de rendimiento clave del sector y la superación de los desafíos clave barrera para ellos y una participación saludable del gobierno.

Oral & Kettani 2009 Canadá, en la investigación Titulada Firma de modelado de Competitividad para la formulación de la estrategia. Sostiene, que en esta investigación presenta un proceso de modelado de la competitividad a nivel de empresas para la formulación de la estrategia fines. El proceso de modelo consiste en cuatro componentes interactivos: gestión de la situación, modelo conceptual, modelo formal, y de la estrategia. Estos componentes son interactuados a través de cuatro subprocesos nombrados, conceptualización. Modelado la obtención de cuatro subprocesos nombrados, conceptualización. Modelado, la obtención de la solución y la implementación. El énfasis es de gestión de la situación y el modelo conceptual en el contexto de la empresa de la competitividad. La competitividad industrial modelo desarrollado mediante la propuesta de modelo de proceso será explicado y como puede ser utilizado en el análisis DAFO, la construcción de sistema de soporte de decisiones en la estrategia de marketing, es probable que la cuota de mercado de la estimación y la selección de la tecnología.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Orégano

Muñoz (2002) sostuvo que “el orégano proviene del griego oros y gamos que significa adorno o alegría de la montaña, hace referencia al aspecto y aroma agradable de esta planta que se usaba desde la antigüedad como aperitivo amargo, tónico, desinfectante de heridas” (p. 274).

La denominación de la especie vulgares indica la asiduidad de su presencia en los lugares de origen. Los romanos la consideraban una planta portadora de paz y felicidad y la utilizaban para ornamentar sus casas. En Inglaterra fue introducida por los romanos durante la conquista y la emplearon para el tratamiento del coqueluche y tos convulsa.

INFO Agro (2010) Indica que el orégano tiene olor fuerte y de gran sabor. Crece en un clima cálido, indica que el orégano es una planta que se produce bien adaptándose al clima húmedo. Tierras que contienen drenaje inadecuados y por mucha cantidad de agua que se presenta ahí. Además, el orégano tiene mejor rendimiento en climas templados cálidos. En la investigación de las pymes tiene gran relevancia, con casi todos los países del mundo.

1.2.2 Hostilidad ambiental en la organización

Siguiendo a Sahara (1995), un ambiente hostil es aquel que se caracteriza por un alto grado de competencia, un alto nivel de riesgo que puede conducir fácilmente al negocio a desaparecer del mercado y una gran incertidumbre respecto al éxito de las iniciativas del negocio.

Según Wiklund y Shepherd (2005) un enfoque dominante para analizar la relación entre Orientación Emprendedora y desempeño ha sido capturar la interacción de esta variable considera la intervención de un atributo del medio ambiente externo o la mediación de una característica interna de la empresa.

Tang Marino, Zhang y Li (2008) indican que la magnitud de la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño depende

de aspectos externos del ambiente e internos de la organización se ha señalado a la hostilidad ambiental como un factor que interviene en la relación orientación emprendedora y desempeño de la empresa.

Covin y Slevin (1989) argumentan que la hostilidad ambiental es un desafío para la viabilidad y éxito de la pequeña empresa. Entre más dinámica y hostil sea el ambiente, existe una mayor necesidad de innovar y es más probable que las empresas sean innovadoras (Miller, 1982), lo cual las puede conducir a mayores rendimientos económicos. Por su parte Miller (1988 en Kraus, Rigtering, Hugles y Hosman 2012) encontraron que un ambiente incierto, la innovación, impacta positivamente en el desempeño de la empresa.

1.2.3 Estrategias Competitivas

1.2.3.1 Las 5P de la estrategia por Henry Mintzberg

Mintzberg, Henry (2017) afirmó que “las 5 parte de la estrategia, abordando el plan estratégico de una empresa. Elaboró la llamada teoría de las 5 P. presenta cinco definiciones de estrategias como plan, pauta de acción, patrón, posición y perspectiva.

1.2.3.2 Estrategia como plan

La estrategia es un plan una especie de curso de acción conscientemente determinado, una guía para abordar una situación específica. Presentan dos características esenciales: Se elaboran antes de las acciones en las que se aplicaran y se desarrollan de manera consciente con un propósito determinado como planes; pueden ser generales o específicas. Una estrategia también puede ser una pauta de acción, una maniobra para ganar la partida al competidor.

1.2.3.3 Mincetur-PERX

Mincetur recordó que el crecimiento de las exportaciones de Tacna ha sido constante. En el 2017 superaron los 200 millones de dólares, destacando los envíos agropecuarios (aceituna y orégano).

1.2.3.4 Estrategia para el desarrollo exportador:

La elaboración del PERX Tacna forma parte de los compromisos que se establecieron en el plan estratégico Nacional exportador (PENX) 2025 de Mincetur, cuya finalidad es brindar los lineamientos base y determinar las políticas y estrategias para el desarrollo del sector exportador. (andina agencia peruana de noticias).

Acción la cual consiste en utilizar toda la información con la cual cuenta uno, con la finalidad de encaminar acciones para el logro de una meta a futuro ya sea está a corto, o largo plazo para la solución de un problema, por lo que para pinto (2000) Existen diferentes niveles de planeación.

Tabla 1:

Niveles de planeación

Niveles	Desarrollo de los niveles
Estratégica	Diseño de nuevos sistemas o procesos o la transformación de los existentes. Afecta en su planeamiento a toda la organización o a una división de ella, por ejemplo, comercialización, recursos humanos, finanzas, producción y servicios
Táctica	Mejoramiento en el desarrollo de un proceso o sistema existente, en términos de efectividad, que incluye eficiencia y eficacia reales. Involucra a algunas áreas específicas, como ventas, compras, tráfico, crédito y cobranzas. Es en nivel mínimo de colaboración por puesto en relación con las actividades directas de implantación de algún procedimiento. El nivel afectado es el puesto de trabajo, los niveles ocupacionales similares e incluso personas en lo individual.
Operativa	

Nota: Pinto (2000). Planeación estratégica de capacitación empresarial.

Para esta investigación se tomó la planeación estratégica dado que dicha información tiene características para diseñar las metas a corto, mediano y largo plazo dentro de las limitaciones se encuentran:

- Para un diseño se requiere conocimientos profundos sobre planeación.
- Beneficios no siempre se ven a corto plazo, en ocasiones tiene que pasar algunos años antes de que puedan apreciarse sus ventajas.
- Puede requerir cambios profundos en la estructura orgánica.

En cuanto a las ventajas, se presentan a continuación:

- Plantea en el presente las posibilidades del futuro.
- Permite prever problemas y tomar decisiones de manera preventiva, disminuyendo la resolución correctiva.
- Establece los objetivos y las metas institucionales, proyectándolos en el tiempo.
- Reduce los errores ante los posibles cambios y comportamientos, tanto del exterior como interior de la organización.

La estrategia la conceptualizamos de la siguiente manera: “el conjunto de acciones que en el presente hace una institución, empresas u organización, encaminadas al logro del resultado a futuro, que le permitirán tomar decisiones con la mayor certidumbre posible, organizando eficaz y eficientemente los esfuerzos necesarios para ejecutar esas decisiones y darles el seguimiento correspondiente, todo ello es el marco de las contingencias por la que puede atravesar la organización en el corto, mediano y largo plazo” (Pinto, 2000).

MINCETUR-Ministerio de comercio exterior (2005). Elaboro las bases estratégicas del plan estratégico nacional exportador (PENX), Instrumento que refleja la política de estado de priorizar las exportaciones, como motor de desarrollo de nuestra economía. En este trabajo participativo se obtuvieron dos productos concretos: el PERX de Tacna y los Planes Operativos (POP) del orégano, estos instrumentos de gestión incluyen el diagnóstico competitivo según la matriz FODA, la definición de la visión regional exportadora, la plataforma de valores, los objetivos Valores, los objetivos estratégicos, actividades, responsables e indicadores.

MINCETUR (Políticas de competitividad que soporta la estrategia de exportación) los problemas de competitividad que afecten las actividades exportadoras deben ser presentados y considerados por esta instancia.

Mincetur recordó que el crecimiento de las exportaciones de Tacna ha sido constante. En el 2016 superaron los 200 millones de dólares, destacando los envíos agropecuarios (aceituna y orégano).

Comisión C., de Lucio, J. (2010) “La competitividad de las empresas de un país determina la competitividad de esta y finalmente el dinamismo de la actividad empresarial, el crecimiento y empleo”. En la economía española, donde se aprecia por la cantidad alta de pequeñas y medianas empresas, la competencia de la pyme es un tema muy importante y determinante.

(Comisión y De Lucio, 2010; Seclen, 2014 y 2016). Por tanto, el presente trabajo pretende facilitar el conocimiento de ciertos factores interno que pueden ayudar y favorecer en la gestión productiva que llevan a las empresas a alcanzar el grado competitividad deseada, que es un factor primordial que

las empresas deben considerar para mantenerse activas en los mercados.

La Organización Internacional del Trabajo (2015) según el informe “Pequeñas empresas, grandes brechas. Las Pymes generan el 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en la región, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes. A esta estructura productiva hay que añadir 76 millones de trabajadores por cuenta propia, que representan el 28% del empleo, y otro 5% corresponde al trabajo doméstico. Durante la presentación del informe, el director de la OIT para América Latina y el Caribe, José Manuel Salazar, dijo que el predominio de las pymes genera grandes brechas de trabajo decente y condiciones laborales, y al mismo tiempo es un freno para el crecimiento de la productividad. Salazar subrayó la necesidad de generar un entorno propicio para que la Pyme mejoren sus condiciones y engrosen el estrato de empresas medianas”.

Covin y Slevin (1996) En la literatura sobre administración estratégica, ha sido sugerida como una variable que conduce a mejorar el desempeño de la empresa en su conceptualización de la relación entre Orientación Emprendedora y desempeño establecen que existen factores externos del ambiente e internos organizacionales que afectan este vínculo.

Mincetur (2005) sostuvo que “el Ministerio de comercio Exterior y Turismo a través de la información del plan estratégico Regional Exportador de la región de Tacna, explica que el orégano es uno de los productos bandera de Tacna”. Informa que el orégano y la aceituna son los productos bandera de Tacna, pero demanda de tecnificación en todos sus momentos de producción para elevar la

productividad y ampliar la superficie de cultivo, también tenemos problemas con el desarrollo de la productividad y producción sólida que responda. El informe explica que la producción agrícola en la región de Tacna tiene bajo procesamiento, el producto se exporta en bruto a países vecinos en donde luego se procesa y a partir de estos países, para luego seguir comercializando, esta información ha generado seguir investigando para generar cadenas productivas de exportación a mercados internacionales, otros problemas relacionados con diferentes actividades son identificados por falta de identificación y de planificación, orientados al comercio exterior, las empresas no participan continuamente en ferias y exposiciones internacionales, lo cual lo limita al conocimiento de la oferta exportable. Finalmente plantea que para cada problema identificado se deberá aplicar estrategias que cumplan como la buena administración estratégica para una mejora de las deficiencias.

1.2.4 Estructura de la organización

Mintzberg Henry, (1979) Construyo el modelo Mintzberg, es un modelo para describir las estructuras y organización de las empresas que pretende ser una guía para comprender, clasificar y diseñar la estructura de una organización.

La base del pensamiento de Mintzberg gira en torno a dos premisas claves: División del trabajo y Coordinación de estas tareas para alcanzar los objetivos definidos, se procede a definir la organización de una empresa debe realizarse una selección de los elementos que la conformaran de tal forma que exista una armonía, una consistencia, una coherencia entre la organización consigo misma y en relación con su entorno.

El autor señala cinco elementos pertinentes a la estructura de una organización:

1. Cumbre estratégica, representa lo más alto de la jerarquía de la organización está formada por el director y las autoridades más significativas, así como todo aquel personal que les presta apoyo directo.
2. Línea media, formado por los gerentes, supervisores y responsables cuya posición en la empresa se encuentra entre la más alta dirección y el núcleo operativo.
3. Estructura técnica o tecnoestructura, su papel es el estandarizar los procesos de trabajo, diseñando su planteamiento formal y su control.
4. Núcleo de operaciones, consiste en el conjunto de operarios que realizan las tareas de producción o de provisión de servicios.
5. Personal de apoyo, compuesto por todo el personal y unidades que ofrecen servicios y que realizan funciones para con la organización sin pertenecer a su estructura operacional.

Rojas, Patricia y Sepúlveda, Sergio (1999) afirmaron que “la competitividad es el incremento sostenible de la competitividad es ahora un requisito indispensable para el crecimiento y para la propia viabilidad de las unidades productivas”.

Mintzberg, Henry (2018) sostuvo que “en CEREM-International Business School que la estrategia emergente, identifican la intención de acción en una empresa, cualquier negocio puede apoyarse en una de ellas y aplicarla en sus operaciones diarias”. La estrategia deliberada involucra que la gestión especifique las acciones. Debería tener objetivos específicos. Fracasan intentan desarrollar

nuevos productos y exportar a nuevos mercados. Esto se debe cuando la administración. No lleva a cabo estrategias para enfrentar a los cambios que ocurren en mercado

Uchasara, Ronald Henry (2010) sostuvo que el “Plan estratégico de una Empresa” Una estrategia es la unión de aquellas acciones planificadas y diseñadas para ayudar a fomentar la venta de varios productos. “En la sociedad actual –sumamente competitiva, acelerada y saturada de información- no llegará al público salvo que se comercialice estratégicamente. Pasará como una obra casi desconocida si no se promociona de manera inteligente”

Gerard (2002) señala que “para poder planificar una estrategia publicitaria es necesario el conocimiento absoluto de la empresa y, cuáles son las ventajas ante la competencia o cuál es la oferta de valor” (Marketing 2018). Este trabajo de análisis va a contribuir y mejorar el diseño de la estrategia publicitaria y es donde el funcionario o líder tomará un tiempo prudencial. Para dicho aprendizaje necesitará también acompañarse de información externa e interna, y nos referimos a en cuanto a facturación del producto o servicio, canales de venta, capacidades, y crecimiento de la institución.

Como segundo paso es la información externa implementada con 4 investigaciones del mercado, determinando cuál es la demanda y oferta del mercado, a quién irá dirigido el nuevo producto o servicio, cuál es el perfil de segmento elegido, cuáles son sus gustos, preferencias, hábitos, motivaciones, línea de tiempo para compras del producto, etc. Es importante saber también la situación económica del país ya que se evaluará el crecimiento del país y el crecimiento del sector o empresa.

Luego del aspecto administrativo de una estrategia o de un plan estratégico, debemos considerar que, para desarrollar la línea creativa, existen diferentes estrategias publicitarias que podemos mencionar como: “estrategia de comparación, estrategia financiera, estrategias promocionales, estrategia de empuje, estrategia de

atracción y estrategia de imitación” (Arévalo, 2016). Son las acciones estructuradas y planificadas con los cual se fijan precios de los productos o servicios, las acciones para promoverlos para su distribución “El intercambio comercial, es la actividad de comprar y vender mercancías entre dos o más comerciantes, este intercambio es parte fundamental en el comercio e impacta el mercado de los bienes, servicios y propiedad intelectual.

La comercialización ha surgido desde tiempos antiquísimos utilizándose el trueque para el intercambio de productos, cuya actividad debe de ser concluida en la necesidad de obtener las mercancías al alcance, domina en el comercio al tener más efectividad de comercialización tiene mayor intercambio económico y un interés en la zona de libre comercio en el intercambio de productos” (Estrategias de Comunicación 2012).

Pérez Cristóbal y Inghybor (2017) sostuvieron que “la influencia del diseño organizacional en la eficiencia de las empresas agroindustriales de exportación de Tacna, que con la finalidad de mejorar la eficiencia de las exportación de Tacna, que con la finalidad de mejorar la eficiencia de las empresas y la ejecución de todos los elementos que conforman el diseño organizacional”.

Robbins, Stephen P. y Coulter (2005) afirmaron que “en la estructura organizacional los enfoques tradicionales hacia la organización del trabajo están siendo cuestionados y revaluados conforme los gerentes buscan diseños estructurales que den mejor apoyo y faciliten el trabajo de los empleados en la organización”. Pérez Cristóbal y Inghybor (2017) sostuvieron que “la influencia del diseño organizacional en la eficiencia de las empresas agroindustriales de exportación de Tacna, que la finalidad de mejorar la eficiencia de las empresas y la ejecución de todos los elementos que conforman el diseño organizacional”

Robbins, Stephen P. y Coulter (2005) afirmaron que “en la estructura organizacional los enfoques tradicionales hacia la

organización del trabajo están siendo cuestionados y reevaluados conforme los gerentes buscan diseños estructurales que den mejor apoyo y faciliten el trabajo de los empleados en la organización” la organización se define como el proceso.

1.2.5 Exportaciones de orégano Nacional

Sala Portugal, Fabio (2016) sostuvo que: la Producción y Exportación de orégano en la Región de Tacna”, en los últimos 15 años, es decir que el orégano peruano está tomando mayor importación en los mercados internacionales tanto en América del Sur como Europa. En el año 2014 se registró 6069.13 toneladas que se exportaron del Perú siendo el punto más alto de los últimos quince años.

Sin embargo la participación del año 2015 se un decremento a 5586.47 toneladas de orégano en exportación, esta 30 Reducción fue aproximadamente de 500 toneladas, debido en mayo incidencia al Fenómeno “El Niño”; sin embargo, históricamente muestra que está en el rango de crecimiento y confirma que en los últimos quince años la pendiente tiene tendencia positiva crecimiento y confirma que en los últimos quince años la pendiente tiene tendencia positiva”.

1.2.6 Exportaciones a nivel nacional de orégano

Los países que tienen mayor aceptación en sus mercados con el producto con Brasil con 45%, España 15%, Chile 11% y Argentina con 8% del total de exportaciones, hay que decir que los países de América del Sur causa mayor aceptación por la calidad del producto y mencionar que la participación en los países europeos también están presentes sobre todo España.

1.2.6.1 Ranking de las exportaciones

La región de Tacna principal productor de orégano. El orégano obtiene mayor aceptación en el mercado internacional como en Nigra y Cocotea. Producidas en las mejores tierras del sur del territorio peruano presenta mejores condiciones de cultivo. Según el análisis de estudio se indica que la exportación de orégano cuenta como sus principales

mercados, países de América del Sur, logrando también ingresar al mercado norteamericano y europeo.

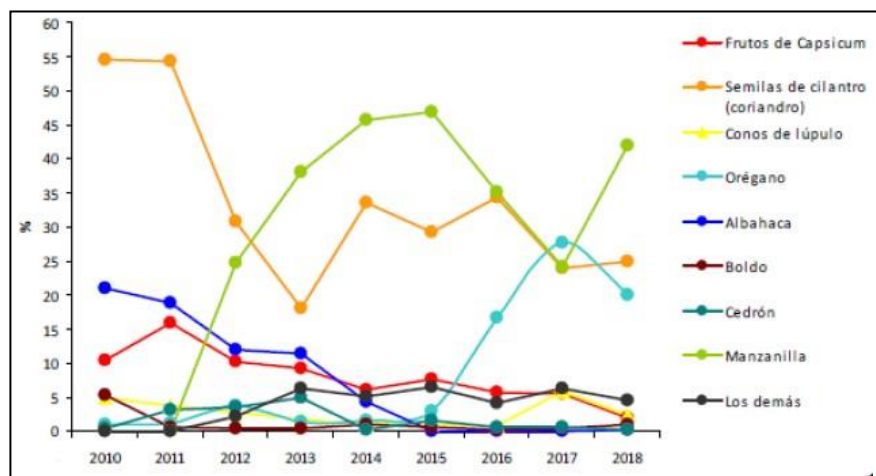


Figura 1:
Participación % de volumen exportado por especie

Nota: Dirección de Industrias Alimentarias y Agroindustrias (SAGPYA)

Interpretación: En cuanto a la participación de volumen exportado, el orégano es un producto con un crecimiento constante a comparación de otros productos como el cedrón o boldo que no ha conseguido incrementar en el mercado.

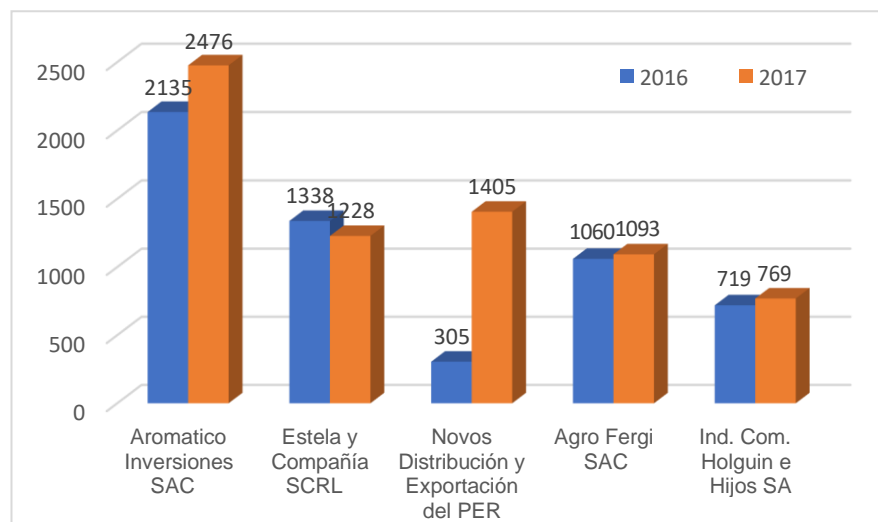


Figura 2:
Exportaciones de orégano FOB US\$ MILES

Nota: AGRODATAPERÚ

Interpretación: observar las empresas más conocidas en cuanto a la exportación de orégano en el año 2016 y 2017, siendo aromático inversiones SAC la empresa que se encuentra en la punta del mercado.

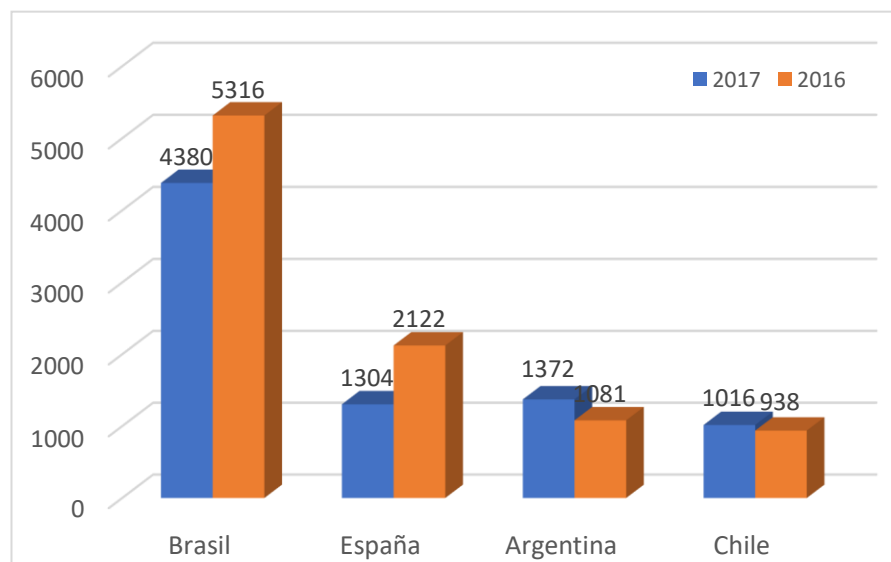


Figura 3:

Exportación de orégano fresco o seco FOB US\$ Miles

Nota: AGRODATAPERÚ

Interpretación: podemos observar las exportaciones de orégano fresco seco FOB US\$ 2017 es la más alta de 5,316.

1.3 Definición de términos básicos

1. **Agroindustria**, según Julián Pérez Porto y María Merino (2015) el concepto de agroindustria acusa al grupo que conforma diferentes industrias todas relacionadas a la agricultura. La agroindustria pertenece a un grupo económico que realiza actividades que involucra diseñar, cambiar, y vender productos agropecuarios. Que puede verse en alimentaria y no alimentaria.
2. **Asociatividad Empresarial**, la asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial, en donde cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para el logro de objetivos comunes,

algunos de los cuales pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de materia prima; estar orientado hacia la generación de una relación más estable en el tiempo, como la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común; o dirigidos al acceso de financiamiento con garantías que son cubiertas proporcionalmente de cooperación empresarial.

3. Bien, en términos económico es real, existe y está dirigido a cumplir las necesidades de los clientes o consumidores que lo necesita.

4. Competitividad, Hall, (1987) *“la competitividad despierta un interés floreciente en grupos variopintos: los políticos pretenden mejorarla, los legisladores debaten sobre ella, los editores publican sobre ella, los consultores viven de implantarla, y los economistas intentan explicarla y medirla”*. Arriaga, Conde y Estrada (1996) competitividad está relacionado a la microeconomía de una empresa, casi siempre es un término que indica una realidad empresarial.

Para Fernández (1995) dice que “mejorar el conocimiento sobre el comportamiento de las empresas nunca ha sido prioridad de los economistas”.

5. Comercio exterior, Calduch Cervera, Rafael (2019) afirmó que “el comercio exterior puede definirse como el intercambio de bienes y servicios que realiza la economía de un país o áreas regionales la economía de un país o área regional con las economías de otros países o áreas regionales. De acuerdo con esta definición el análisis económico que se realiza desde la teoría del comercio exterior adopta las aportaciones de la macroeconomía pero las aplica desde la perspectiva del micro internacionalidad (p. 2). En el análisis del comercio exterior, los intercambios de bienes y servicios se realizan con un entorno internacional abierto, ello permite que las autoridades económicas.

6. Proceso de la estrategia, el jefe controla cada uno de los aspectos del proceso estratégico, por ejemplo, quien es o será controlado, de tal

manera que tiene la oportunidad de influir en la estrategia, de decir que estructura se trabajara.

- 7. Estructura Organizacional**, Mintzberg (1984) “una estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las misma”. Strategor (1988) explica que una estructura organizacional “es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones y que cada unidad debe cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad”
- 8. Exportación**, Bello Alfaro, Jeymerd Lelis (2012) en su tesis “Estudio sobre el Impacto de las Exportaciones en el Crecimiento Económico del Perú Durante los Años 1970.2010” Afirmó que exportación es el registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de este (efectiva o imputada).
- 9. Eficiencia**, según Farrel (1957) quien menciona a la eficiencia como la mejor posibilidad entre los insumos y los empleos en dos aspectos: input y output. Según L. Daft, Richard señala que eficiencia se refiere a la cantidad de recursos utilizados para alcanzar las metas de la organización. Se basa en la cantidad de materias primas, dinero y empleados necesarios para lograr cierto nivel de producción.
- 10. Eficacia**, Milton Cuyo (2014) dijo que eficacia es la capacidad de lograr un resultado esperado o previsto. Menciona que puede llegar a ser eficiente sin ser eficaz y viceversa, pero lo óptimo es la mezcla de ellas, las dos cualidades son sumamente importantes.
- 11. Pymes**, según Choy Zevallos, E. (2010) sostuvo que la participación de las Micro y Pequeñas Empresa (pymes) peruanas, ante la reciente apertura comercial, concretamente el Tratado de Libre Comercio (TLC), es casi nula, por tratarse de empresas que no son competitivas y que

enfrentan muchos obstáculos para su desarrollo tales como: problemas de acceso a los mercados, barreras tecnológicas y dificultades para obtener recursos de crédito del sector financiero.

También el autor nos dice que frente a los grandes desafíos de una Economía Abierta y Global, los TLC representan oportunidad comercial para países como el Perú, ya que depende de otros países para alcanzar el crecimiento de su comercio exterior. Una apertura comercial y concretamente con el TLC, con Estados Unidos, es una oportunidad muy buena para las empresas peruanas que estén preparada y una gran amenaza, para los que no participan; se requiere de competitividad, un gran desafío las pymes peruanas frente al nuevo panorama económico.

- 12. Mercancías**, recursos, productos, bienes y servicio escasos. Esas cosas son los objetivos sobre los que se toman las decisiones económicas y los que las llenan de contenido.

CAPITULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Hipótesis general y específicas

2.1.1 Hipótesis general

La hostilidad ambiental y la estrategia competitiva influyen significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

2.1.2 Hipótesis Específicas

1. La hostilidad ambiental influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.
2. La estrategia de competitividad influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

2.2 Variables

En este subcapítulo se definirá las dos variables presentadas en la investigación:

Variable 1: Factores de la organización

Variable 2: Estructura de la organización

Por consiguiente, cada variable indicada está relacionada con determinadas dimensiones. Las cuales nos ayudan establecer los indicadores y dimensiones.

Las dimensiones relacionadas a la variable 1 y 2 hacen referencia a los temas que contribuyen al entendimiento de la presente investigación. Por lo tanto, se construye la matriz de operacionalización de variables con la finalidad de obtener información acerca Los factores que se relacionan con la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratados de Tacna que son: la hostilidad ambiental y las estrategias competitiva 2019.

Anexo 1: Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 2:

Operacionalización de la variable 1.

Variable: Factores de la Organización		
Definición conceptual: Es un conjunto de factores denominados contextuales porque proceden del mundo exterior, rodean a la empresa y ejercen su influencia sobre ella. El entorno, la tecnología, el tamaño de la empresa, la globalización económica, ampliación de la demanda de productos y servicios, nuevos roles sociales		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuestas
Dimensión	Indicadores-Definición	Ítems del instrumento
Hostilidad Ambiental	1.Gestión de Fracaso: Es algo inherente al ser humano. Todo no nos sale como esperamos siempre.	1. La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta. 2. Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios. 3. La intensidad competitiva es alta en mi industria.
	2.Fidelización: Es un concepto de Marketing que designa la lealtad de un cliente a una marca.	4. La lealtad del cliente es baja en mi industria. 5. Las guerras de precios severos son características de mi industria. 6. Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria.
	3.Asesoramiento: Es la acción y efecto de asesorar o asesorarse acción y efecto de asesorar o asesorarse.	7. Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector. 8. Falta de acceso al crédito que incluye las MYPES exportadoras de orégano. 9. Alto nivel de informalidad en el sector.
Estrategia competitiva	1.Recopilación de información: Es el proceso que consiste en recolectar datos con algún fin específico.	10. Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error. 11. La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas. 12. Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas.
	2.Estrategia de negocio: Es la planificación por parte de una empresa de cara a la consecución de objetivos previamente establecidos.	13. La estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación. 14. La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros. 15. La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción).

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3:

Operación de la variable 2

Variable: Estructura de la Organización		
Definición conceptual: Es el patrón para organizar el diseño de una empresa con el fin de concluir las metas propuestas y lograr el objetivo.		
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuestas
Dimensión	Indicadores	Ítems del instrumento
Sin dimensiones	1. Informalidad de pyme: Actividad económica oculta solo por razones de elusión fiscal o de controles administrativos	1. Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal. 2. Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo.
	2. Procedimiento: Es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma.	3. Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos. 4. Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales.
	3.Toma de decisiones: Es una resolución o determinación en la que se toma respecto a algo.	5. Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales. 6. Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical).
	4.Canales de comunicación: Formales e informales, sirve para transmitir la información oficial mientras la segunda en rumores.	7. Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño Metodológico

El enfoque presentado es cuantitativo; se tomarán datos a partir del análisis estadístico que se realizó tras la aplicación del cuestionario estructurado a la Pyme exportadora de orégano deshidratado de la región Tacna.

El diseño es no experimental, porque las variables que son objeto de estudio no se manipulan y la variable independiente, se investiga tal cual se encuentra en la realidad para abordar de manera completa el impacto e influencia.

El alcance de la Investigación es descriptivo simple porque investiga y describe un problema sobre los elementos externos que recae sobre la gestión estratégica de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Del mismo modo el tipo de investigación es aplicada, porque se han utilizado la información de las Ciencias Administrativas en la aplicación de las dos variables y porque aporta conocimiento a partir del marco teórico, de esta manera los resultados aportarán alternativas de solución.

3.2 Diseño Muestral

3.2.1 Población

La población objeto de estudio está compuesta por personal administrativo de 5 Pymes exportadoras de orégano ubicado en Tacna, sin distinción de sexo, edad, años de experiencia, lugar de trabajo, entre otros. Cuya muestra está compuesta por la totalidad del personal Administrativo, la cuales constituye 27 personas.

3.2.2 Muestra

Muestreo no probabilístico

En esta investigación se utilizó en esencia la metodología de muestreo no probabilístico intencional por ser considerado el más adecuado para la investigación, ya que se decidió incluir en la muestra a todos los trabajadores administrativos de las empresas exportadoras

de orégano en Tacna, para responder ciertas interrogantes de carácter cuantitativo considerando los puntos de vista de los encuestados.

Se aplicó un cuestionario estructurado de 23 ítems y la elección de las empresas no se basó en un criterio estadístico, por el contrario, la principal razón de la elección fue porque estuvieron dispuestos y facilitaron el acceso a la información requerida.

Criterios de inclusión

La encuesta se realizó a gerentes y coordinadores de operaciones de las pymes exportadoras de orégano.

Pymes exportadoras de orégano en Tacna, que participaron en la encuesta:

1. Estela y Compañía SRL
2. Grupo Estela SAC
3. Agro Sur
4. Aromático Inversiones SAC
5. Nodiex del Perú SAC

3.3 Confiabilidad del Instrumentos

La técnica utilizada es la encuesta estructurada cuyo instrumento que utilizado fue el cuestionario elaborado para esta investigación que estará dirigido al personal administrativo de la Pyme exportadora de orégano de Tacna.

Se aplicó la encuesta estructurada para poder compartir y adquirir nuevos conocimientos producto de la experiencia de los encuestados así mismo establecer contacto con la unidad de análisis de la presente investigación.

El instrumento para la recolección fue el cuestionario, que contiene 23 preguntas en una escala del 1 al 7, siendo con menor puntaje totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Se utilizó la estadística descriptiva correlacional como técnica en el análisis de datos, diseñando tablas y gráficos de frecuencias absolutas y porcentuales para mostrar las respuestas de los encuesta haciendo uso del programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), programa mínimo que tiene herramientas estadísticas para poder analizar los datos de la forma más adecuada y el nivel de confianza del 95%.

Para comprobar la confiabilidad del instrumento se empleó el programa estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences), programa que tiene herramientas estadísticas para poder analizar los datos de la forma más adecuada y el nivel de confianza del 95%.

3.5 Aspectos éticos

En la investigación prevalece los valores éticos-morales con respecto a los individuos, sociedad e instituciones .El siguiente trabajo de investigación contó con el consentimiento y autorización de los empresarios y personal administrativo de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de la región Tacna.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

La investigación muestra un enfoque cuantitativo ya que se realizó una encuesta estructurada censal a 27 personas del área administrativa con un total de 23 preguntas y la información obtenida ha sido de vital importancia para responder al problema formulado sobre los factores que influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Asimismo, muestra un alcance descriptivo Correlacional lo cual conlleva los resultados a establecer la relación que existe entre los factores que influyen en la organización y su estructura de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de la Tacna, 2019.

Como es de tipo aplicada y con un diseño no experimental, se pudo rescatar diversa información debido al tipo de alternativas que presenta el instrumento (Escalares - Nominales - Ordinales).

En base a la metodología mencionada, se usaron las siguientes técnicas estadísticas en el programa SPSS, y a partir de la tabulación en el programa Excel de las encuestas aplicadas a la muestra de estudio:

1. Alfa de Cronbach (Confiabilidad)
2. Validez de contenido
3. Correlación de Pearson
4. Gráficos de barras y circulares
5. Tablas de frecuencia (Porcentajes y contenidos)

4.1.1 Descripción de la muestra

La muestra de la investigación está conformada por 27 personas del personal administrativo de la PYME exportadora de orégano deshidratado de Tacna, que han respondido un instrumento de investigación compuesto por 23 ítems.

Las empresas a quién se realizó las encuestas fueron:

Tabla 4:
Encuesta de Pymes exportadoras de orégano de Tacna

N°	Pyme exportadoras de Tacna	Encuestados
1	Estela y Compañía SRL	07
2	Grupo Estela SAC	05
3	Agro Sur	04
4	Aromático Inversiones SAC	07
5	Nodiex del Perú SAC	04
Total de encuestados		27

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Análisis y codificación de datos

La confiabilidad y validez del constructo se mide estadísticamente con el Alfa de Cronbach, y con los valores excluidos. Al tener todos los casos válidos, se puede entender que todos los individuos de la muestra han participado del estudio.

4.1.3 Confiabilidad y validez del constructo para la variable 1 (factores de la organización) y Dimensión 1 (hostilidad ambiental)

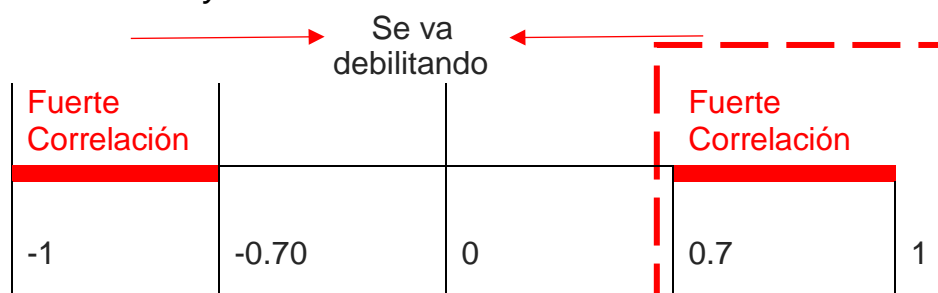
Tabla 5:
Escala de confiabilidad estadística

	McDonald's ω	Cronbach α
Scale	0.793	0.76

Nota. De las observaciones, se utilizaron 27, se excluyeron 0 de la lista y 27 fueron previstas.

Se puede inferir que el resultado obtenido de 0.76 se constituye como una correlación fuerte, asimismo la presente afirmación se aprecia en la siguiente imagen:

Tabla 6:
Confiabilidad y validez del constructo



Fuente: Muñoz (2018)

4.1.4 Confiabilidad y validez del constructo para la variable 1 factores de la organización) y Dimensión 2 (estrategia competitiva)

Tabla 7:

Escala de confiabilidad estadística

	McDonald's ω	Cronbach α	Average interitem correlation
Scale	0.853	0.827	0.636

Nota. De las observaciones, se utilizaron 27, se excluyeron 0 de la lista y 27 fueron previstas.

Se puede inferir que el resultado obtenido de 0.827 se constituye como una correlación fuerte.

4.1.5 Confiabilidad y validez del constructo para la variable 2 (estructura de la organización)

Tabla 8:

Escala de confiabilidad estadística

	McDonald's ω	Cronbach α
Scale	0.741	0.710

Nota. De las observaciones, se utilizaron 27, se excluyeron 0 de la lista y 27 fueron previstas.

Se puede inferir que el resultado obtenido de 0.710 se constituye como una correlación fuerte.

4.2 Validez de contenido

Tabla 9:

Validez de contenido

Expertos	Cuestionario	
	Puntaje	%
Quintana, Noemí	1152	100
Moreno Andrade, Elvina	1152	100
Totales	2286	100

Fuente: Instrumentos de opinión de expertos

La validez de contenido fue realizada por 2 expertos, el juicio de estos se dio mediante la asignación de puntajes bajo 4 criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia. El rango establecido fue del 1 al 4, donde 4 hacía

referencia al correcto cumplimiento del criterio establecido. Por lo tanto, el cuestionario de 23 preguntas se constituye como instrumentos con excelente validez debido a que cada uno representa un 100%.

4.3 Análisis descriptivo

Los datos recolectados han sido analizados mediante tres dimensiones y fueron desarrolladas en una encuesta de 23 preguntas. Las variables en mención se resumen a continuación a través de gráficos de barras agrupados. Del mismo modo, se exponen los análisis de cada cuadro, el cual está compuesto por las preguntas asociadas a cada indicador previamente ubicadas en la operacionalización de las variable.

Por lo tanto, se presenta dos cuadros, los cuales están compuestos por los porcentajes que representa cada respuesta, siendo de la variable:

- **VARIABLE 1:** Factores de la organización
- **VARIABLE 2:** Estructura de la organización
- **DIMENSION 1:** Hostilidad ambiental
- **DIMENSIÓN 2:** Estrategia competitiva

Para dar respuesta al análisis descriptivo, se ha interpretado los datos que forman parte del gráfico de barras y porcentajes como respuesta de la encuesta, los cuales de muestran a continuación:

- **Variable 1: Factores de la Organización**
Análisis estadístico del factor externo que influye en la estructura de la organización de las pymes exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Tabla 10:

La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	3,7	3,7
Ligeramente en desacuerdo	8	29,6	33,3
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	3,7	37,0
Ligeramente de acuerdo	5	18,5	55,6
De acuerdo	3	11,1	66,7
Totalmente de acuerdo	9	33,3	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

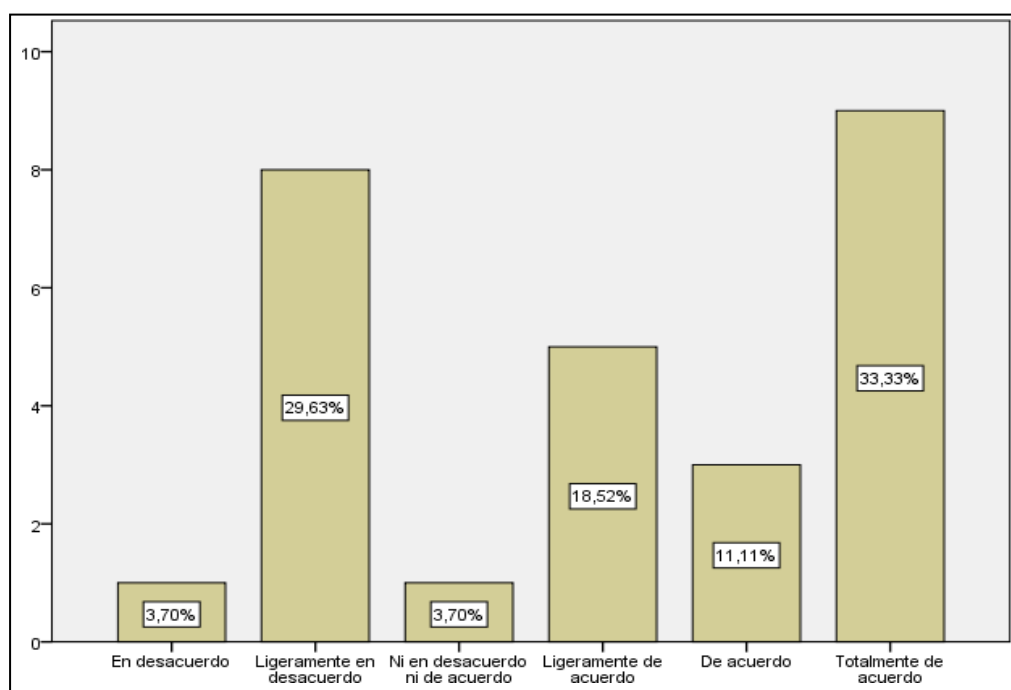


Figura 4:

La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 4 sobre “la tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta”, se puede determinar que los encuestados se encuentran, mayoritariamente, “totalmente de acuerdo”, representando un 33,3%. Seguido de un 29,6% de personas que se encuentran “ligeramente en desacuerdo”; un 18,5%, “ligeramente de acuerdo”; un 11,1%, “de acuerdo”; un 3,7% “en desacuerdo”; y, un 3,7%, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

Tabla 11: Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	3,7	3,7
Ligeramente en desacuerdo	8	29,6	33,3
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	10	37,0	70,4
Ligeramente de acuerdo	6	22,2	92,6
De acuerdo	2	7,4	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

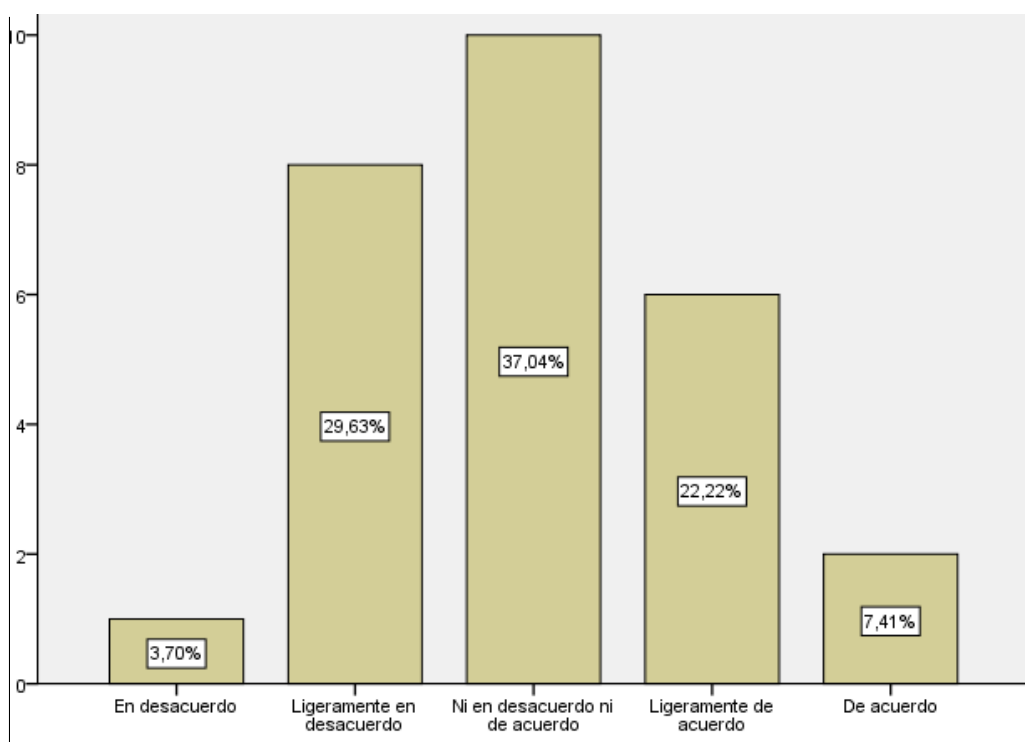


Figura 5:

Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios

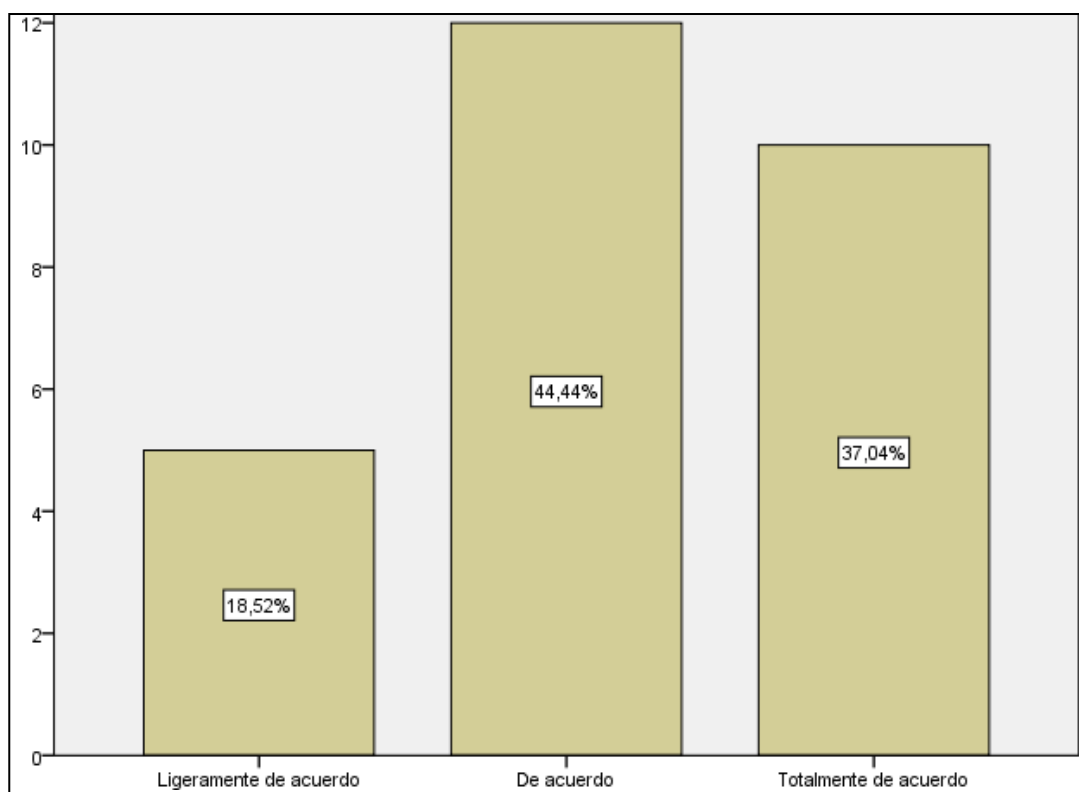
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 5 sobre sobre “mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios”, se puede determinar que los encuestados se encuentran, mayoritariamente, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, representando un 37%. Seguido de un 29,6% de personas que se encuentran “ligeramente en desacuerdo”; un 22,2%, “ligeramente de acuerdo”; un 7,4%, “de acuerdo”; y, un 3,7% “en desacuerdo”.

*Tabla 12:
La intensidad competitiva es alta en mi industria*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente de acuerdo	5	18,5	18,5
De acuerdo	12	44,4	63,0
Totalmente de acuerdo	10	37,0	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia



*Figura 6:
La intensidad competitiva es alta en mi industria*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 6 sobre sobre “la intensidad competitiva es alta en mi industria”, se puede determinar que los encuestados se encuentran, mayoritariamente, “de acuerdo”, representando un 44,4%. Seguido de un 37% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; y, un 18,5%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 13:

La lealtad del cliente es baja en mi industria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente en desacuerdo	1	3,7	3,7
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	13	48,1	51,9
Ligeramente de acuerdo	2	7,4	59,3
De acuerdo	10	37,0	96,3
Totalmente de acuerdo	1	3,7	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

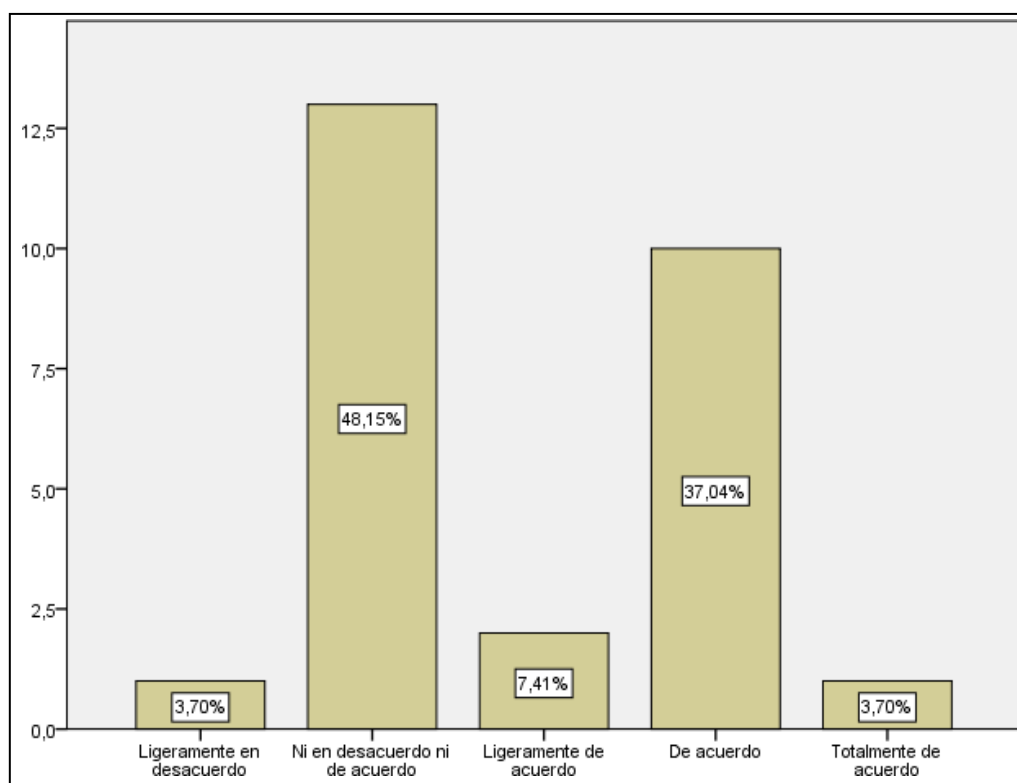


Figura 7:

La lealtad del cliente es baja en mi industria

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 7 sobre “la lealtad del cliente es baja en mi industria”, se puede determinar que los encuestados se encuentran, mayoritariamente, “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, representando un 48,1%. Seguido de un 37% de personas que se encuentran “de acuerdo”; un 7,4%, “ligeramente de acuerdo”; un 3,7%, “totalmente de acuerdo”; y, un 3,7% “ligeramente en desacuerdo”.

Tabla 14:

Las guerras de precios severos son características de mi industria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente de acuerdo	9	33,3	33,3
De acuerdo	11	40,7	74,1
Totalmente de acuerdo	7	25,9	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

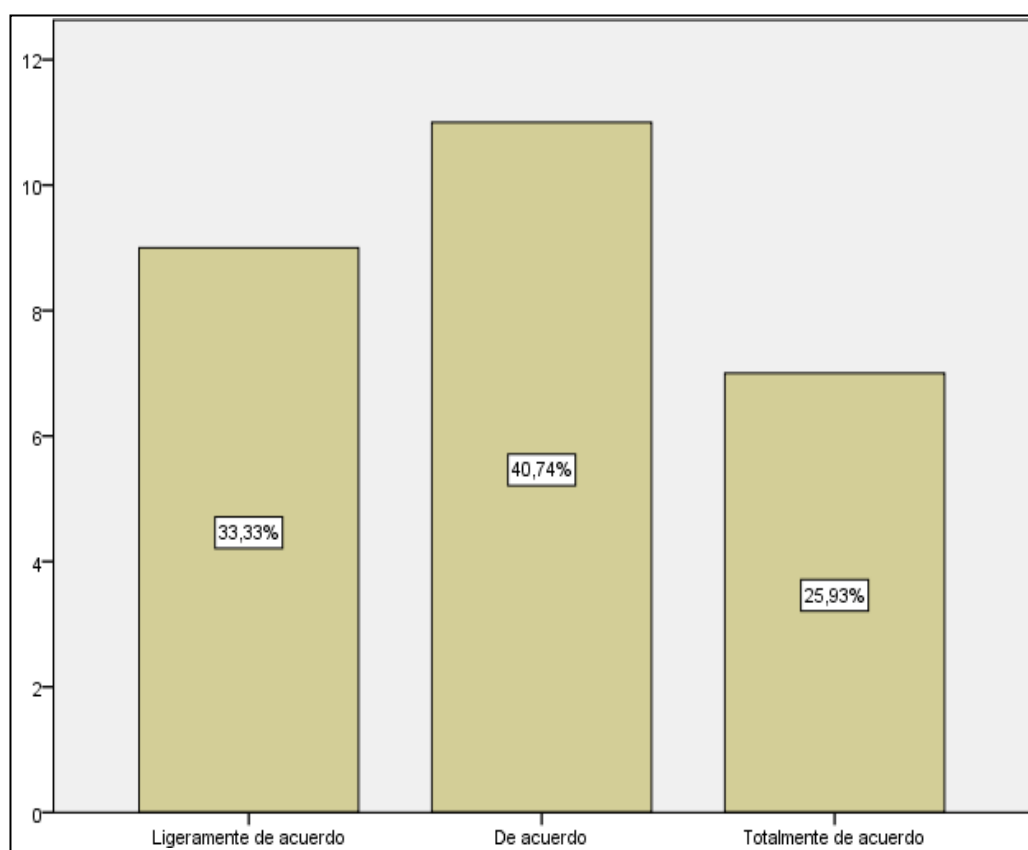


Figura 8:

Las guerras de precios severos son características de mi industria

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la figura 8 sobre “las guerras de precios severos son características de mi industria”, se analiza que los encuestados en su mayoría están, “de acuerdo”, representando un 40,7%. Seguido de un 33,3% de personas que se encuentran “ligeramente de acuerdo”, y un 25,9% totalmente de acuerdo.

Tabla 15:

Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	3	11,1	11,1
Ligeramente de acuerdo	13	48,1	59,3
De acuerdo	3	11,1	70,4
Totalmente de acuerdo	8	29,6	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

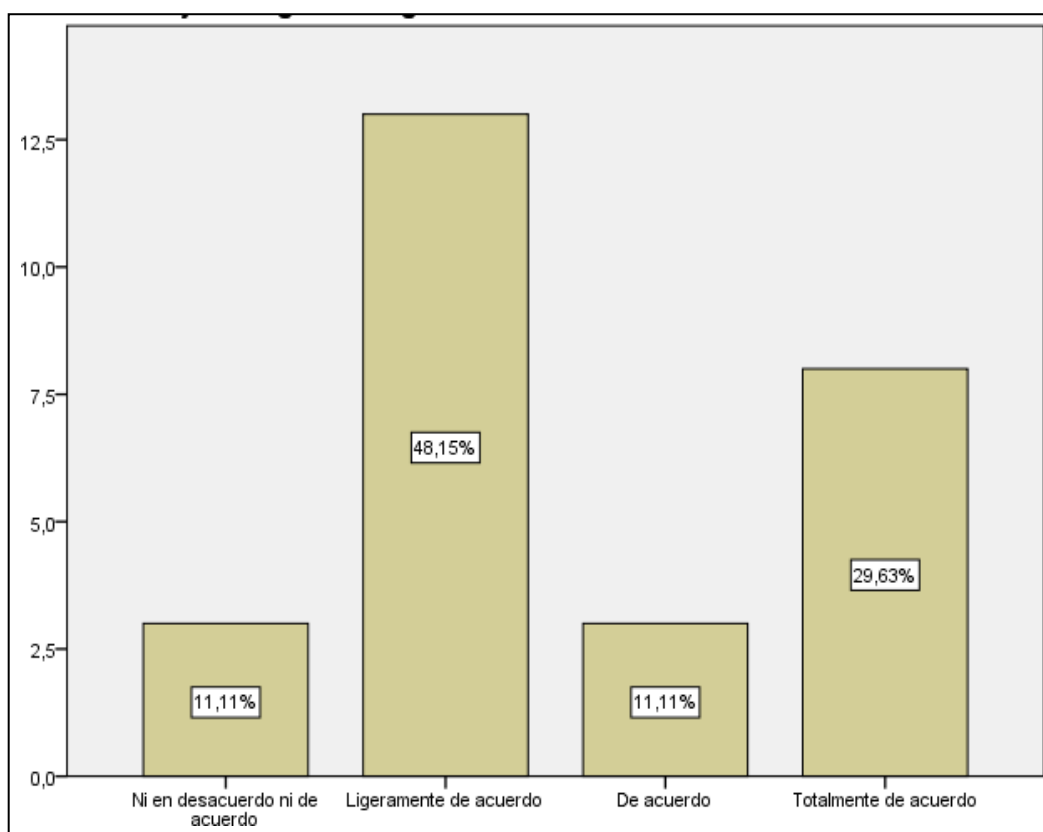


Figura 9:

Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 9 sobre sobre “los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente de acuerdo”, representando un 48,1%. Seguido de un 29,6% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; un 11,1%, “de acuerdo”; y, un 11,1%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”.

Tabla 16:

Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	6	22,2	22,2
Ligeramente de acuerdo	12	44,4	66,7
De acuerdo	6	22,2	88,9
Totalmente de acuerdo	3	11,1	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

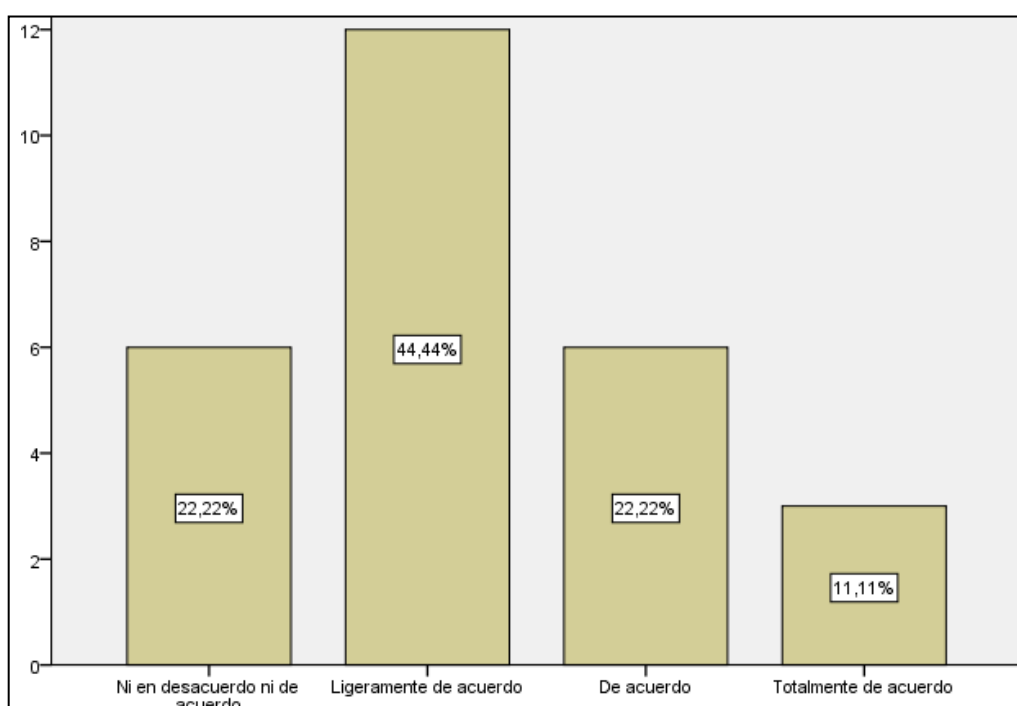


Figura 10:

Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 10 sobre sobre “las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad” se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente de acuerdo”, representando un 44,4%. Seguido de un 22,2% de personas que se encuentran “de acuerdo”; un 22,2%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”; y, un 11,1%, “totalmente de acuerdo”.

Tabla 17:

Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	25,9	25,9
En desacuerdo	5	18,5	44,4
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	5	18,5	63,0
De acuerdo	3	11,1	74,1
Totalmente de acuerdo	7	25,9	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

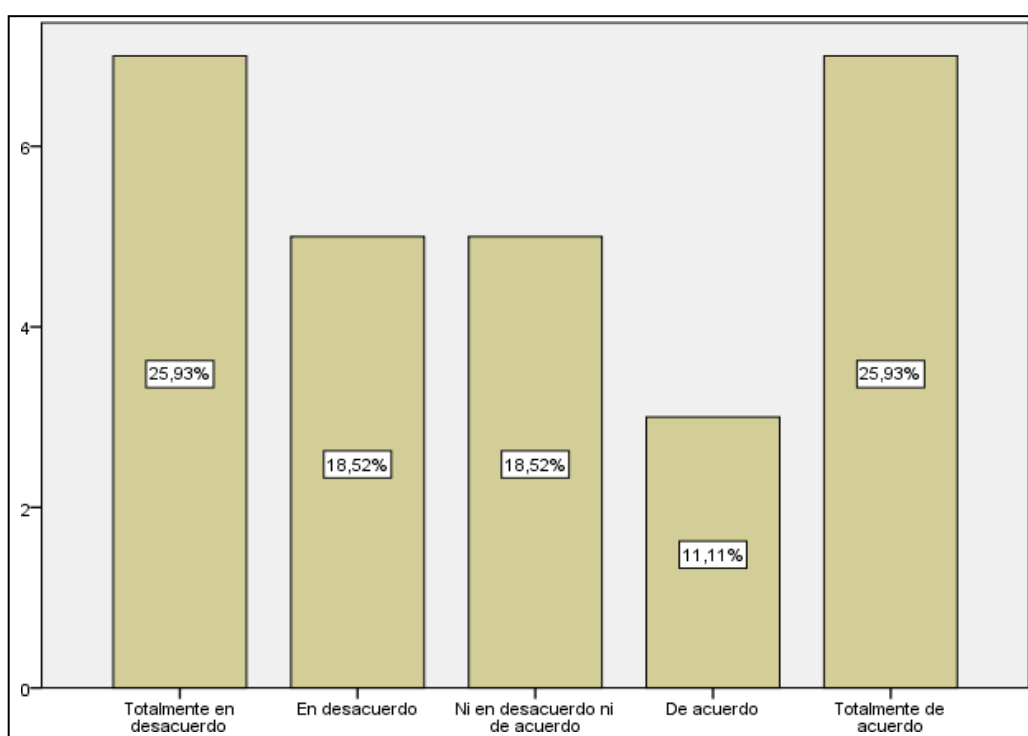


Figura 11:

Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 11 sobre sobre “Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “totalmente de acuerdo”, representando un 25,9%. Seguido de un 25,9% de personas que se encuentran “totalmente en desacuerdo”; un 18,5%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”; un 18,5%, “en desacuerdo”; y, un 11,1%, “de acuerdo”.

Tabla 18:

Falta de acceso al crédito por parte de las Mypes exportadoras de orégano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente en desacuerdo	10	37,0	37,0
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	5	18,5	55,6
Ligeramente de acuerdo	1	3,7	59,3
De acuerdo	6	22,2	81,5
Totalmente de acuerdo	5	18,5	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

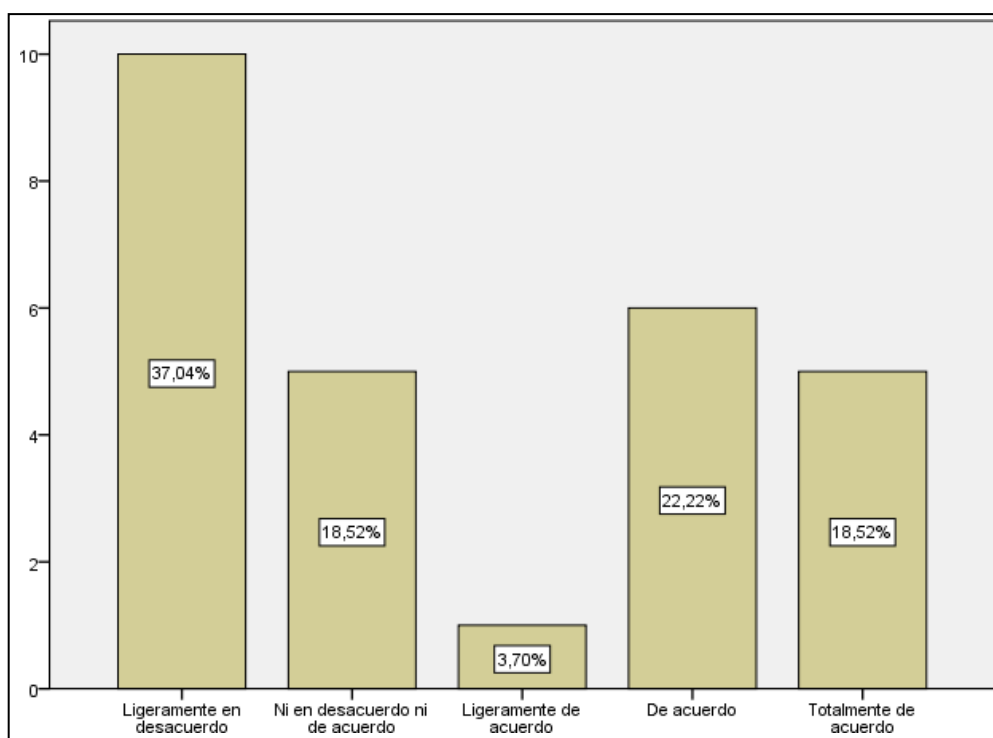


Figura 12:

Falta de acceso al crédito por parte de las Mypes exportadoras de orégano

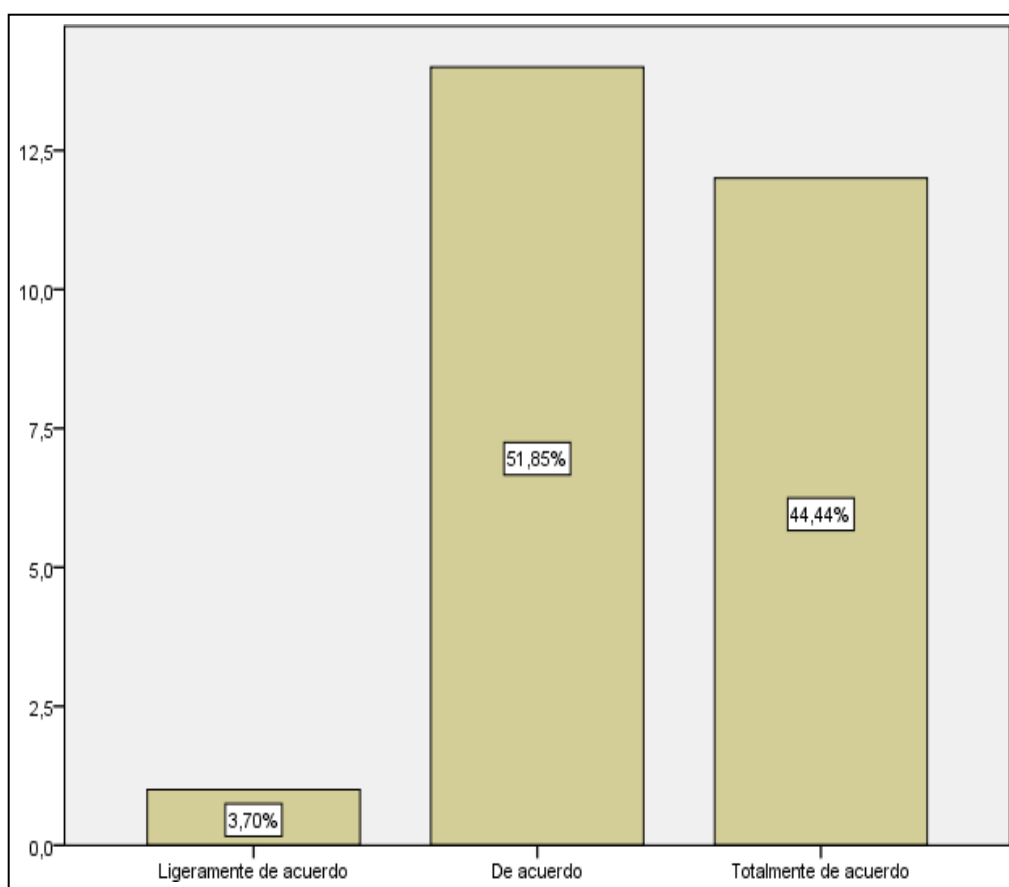
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 12 sobre sobre “falta de acceso al crédito por parte de las MYPES exportadoras de orégano”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente en desacuerdo”, representando un 37%. Seguido de un 22,2% de personas que se encuentran “de acuerdo”; un 18,5%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”; un 18,5%, “totalmente de acuerdo”; y, un 3,7%, “ligeramente de acuerdo”.

*Tabla 19:
Alto nivel de informalidad en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente de acuerdo	1	3,7	3,7
De acuerdo	14	51,9	55,6
Totalmente de acuerdo	12	44,4	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia



*Figura 13:
Alto nivel de informalidad en el sector*

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 13 sobre sobre “alto nivel de informalidad en el sector”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 51,9%. Seguido de un 44,4% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; y un 3,7%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 20:

Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	11	40,7	40,7
Ligeramente de acuerdo	5	18,5	59,3
De acuerdo	10	37,0	96,3
Totalmente de acuerdo	1	3,7	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

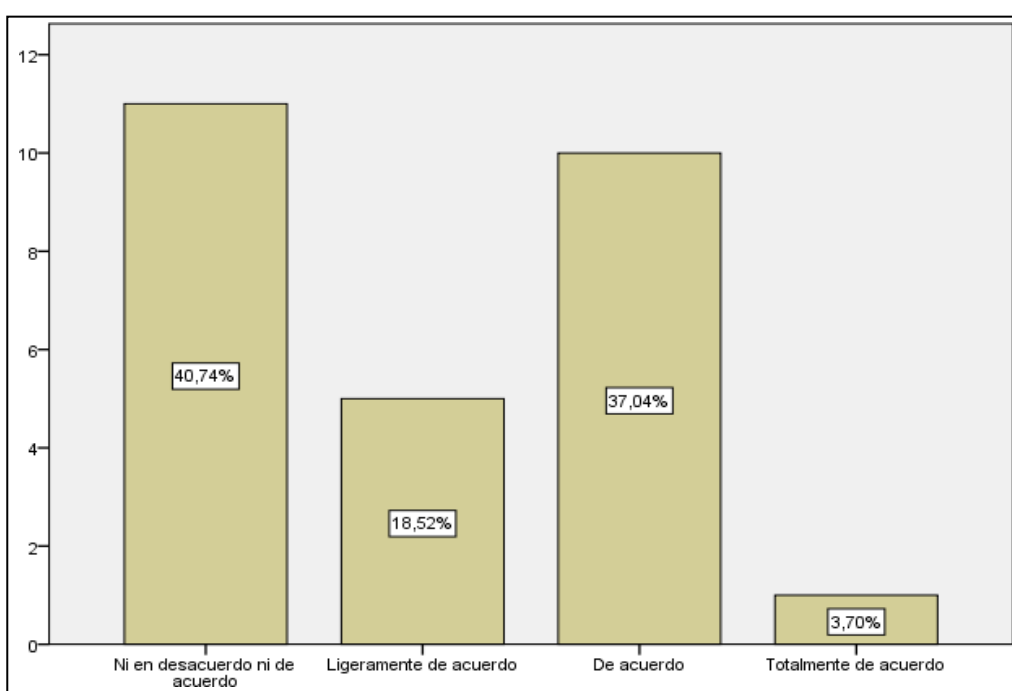


Figura 14:

Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 14 sobre sobre “por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ni en desacuerdo ni de acuerdo”, representando un 40,7%. Seguido de un 37% de personas que se encuentran “de acuerdo”; 18,5%, “ligeramente de acuerdo”; y, un 3,7%, “totalmente de acuerdo”.

Tabla 21:

La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	7,4	7,4
Ligeramente en desacuerdo	2	7,4	14,8
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	3,7	18,5
Ligeramente de acuerdo	10	37,0	55,6
De acuerdo	9	33,3	88,9
Totalmente de acuerdo	3	11,1	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

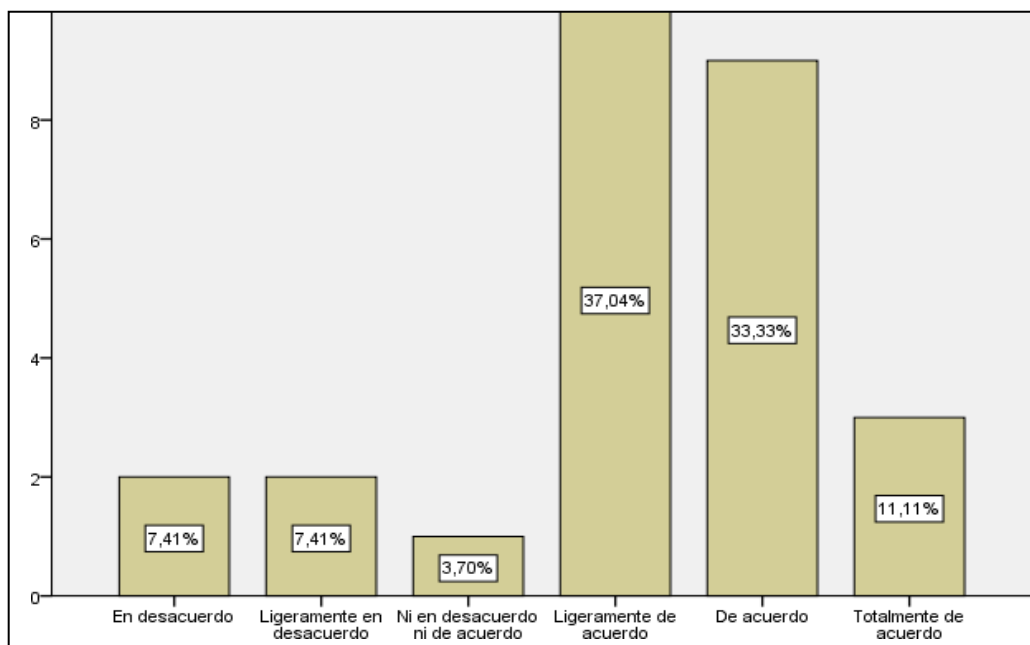


Figura 15:

La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 15 sobre sobre “la estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas Significativas”, se analiza que los encuestados en su mayoría están, “ligeramente de acuerdo”, representando un 37%. Seguido de un 33,3% de personas que se encuentran “de acuerdo”; 11,1%, “totalmente de acuerdo”; 7,4%, “ligeramente en desacuerdo”; 7,4%, “en desacuerdo”; y 3,7%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”.

Tabla 22:

Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	22,2	22,2
Ligeramente en desacuerdo	1	3,7	25,9
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	4	14,8	40,7
Ligeramente de acuerdo	6	22,2	63,0
De acuerdo	9	33,3	96,3
Totalmente de acuerdo	1	3,7	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

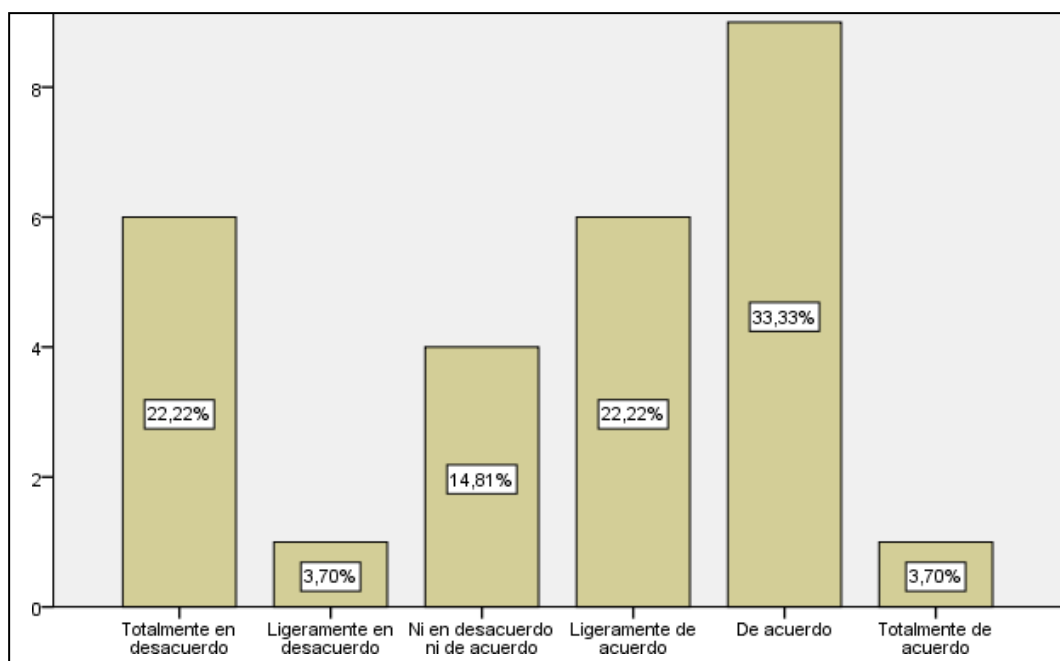


Figura 16:

Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 16 sobre sobre “Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas.” “se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 33%. Seguido de un 22,22% de personas que se encuentran “totalmente en desacuerdo”; un 14,81%, “Ni en desacuerdo ni de acuerdo”; un 22,22%, “ligeramente en desacuerdo”; un 3,70%, “ligeramente en desacuerdo”; y un 3,70%, “totalmente de acuerdo”.

Tabla 23:

La estrategia de mi unidad de negocios no se planifica con anticipación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	25,9	25,9
En desacuerdo	5	18,5	44,4
Ligeramente en desacuerdo	8	29,6	74,1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	3,7	77,8
Ligeramente de acuerdo	5	18,5	96,3
De acuerdo	1	3,7	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

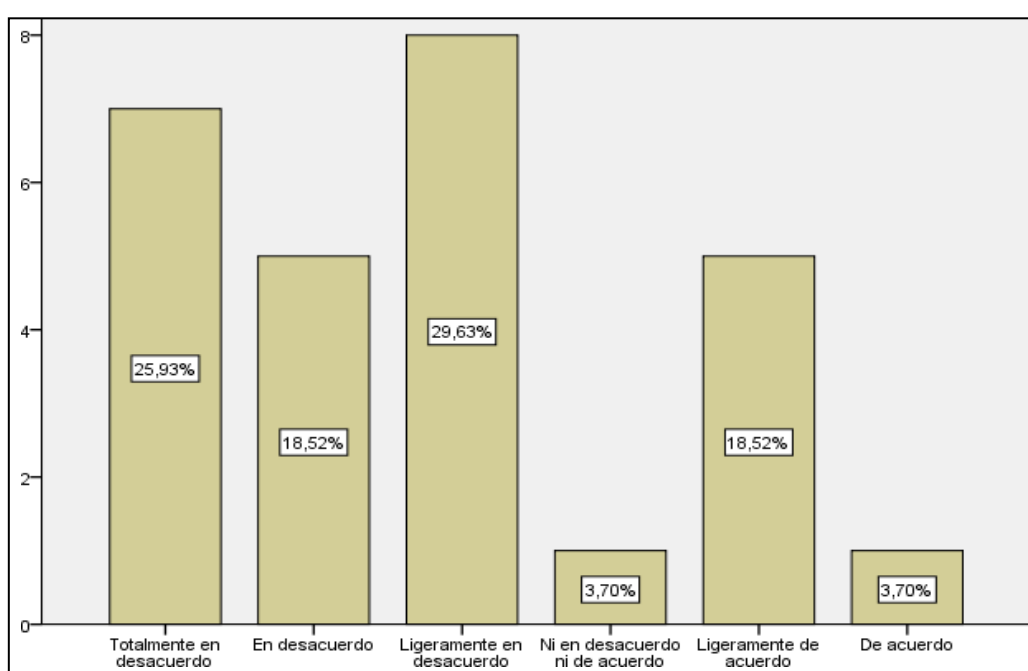


Figura 17:

La estrategia de mi unidad de negocios no se planifica con anticipación

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 17 sobre sobre “la estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente en desacuerdo”, representando un 29,6%. Seguido de un 25,9% de personas que se encuentran “totalmente en desacuerdo”; un 18,5%, “ligeramente de acuerdo”; un 18,5%, “en desacuerdo”; un 3,7%, “de acuerdo”; y, un 3,7%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”.

Tabla 24:

La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven claros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	2	7,4	7,4
Ligeramente de acuerdo	6	22,2	29,6
De acuerdo	11	40,7	70,4
Totalmente de acuerdo	8	29,6	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

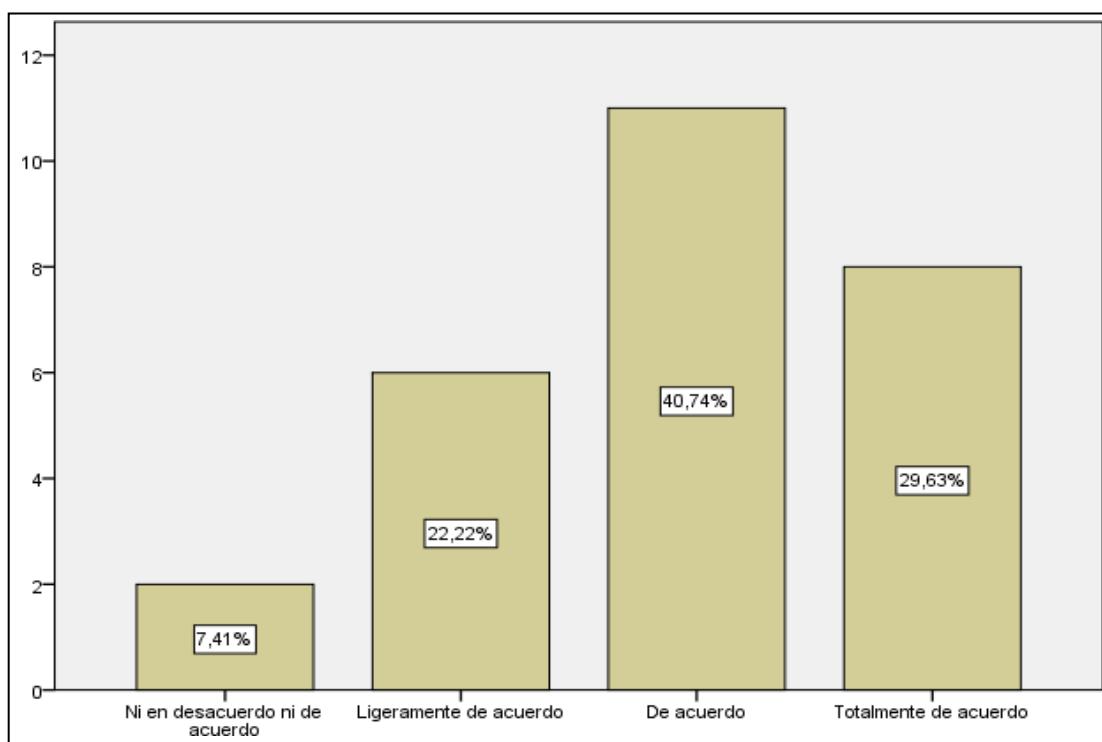


Figura 18:

La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven claros

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 18 sobre sobre “la estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 40,7%. Seguido de un 29,6% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; un 22,2%, “ligeramente de acuerdo”; y, un 7,4%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”.

Tabla 25:

La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	7,4	7,4
Ligeramente en desacuerdo	3	11,1	18,5
De acuerdo	15	55,6	74,1
Totalmente de acuerdo	7	25,9	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

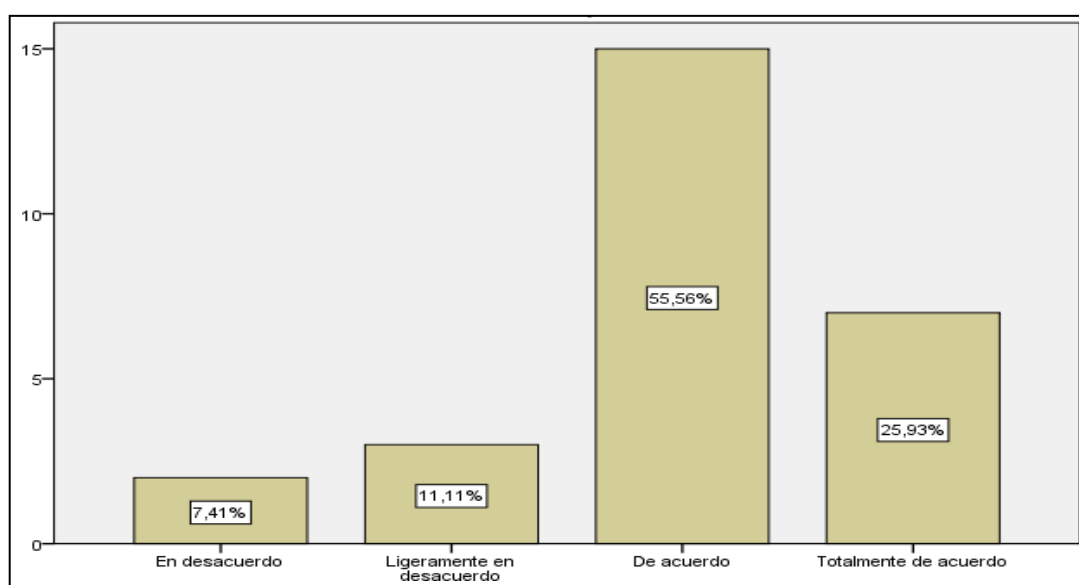


Figura 19:

La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 19 sobre “la estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (el plan formal precede a la acción” se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 55,6%. Seguido de 25,9% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; un 11,1%, “ligeramente en desacuerdo”; y, un 7,4%, “en desacuerdo”.

- **Variable 2: Estructura de la Organización**

Tabla 26:

Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente de acuerdo	5	18,5	18,5
De acuerdo	17	63,0	81,5
Totalmente de acuerdo	5	18,5	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

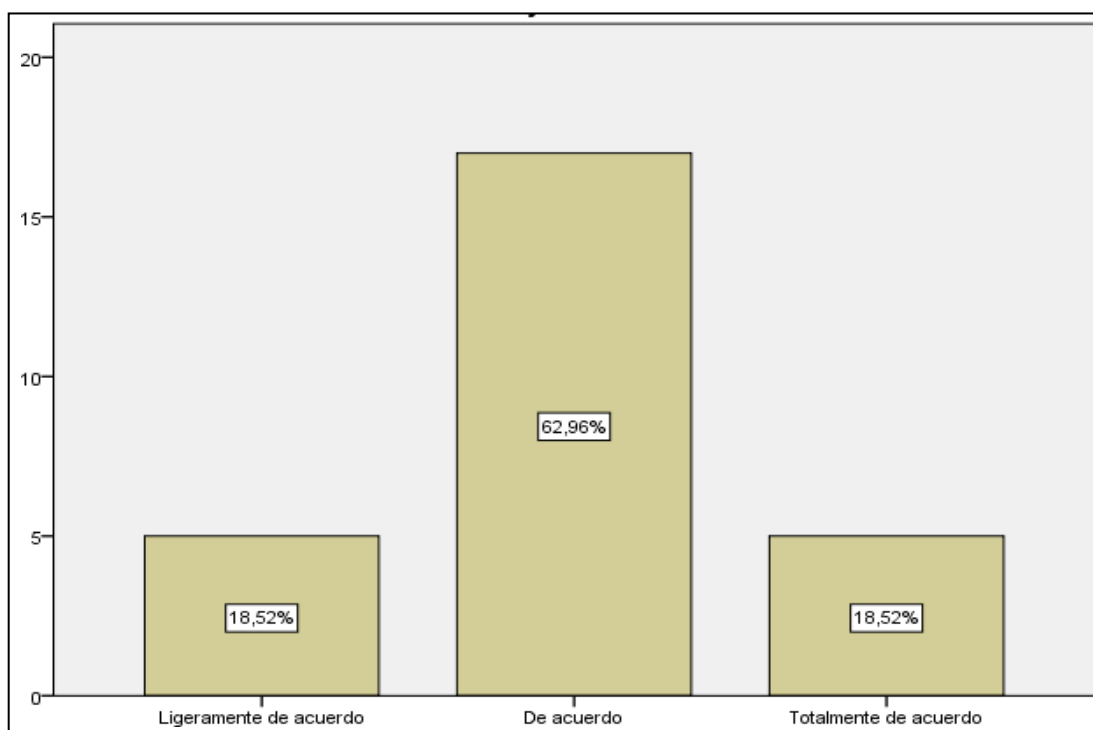


Figura 20:

Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 20 sobre sobre “hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 63%. Seguido de un 18,5% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; y, un 18,5%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 27:

Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	25,9	25,9
Ligeramente en desacuerdo	14	51,9	77,8
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	1	3,7	81,5
De acuerdo	4	14,8	96,3
Totalmente de acuerdo	1	3,7	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

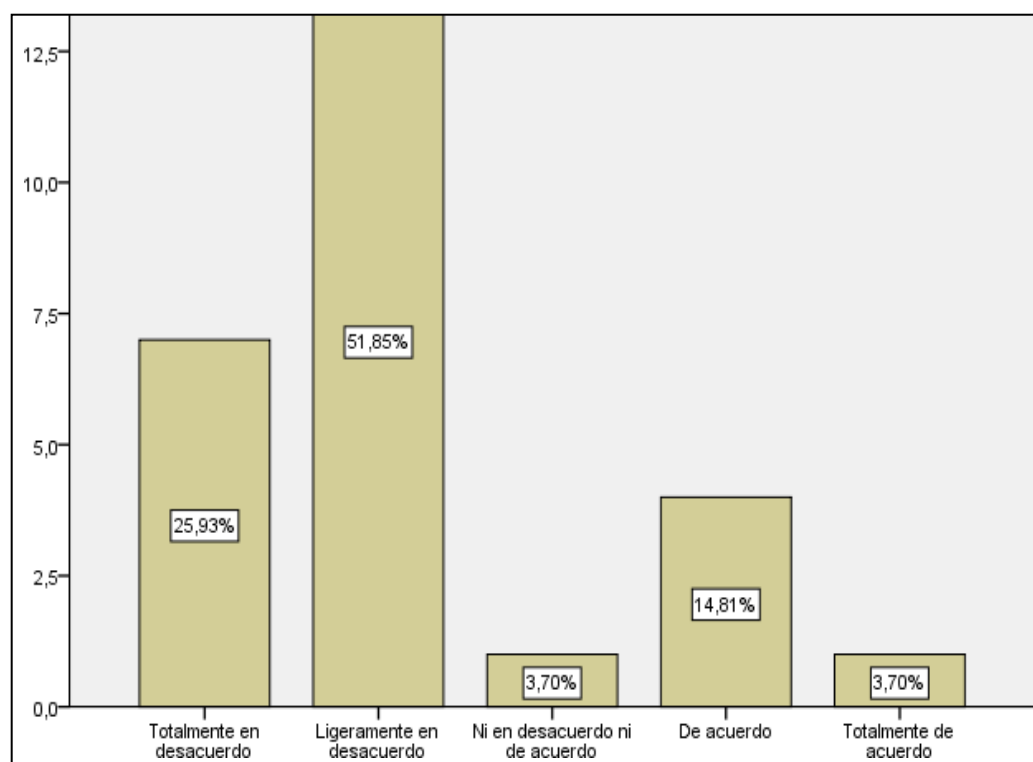


Figura 21:

Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 21 sobre sobre “existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente en desacuerdo”, representando un 51,9%. Seguido de un 25,9% de personas que se encuentran “totalmente en desacuerdo”; un 14,8%, “de acuerdo”; un 3,7%, “totalmente de acuerdo”; y, un 3,7%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”.

Tabla 28:

Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente de acuerdo	1	3,7	3,7
De acuerdo	18	66,7	70,4
Totalmente de acuerdo	8	29,6	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

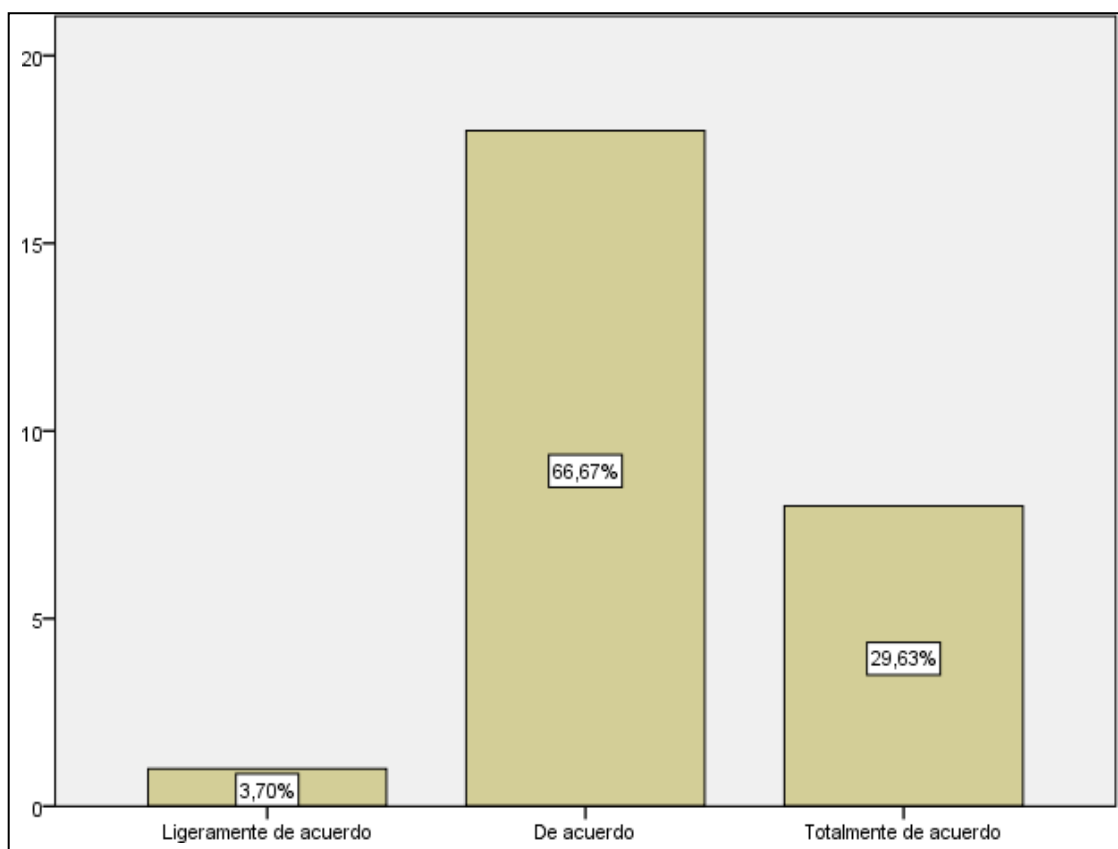


Figura 22:

Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 22 sobre “hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “totalmente de acuerdo; y, un 3,7%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 29:

Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	5	18,5	18,5
Ligeramente de acuerdo	1	3,7	22,2
De acuerdo	15	55,6	77,8
Totalmente de acuerdo	6	22,2	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

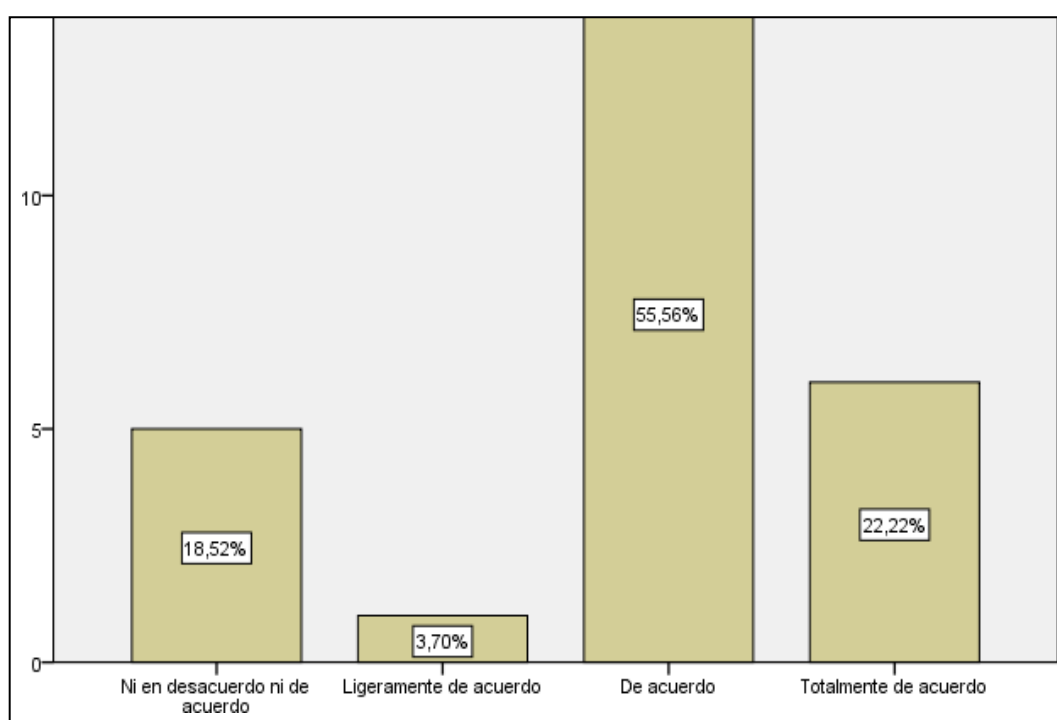


Figura 23:

Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 23 sobre sobre “se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 55,6%. Seguido de un 22,2% de personas que se encuentran “totalmente de acuerdo”; un 18,5%, “ni en desacuerdo ni de acuerdo”; y, un 3,7%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 30:

Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	6	22,2	22,2
Ligeramente de acuerdo	4	14,8	37,0
De acuerdo	12	44,4	81,5
Totalmente de acuerdo	5	18,5	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

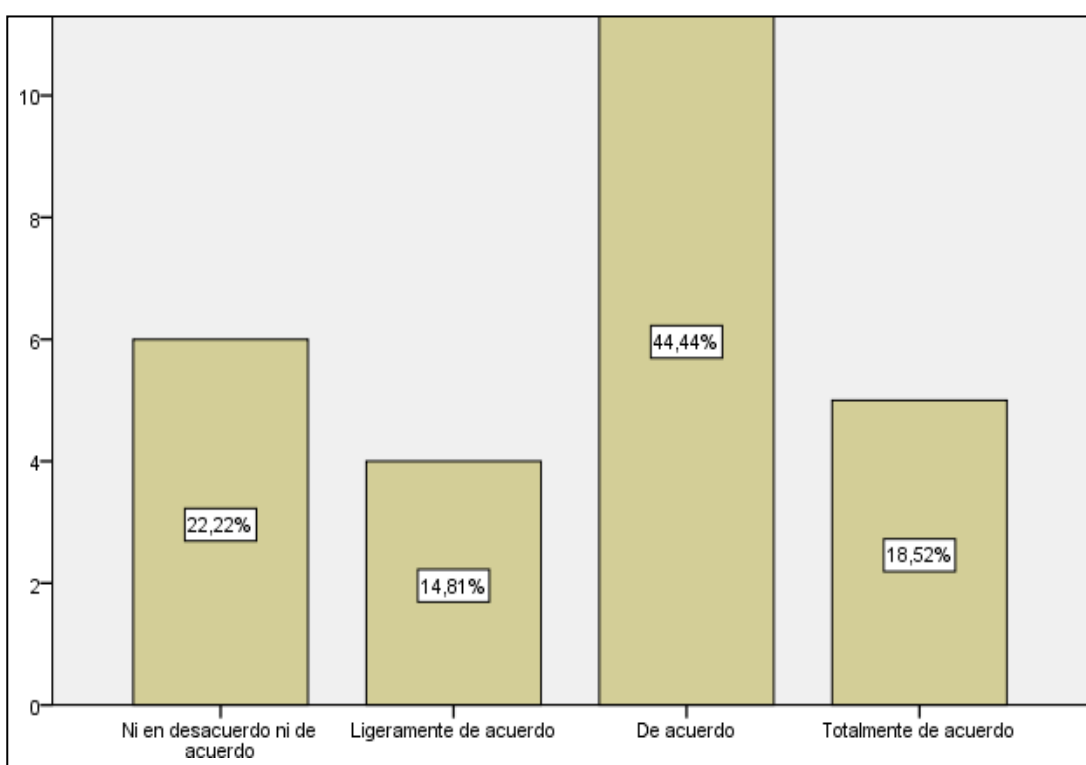


Figura 24:

Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales.

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 24 sobre sobre “hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “de acuerdo”, representando un 44,4%. Seguido de un 22,2% de personas que se encuentran “ni en desacuerdo ni de acuerdo”; un 18,5%, “totalmente de acuerdo”; y, un 14,8%, “ligeramente de acuerdo”.

Tabla 31:

Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en la firma (administración vertical)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente en desacuerdo	3	11,1	11,1
Ni en desacuerdo ni de acuerdo	17	63,0	74,1
De acuerdo	4	14,8	88,9
Totalmente de acuerdo	3	11,1	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

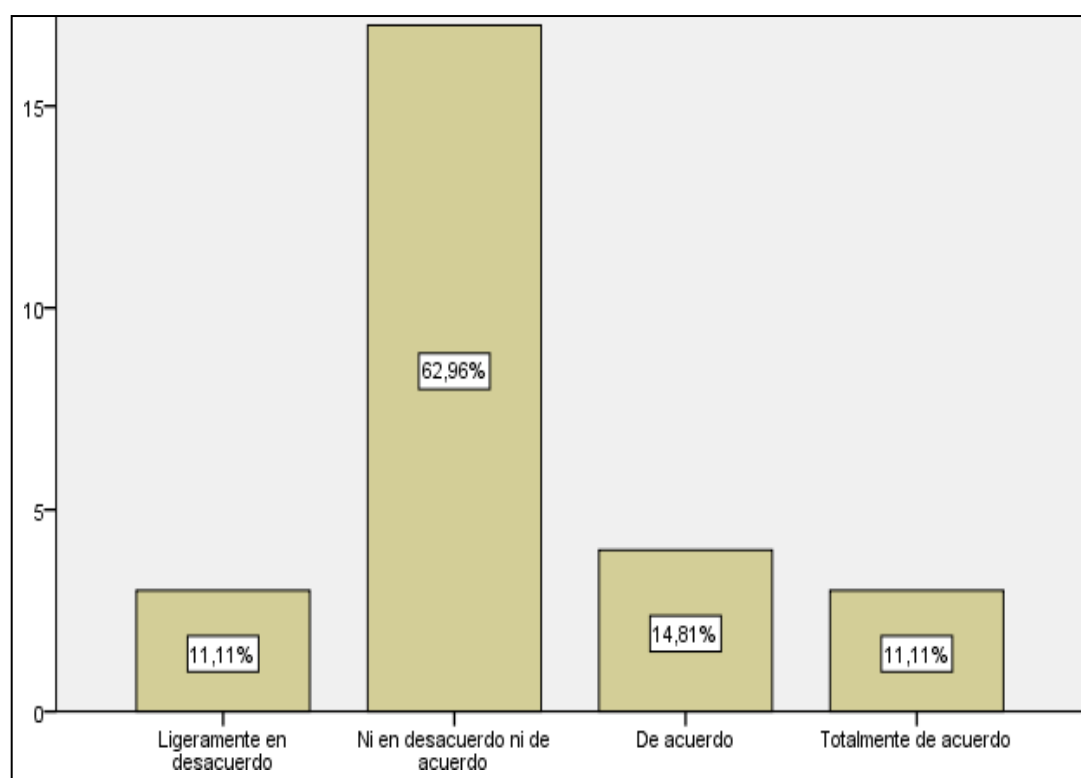


Figura 25:

Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en la firma (administración vertical).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 25 sobre sobre “existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical)”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ni en desacuerdo ni de acuerdo” representando un 63%. Seguido de un 14,8% de personas que se encuentran “de acuerdo”; un 11,1%, “ligeramente en desacuerdo”; y, un 11,1%, “ligeramente en desacuerdo”.

Tabla 32:

Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ligeramente en desacuerdo	10	37,0	37,0
Ligeramente de acuerdo	12	44,4	81,5
De acuerdo	1	3,7	85,2
Totalmente de acuerdo	4	14,8	100,0
Total	27	100,0	

Fuente: Elaboración propia

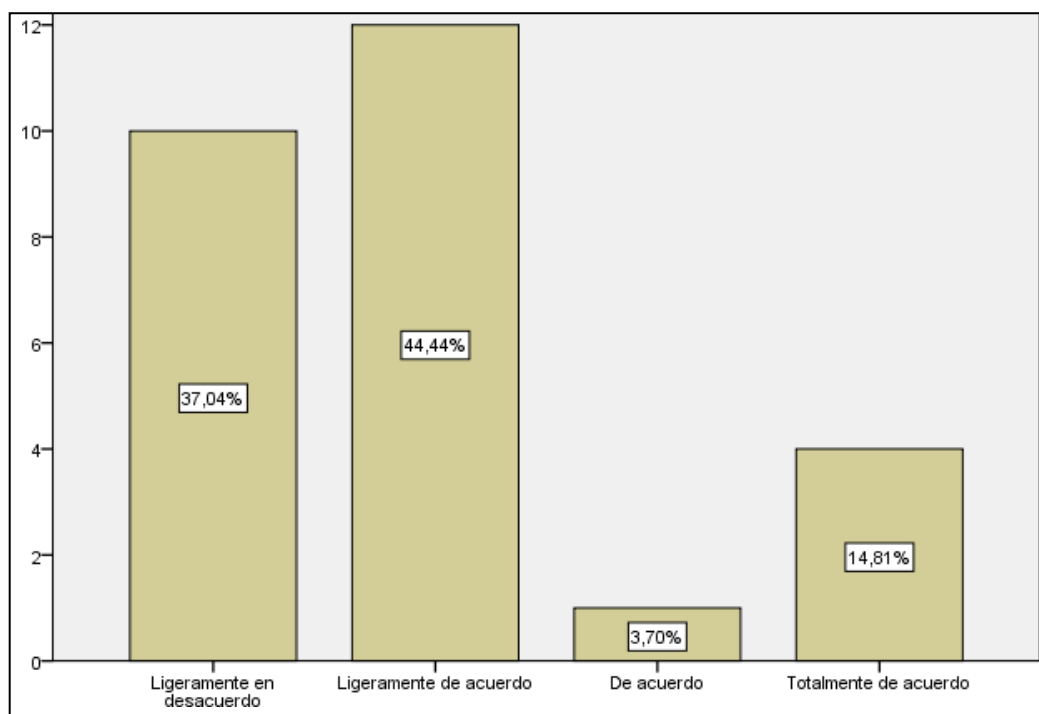


Figura 26:

Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados de figura 26 sobre sobre “los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa”, se analiza que los encuestados en su mayoría están “ligeramente de acuerdo”, representando un 44,4%. Seguido de un 37% de personas que se encuentran “ligeramente en desacuerdo”; un 14,8%, “totalmente de acuerdo”; y, un 3,7%, “de acuerdo”.

Análisis de Confiabilidad

Tabla 33:

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	27	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	27	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34:

Alfa de Cronbach

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N de elementos</u>
<u>-1,923</u>	<u>23</u>

Fuente: Elaboración propia

Lo primero que resulta del análisis de consistencia interna de las 23 variables es que el Alfa de Cronbach es mucho mayor a 1 y negativo. Esto podría significar que existe cierto problema de covarianza entre las variables.

4.4 Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

Para verificar las hipótesis específicas 1 y 2 se utilizó el método de Pearson y se pondrán a cada una de estas como subtítulos, a fin de dar respuesta con los resultados de la investigación a cada uno de estos.

4.4.1 Hipótesis específica 1

H₁: La Hostilidad ambiental influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

H₀: La Hostilidad ambiental no influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha = 0.05$)

Para estar en la opción de rechazar la hipótesis nula se realiza con la estadística de prueba o con el P_valor.

Para el caso del P_valor la regla de decisión es la siguiente:

Si $P_valor < \alpha/2$; se rechaza la hipótesis nula

Si $P_valor \geq \alpha/2$; No se rechaza la hipótesis nula

Estadística de Prueba:

*Tabla 35:
Correlaciones de las variables primera hipótesis*

		HA	EO
Hostilidad Ambiental	Correlación de Pearson	1	,787**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	27	27
Estructura Organizacional	Correlación de Pearson	,787**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	27	27

Según la información de la tabla 35, en donde $P_valor = 0.000 < 0.025$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alterna.

Como se rechaza la hipótesis nula, se concluye que: Existe una correlación fuerte significativa entre la hostilidad Ambiental y la estructura de la organización.

Correlación = 0.79, $P_valor < 0.025$

4.4.2 Hipótesis específica 2

H₁: La Estrategia competitiva influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

H₀: La Estrategia competitiva no influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019

Nivel de confianza: 95% ($\alpha = 0.05$)

Para tomar la decisión de rechazar la hipótesis nula se realiza con la estadística de prueba o con el P_valor.

Para el caso del P_valor la regla de decisión es la siguiente:

Si $P_valor < \alpha/2$; se rechaza la hipótesis nula

Si $P_valor \geq \alpha/2$; No se rechaza la hipótesis nula

Estadística de Prueba:

Tabla 36:
Correlaciones de la segunda hipótesis

		EEP	EO
EEP	Correlación de Pearson	1	-0.145
	Sig. (bilateral)		0.470
	N	27	27
EO	Correlación de Pearson	-0.145	1
	Sig. (bilateral)	0.470	
	N	27	27

Según la información de la tabla 36, en donde $P_valor = 0.470 > 0.025$, entonces se acepta la hipótesis nula.

Como se acepta la hipótesis nula, se concluye que: No existe una correlación significativa entre la estrategia competitiva y la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

4.4.3 Hipótesis general

H_1 : Los factores hostilidad ambiental y estrategia competitiva influyen significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratados de Tacna, 2019.

H_0 : Los factores hostilidad ambiental y estrategia competitiva no influyen significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratados de Tacna, 2019.

Nivel de confianza: 95% ($\alpha = 0.05$)

Para estar en la opción de rechazar la hipótesis nula se realiza con la estadística de prueba o con el P_valor.

Para el caso del P_valor la regla de decisión es la siguiente:

Si $P_valor < \alpha/2$; se rechaza la hipótesis nula

Si $P_valor \geq \alpha/2$; No se rechaza la hipótesis nula

Estadística de Prueba:

Tabla 37:
Correlaciones de la segunda hipótesis

		VI	EO
VI	Correlación de Pearson	1	0,692**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	27	27
EO	Correlación de Pearson	0,692**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	27	27

Nota. Según la información de la tabla 37, en donde $P_{\text{valor}} = 0.0000 < 0.025$, entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como se rechaza la hipótesis nula, se concluye que: Si existe una correlación significativa entre los factores hostilidad ambiental y estrategia competitiva influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratados de la región Tacna, 2019

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Resultados de la Investigación.

En esta sección se formula la discusión de resultados del estudio “factores que influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de la región Tacna, 2019”. Para una muestra no probabilística de 27 personas entre Jefes y personal administrativo de la Pyme exportadoras de orégano a una encuesta de 23 preguntas para este objetivo las respuestas serán explicados en títulos que comprenden hipótesis específicas e Hipótesis general señaladas en esta investigación. Se utilizó un enfoque cuantitativo y un alcance descriptivo correlacional, lo cual conlleva a resultado de describir los factores y la Estructura organizacional.

5.1.1 Subtítulo derivado de los Hipótesis general

HG: La hostilidad ambiental y la estrategia competitiva influyen significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratados de Tacna, 2019.

Según las conclusiones se utilizó la estadística de alcance correlacional, según la Prueba de Pearson, un nivel de significancia mayor a 0.05, es decir. La Significancia, $P_valor < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la H1. La hostilidad ambiental y la estrategia competitiva influyen significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratados de Tacna, 2019. Se encontró lo siguiente:

Con la obtención de la base teórica se observa que Slevin (1997) Describe un estudio de los efectos de la organización de una empresa. Estructura y factores organizacionales, Los resultados apoyaron las hipotéticas interacciones entre la estrategia, patrón de formación, estructura organizativa y hostilidad ambiental, como El contexto asociado a los patrones de formación de estrategias particulares. Una implicación general de esta investigación es que los estudiosos de gestión y los investigadores deben adoptar una perspectiva de contingencia cuando se considera la relación méritos de las estrategias emergentes frente a las planificadas.

De esta manera el resultado obtenido y la base teórica expuesta existen semejanzas, y que se deben tener en cuenta La hostilidad ambiental y la estrategia competitiva influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadora de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

5.1.2 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1

HE1: La hostilidad ambiental influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Según las conclusiones se utilizó en la estadística de alcance descriptiva, en donde se obtuvo según la Prueba de Correlación Pearson, un nivel de significancia entre las variables mayores a 0.05, es decir. La Significancia, $P_valor < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula y se acepta la H1. De acuerdo con la base teórica sobre la hostilidad ambiental se encontró lo siguiente:

Domínguez Zevallos y Gutiérrez, Alexis (2017) afirmaron que “la competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna”.

Comentario: La semejanza entre lo expuesto en la base teórica y lo obtenido es referente a la problemática existente que repercuten en las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna generándose una situación de hostilidad ambiental, por lo tanto se debe generar estrategias de competencia que ayude a sobrevivir con las otras y así lograr un mejor desarrollo económico. Como resultado se determinó que un modelo de competitividad tiene relación significativamente en el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna.

Al tener un sector en donde las acciones no siempre se planifican con anticipación, por lo que se requiere estructurar la organización para determinar un modelo de competitividad con acciones planificadas a fin de que coadyuve al crecimiento de las empresas exportadoras de orégano deshidratado.

5.1.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2

HE2: La Estrategias de competitiva influye significativamente en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna, 2019.

Según los resultados del estudio que se utilizó en la estadística de alcance descriptiva, en donde se obtuvo según la Prueba de Correlación Pearson, un nivel de significancia entre las variables mayores a 0.05, es decir. La Significancia, $P_valor = 0.470 > 0.05$, por lo que se acepta la Hipótesis nula.

De acuerdo con la base teórica sobre las estrategias competitiva se encontró la siguiente:

Dávila, Gian Pier; Guillermo Pacheco, Luis; Sánchez, Raúl Javier y Sifuentes, Percy Omar (2018) en su tesis Planeamiento estratégico de la Región Tacna,

Menciona que en el mundo de hoy, el progreso económico de los países y la mejora de la calidad de vida de su población depende de cómo ellos se inserten en la economía mundial” con el fin de aprovechar las ventajas que ofrecen el comercio, la tecnología y los nuevos mercados. Es así, el Perú debe iniciar el esfuerzo necesario para ser partícipe de la situación global, siendo un referente en la región y un actor protagónico en el escenario económico mundial. Para el beneficio de sus ciudadanos.

Por ello, el presente planeamiento estratégico busca responder a este requerimiento, en principio orientado a la región Tacna, que permita sentar las bases de un planeamiento integrado con análisis interno y externo de las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas de la región Tacna.

Comentario: La semejanza entre lo expuesto en la base teórica y lo obtenido es que al tener un sector en donde las acciones no siempre se planifican con anticipación, es por ello, se requiere estructurar la organización para determinar un modelo de competitividad con acciones planificadas a fin de que coadyuve al crecimiento de las empresas exportadoras de orégano deshidratado.

CONCLUSIONES

1. Los factores como la hostilidad ambiental y estrategias competitivas se utilizan como una herramienta principal para la estructura en la organización de la Pyme exportadora de Tacna. Para que la toma de decisiones no sea amenazada y se puedan desarrollar como empresas. Tacna es un departamento de mucho comercio debido a que es un mecanismo de interacción comercial y producción por su puerto y su tierra fértil, el cual permite compartir diferentes factores del inicio de la Pyme comercializadoras para su distribución internacional de sus productos, como los riesgos de producción, costos, capacidad de producción y sobre todo los conocimientos que cada uno desarrolla dentro de la Pyme. Por ello, de las 5 Pyme exportadoras de orégano deshidratado su intensidad competitiva es alta en la industria por lo que se logró identificar que los bajos márgenes de ganancia son característicos de la industria.
2. Se concluye que la estrategia competitiva de la unidad de negocio generalmente resulta de un proceso estructurado y planificado de negocios por lo tanto el plan formal procede a la acción la Pyme de Tacna se encuentran de acuerdo con su estrategia trabajada. Teniendo en cuenta la Pyme informales la cual les hacen perder credibilidad y algunos clientes por lo que los informales venden a bajo precio menor calidad y no pagan impuestos. Por ello se toma en cuenta que todas las Pymes exportadoras de orégano de Tacna están tratando de Cumplir con impuestos y planteando nuevas estrategias para que su plan de negocio cada día tenga buenas utilidades y que las estrategias le generen beneficios.
3. El estudio de hipótesis ofrece señalar los factores que influyen en la estructura de la organización de la Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna está compuesta por la hostilidad ambiental y estrategia competitiva según los resultados de estudio se muestra que utilizo en la estadística de alcance descriptiva indicando que debemos de desarrollar a la Pyme a la toma de decisiones para que puedan crecer y verse como una empresa tomando sus propias decisiones e implementando las estrategias en las diferentes áreas.

4. La estructura organizacional está compuesta por cada área y personal capacitado en la Pyme exportadoras de orégano deshidratado, los competidores y los mercados internacionales son más desarrollados porque trabajan con la planificación y las estrategias, según lo que ocasiona o se mueva el mercado.

RECOMENDACIONES

1. La Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna no tienen una planificación de acciones a tomar para su proceso administrativo, por ello se debe establecer en las áreas los factores teniendo en cuenta la planificación para el crecimiento de la Pyme y sus exportaciones en el mercado internacional, mejorando el acceso a la tecnología e incrementando estrategias en la que beneficie a ll desarrollo de la Pyme. Generando un reconocimiento por su producción y número de empresas reconocidas en el mercado internacional teniendo en cuenta la importancia de las capacidades de los mercados internacionales.
2. Las 5 Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna deberán implementar sus estrategias para el proceso administrativo y de producción que les permita generar y gestionar la satisfacción del cliente de forma eficiente y eficaz, teniendo en cuenta las evaluaciones de desempeño de cada trabajador para la calidad del término del producto para que así puedan competir con las empresas grandes, debemos establecer la medidas de control de la calidad del producto para determinar en qué nivel se encuentra y que aspectos se deben mejorar dentro de la Pyme exportadora de Tacna.
3. El ministerio de comercio exterior (MINCETUR) debe ayudar con las capacitaciones e implantaciones de la Pyme exportadoras de Tacna. Puesto a que muchas de estas Pyme siguen trabajando de manera antigua la cual deben ayudar a implementar estrategias para poder formar y dirigir con mejor desarrollo a la PYME las estrategias están orientadas a lograr cumplir un objetivo conduciendo pauta de actuación, comprendiendo un grupo de estrategias que son elementos concretos para lograr uno o varios objetivos.
4. Se sugiere sensibilizar a todas la Pyme exportadoras de orégano de Tacna para alcanzar a llegar con el pago de los impuestos y que planten nuevas estrategias competitivas para que sus empresas tengan cada día tengan buenas utilidades y que las generen beneficios.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abdalla, A. y Roozen, J. (2001). The effects of stabilized extracts of oil de oregano. <http://www.cosmos.com.mx/pqs>. 12/01/05.
- Absi, J.; Calizaya, J. y Ramírez, M. (2017) Planeamiento estratégico para la provincia de Tarata. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Acha, M. (2009). Aceite de orégano. Mapeo de identificación de fondos concursales aplicables a Mypes de Perú. Lima Produce. <http://www.cosmos.com.mx/pqs>.
- Agro Diario (2005). El negocio del orégano en Argentina.
- Alburquerque, H. (2011) Proyecto Seguridad social y servicios de salud sostenibles para pequeños productores de comercio justo de Perú, 2011-2013. Convenio FOS/CNC.jperu Informe Final Línea de Base. Perú. <http://comerciojustoperu.files.wordpress.com/2012/01/informe-linea-debase-en-piura.pdf>.
- Alpaca, D.; Berrios, E.; De Córdova, D. y Ocola, F. (2018) Planeamiento estratégico para la industria arequipeña del orégano.
- Álvarez, C. (1999). Determinación y cuantificación de la capacidad antimicrobiana y antioxidante de las fracciones polares del orégano (*Origanum Vulgare L.*). (Tesis de Maestría). Facultad de Ciencias Químicas. Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Alzamora, M. (2017) Factores que inciden en la exportación de orégano (*Origanum Vulgare*) de la región Tacna hacia el mercado Brasileño. Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Arcila, C. (2004). El orégano: propiedades, composición y actividad biológica de sus componentes. Archivos Latinoamericanos de Nutrición, órgano oficial de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición. Vol. 54, No.1, 2004.
- Arnoldo, N. (2004). Estrategias para el liderazgo competitivo de la visión a los resultados. Buenos Aires: Granica

- Astillo. Q. y Sáenz. R. (1993). Distribución y ecología del orégano en el municipio de general cepeda, coahuila. folleto técnico No. 8. SARH-INIFAP-CIRNE. Saltillo, Coah. México.
- AUPEC. (2004). Aceites esenciales: el aroma de la naturaleza. Audretsch. Ed 2003.
- Ávila, R. (2001). Estudio químico y biológico de las fracciones de Orégano (*Origanum Vulgare L.*). (Tesis de Maestría).
- Ballesteros, A. y Román, J. (1998). Comercio exterior Teoría y Práctica – Intercambio, Intercambio Internacional (Universidad de Murcia). Chihuahua.
- Alburquerque, Hilda (2011). Seguridad social y servicios de salud sostenibles para pequeños productores de comercio justo de Perú, 2011-2013.
- Cabrera, L. (1980). Las plantaciones medicinales de México. (4ta. Edición). México, D.F.: Ed. Botas.
- Calcina, M.; Chávez, Y.; Herrera, F. y Valdivia, O. (2016) en la tesis titulada Plan estratégico de la provincia de Caylloma de la región de Arequipa, el presente trabajo de investigación se centrado en la elaboración del plan estratégico de la provincia de Caylloma hacia el año 2026.
- Canahuari, Hubert (2017). Costo de producción y su efecto en la rentabilidad de la empresa exportadora agroindustrial aromática inversiones SAC del distrito de alto Alianza – Tacna del periodo 2015-2016. Universidad privada de Tacna.
- Canahuire Romero, Hbert (2017) Costo de producción y su efecto en la rentabilidad de la empresa exportadora agroindustrial aromático Inversiones SAC del Distrito alto de Alianza – Tacna del periodo 2015-2016.
- Castilla, D. (2017). Orientación emprendedora y desempeño financiero en negocios de artes a de México; el papel de la hostilidad ambiental. Universidad del Mar. Campus Huatulco. Capítulo 4-298.
- Casto M. y Garayzar F. Producción y Comercialización de Té Damiana hacia el mercado de Canadá para obtener la licenciatura de Comercio Exterior de la Universidad Autónoma de Baja California en la ciudad Folleco, T y Cavazos, D. J. R., (1991). Características Ecológicas y Producción de Orégano (Lippia

Berlandieri Schauer) En Poblaciones Naturales. En estado actual del Conocimiento sobre el orégano en México.

Centro de Estudios para el Desarrollo Regional (Ceder). (2004). Manual del cultivo de orégano. Lima: Fundación Interamericana (IAF) / Ceder.

Chirinos, O.; Bride, E.; Abarca, J.; Coaquira, J.; García, L.; León, D. (2009) Exportación de Orégano de Tacna al mercado de Brasil. Universidad ESAN-Libro

Chirinos, O.; Bride, E.; Abarca, J.; Coaquira, J.; García, L.; León, D. (2010). Exportación de orégano de Tacna al mercado de Brasil. – Lima: Universidad ESAN, 2009-2010p.- (Serie Gerencia Global; 12)

Churruca, Barrutia Landeta (1995). La globalización configura un nuevo marco para la competitividad de las Mype

Conabio (Comisión Nacional de Biodiversidad). (2005). Orégano Mexicano: Oro Vegetal. Cox. G. W. (1972). Laboratorio Manual of General Ecología. (Second Edition) USA.

Covin y Slevin (1996) En la literatura sobre administración estratégica.

Cultivo del orégano <http://www.inia.cl/hortalizas/porotoverde/cultivo.htm>. 11/12/2004. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann en la provincial de Tacna, Perú. El cultivo de orégano. http://www.infoagro.com/aromaticas/oregano_sin.asp.5/01/2005.

Dennis P. Slevin y Jeffrey G. Covin, (2017) Tero entrepreneurial imperatives of strategic leadership. Díaz- Gimenes – Macroeconomía, primeros conceptos- (1999) Defunción de Mercancía.

Díaz- Giménez – Macroeconomía, primeros conceptos-(1999) Defunción de Mercancía.

Domínguez, A. & Gutiérrez, J (2017) Competitividad y el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna. Universidad San Ignacio de Loyola.

- Espinosa, M. y García, L. (2004). Eurostat. La competitividad y el crecimiento internacional de la Pyme Española.
- Estrada, M, Oviedo, P. (2017) Planeamiento estratégico para la provincia de Candarave – Tacna. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Estupiñan Achury, Liliana Manuel Alberto Restrepo Medina (primera edición: Bogotá D.C. Octubre de 2013) Asociatividad Territorial B SKI en América Latina Jaime Mezzera (Fundación Guayaquil 1997) digitalizado 1 Julio 2009- Universidad de Texas - Libro Blanco de la Microempresa.
- Fernández Ríos y José C. Sánchez, 1997 Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación.
- Gerard (2002) s “para poder planificar una estrategia publicitaria es necesario el conocimiento absoluto de la empresa.
- Global de la economía en un conjunto acs, Ed 1999, acs et1996 sostiene que Las Mypes son las columnas vertebrales, tanto de la economía española como de la europea.
- Gómez, Margarita Rafael Regalado (2000) Las Mipymes en Latino América -El futuro de la pymes en el marco del TLC 71.
- Govaere, Velia Vicarioli, Fernando Ocampo Sánchez. (2005) Ensayos temáticos sobre el TLC República dominicana Ámbito de aplicación del capítulo de inversión.
- Hans J. Eysenk, (2004). Tres rasgos fundamentales del temperamento. Psicoticismo dureza emocional, extraversión, y neuroticismo (Inestabilidad emocional o emocionalidad).
- Hitt, Michael. (2006). Administración. México: Pearson Educación
- Mapimi, Durango (2013) Ecología aprovechamiento y comercialización del orégano (Lippia graveolens H.B.K)
- MINCETUR (2005) El Ministerio de comercio Exterior y Turismo a través de la información del plan estratégico Regional Exportador de la región de Tacna

- Mintzberg, Henry (2018). Cerem-International Business School que la estrategia emergente.
- Mirez Sifuentes, Claudia. Negrete Tenicela Luis. Nieves REJAS Franco, Rivera Butrón Carmen. Planeamiento estratégico de la macro región Moquegua, Puno y Tacna.
- Monje, J. (2019). Caracterización del financiamiento y capacitación de las pyme del rubro exportación de orégano de la región de Tacna – 2018. Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Muñoz, B. (2002) El orégano proviene del griego oros y gamos. (p. 274).
- Muñoz, C. (2018). Metodología de la investigación. (2da. Edición). Oxford University Press México.
- Muñoz, C. Inghybor, R. (2017) sostienen en la influencia del diseño organizacional en la eficiencia de las empresas agroindustriales de exportación de Tacna.
- Oral & Kettani (2009) Canadá, en la investigación titulada “Firma de modelado de Competitividad para la Formulación de la Estrategia”
- Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura Roma (2016).
- Pérez, R. (2014). La planeación estratégica en las pymes colombianas. universidad EAN en Colombia.
- Perx (2019). Plan Regional Exportador Tacna.
- Pinto, R. (2000) Planeación estratégica de capacitación: como alienar el entrenamiento empresarial a los procesos críticos del negocio. México: 65p
- Portugal, S. (2016). Producción y exportación de orégano en la región de Tacna.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). Administración. (Octava edición). México.
- Rojas, E. (2017). La localización de las Pyme como estrategia competitiva. Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería Y Ciencias Sociales y Administrativas –Instituto Politécnico Nacional.

- Rojas, P. y Sepúlveda. S. (1999). Qué es la Competitividad. El incremento sostenible de la competitividad es ahora un requisito indispensable para el crecimiento y para la propia viabilidad de las unidades.
- Roy, C. (1969) Liderazgo local en el desarrollo rural latinoamericano. Instituto interamericano de ciencias agrícolas OEA.
- Sifuentes, M. (2018) Tesis Planeamiento estratégico de la Región Tacna.
- Silva, R. (2012). El Orégano (*Lippia Berlandieri Schauer*) Una alternativa agroindustrial para las zonas áridas y semiáridas de México. Centro de investigación para los recursos naturales. Recuperado de página web: <http://sociedadcientificadeloreganoac.blogspot.com/2012/02/investigacion-del-oregano-1.html>
- Slevin, D. y Govin, J. (1997) Patrones de Formación de la Estrategia, Rendimiento, y la importancia del contexto. Universidad de Pittsburg del instituto de Tecnología de Georgia.
- Suhail (2014) Arabia Saudita, en la investigación titulada “Competitividad de Exportación de la India: El papel de la PYME”
- Uchasara, R. (2010). Plan estratégico de una empresa, propósito fundamental que tiene el trabajo es analizar los factores socioeconómicos de los productores olivareros en la región Tacna.
- Vásquez, V. (2017). La planeación estratégica y su Impacto en el entorno empresarial de las Mypes exportadoras de Orégano provincial de Tacna año 2017. (Tesis de licenciatura) Arequipa- Universidad católica San Pablo.
- Yopi, B. (1970) Organización administrativa Definición de Organización.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la tesis	Factores que influyen en la estructura de la organización de las pymes exportadoras de orégano deshidratado de tacna-2019				
Línea de Tesis	Mypes Exportaciones				
Autor:	Juliana Caceda Palacin				
Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿De qué manera los factores influyen en la estructura de la organización de las pyme exportadoras de Orégano Deshidratado de Tacna?	Determinar los principales factores que influyen en la estructura de la organización de las pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna.	Los factores que influyen en la estructura de la organización de las Pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna son: hostilidad ambiental y las estrategias competitivas	V1:factores	D1: Hostilidad ambiental. D2: Estrategias competitivas.	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Diseño: No experimental. • Alcance: Descriptivo • Unidad de Investigación: Pymes exportadoras de orégano deshidratado de Tacna. • Tipo: Aplicado
			V2:Estructura de la organización	Sin dimensiones	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	Ítems	Fuentes de información
¿La hostilidad ambiental como factor que influye en la Estructura de la organización de las pymes exportadoras de Tacna?	Identificar cuáles son los factores de la hostilidad ambiental de las pymes exportadoras de orégano deshidratado de Tacna.	Factores de la hostilidad ambiental que influye en la estructura de la organización de las pyme exportadoras de orégano deshidratado de Tacna.	V1, d1 Hostilidad ambiental V2 Estructura de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de fracaso • Fidelización • Asesoramiento • Recopilación de información • Estrategias de negocio 	
¿La estrategia competitiva como factor que influye en la estructura de la organización de las pymes exportadoras de Orégano deshidratado de Tacna?	De qué manera influyen en los factores en la estrategia competitiva de las pymes exportadoras de Orégano deshidratado de Tacna.	Estrategia competitiva influye en la estructura de la organización de las pyme exportadoras de Orégano deshidratado de Tacna.	V1, d2 Estrategia competitiva V2 Estructura de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad de pyme • Relaciones • Toma de decisiones • Canales de comunicación 	

ANEXO 2: CUESTIONARIO ANÓNIMO

El cuestionario que a continuación se presenta es tiene como objetivo principal obtener información sobre “Los factores externos que influyen en la gestión estratégicas de las MYPES exportadoras de orégano deshidratado de Tacna”.

Información demográfica:

Sexo: F () M ()

Edad:

N° de trabajadores:

Años de antigüedad:

Ingresos anuales:

Por favor circule los números en las siguientes escalas que mejor describen la estrategia Formulación y procesos de implementación dentro de su unidad de negocio. La siguiente escala se aplica a todas las preguntas:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Instrumento de Recolección de Datos- Cuestionario B -GG. Acerca de la **hostilidad ambiental**.

Indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con cada declaración, ya que se aplica a la industria principal de su unidad de negocios (es decir, la industria que representa el mayor porcentaje de las ventas de su unidad de negocios). La siguiente escala se aplica a todas:

N°	Preguntas	1	2	3	4	5	6	7
1	La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta.	1	2	3	4	5	6	7
2	Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios.	1	2	3	4	5	6	7
3	La intensidad competitiva es alta en mi industria.	1	2	3	4	5	6	7
4	La lealtad del cliente es baja en mi industria.	1	2	3	4	5	6	7
5	Las guerras de precios severos son características de mi industria.	1	2	3	4	5	6	7
6	Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria.	1	2	3	4	5	6	7
7	Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad.	1	2	3	4	5	6	7
8	Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector.	1	2	3	4	5	6	7
9	Falta de acceso al crédito por parte de las MYPES exportadoras de orégano.	1	2	3	4	5	6	7

10	Alto nivel de informalidad en el sector.	1	2	3	4	5	6	7
----	--	---	---	---	---	---	---	---

En relación con la **estrategia emergente a planeada** marque con un círculo en los números en las siguientes escalas que mejor describan la formulación de la estrategia y los procesos de implementación dentro de su unidad comercial.

N°	Preguntas	1	2	3	4	5	6	7
11	Por lo general, no sabemos cuál debe ser el contenido de nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error.	1	2	3	4	5	6	7
12	La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas.	1	2	3	4	5	6	7
13	Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas.	1	2	3	4	5	6	7
14	La estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación.	1	2	3	4	5	6	7
15	La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros.	1	2	3	4	5	6	7
16	La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción).	1	2	3	4	5	6	7

Sobre la estructura de la organización.

En general, favorece la filosofía de gestión operativa en mi empresa. . .

N°	Preguntas	1	2	3	4	5	6	7
	En mi empresa							
1	Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal.	1	2	3	4	5	6	7
2	Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo.	1	2	3	4	5	6	7
3	Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos.	1	2	3	4	5	6	7
4	Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales.	1	2	3	4	5	6	7
5	Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales.	1	2	3	4	5	6	7
6	Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical).	1	2	3	4	5	6	7
7	Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa.	1	2	3	4	5	6	7

ANEXO 3: MATRIZ DE CODIFICACIÓN

Variable	N°	Pregunta	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ligeramente en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4	Ligeramente de acuerdo 5	De acuerdo 6	Totalmente de acuerdo 7	Individuos
Hostilidad ambiental	1	La tasa de fracaso de las empresas en mi industria es alta.		1	8	1	5	3	9	27
	2	Mi industria es muy arriesgada, por lo que una mala decisión podría amenazar fácilmente la viabilidad de mi unidad de negocios.		1	8	10	6	2		27
	3	La intensidad competitiva es alta en mi industria.					5	12	10	27
	4	La lealtad del cliente es baja en mi industria.			1	13	2	10	1	27
	5	Las guerras de precios severos son características de mi industria.					9	11	7	27
	6	Los bajos márgenes de ganancia son característicos de mi industria.				3	13	3	8	27
	7	Las organizaciones de recaudación tributaria no presentan una simplificación en la normatividad.				6	12	6	3	27
	8	Existe escaso apoyo del estado frente a las regulaciones en el sector.	7	5		5		3	7	27
	9	Falta de acceso al crédito por parte de las Mypes exportadoras de orégano.			10	5	1	6	5	27
	10	Alto nivel de informalidad en el sector.				1		14	12	27

ANEXO 4: ESTRATEGIA EMERGENTE PLANEADA

Variable	N°	Pregunta	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ligeramente en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4	Ligeramente de acuerdo 5	De acuerdo 6	Totalmente de acuerdo 7	Individuos
Estrategia Emergente Planeada	11	Por lo general no sabemos cuál debe ser el contenido d nuestra estrategia comercial hasta que realicemos algunas acciones de prueba y error				11	5	10	1	27
	12	La estrategia de mi unidad de negocios está cuidadosamente planeada y bien entendida antes de que se tomen acciones competitivas significativas.		2	2	1	10	9	3	27
	13	Los planes estratégicos formales sirven de base para nuestras acciones competitivas.	6		1	4	6	9	1	27
	14	La estrategia de mi unidad de negocios generalmente no se planifica con anticipación.	7	5	8	1	5	1		27
	15	La estrategia de negocio surge a medida que los objetivos se vuelven más claros.				2	6	11	8	27
	16	La estrategia competitiva para mi unidad de negocios generalmente resulta de un proceso formal de planificación de negocios (es decir, el plan formal precede a la acción).		2	3			15	7	27

ANEXO 5: ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

Variable	N°	Pregunta	Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ligeramente en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4	Ligeramente de acuerdo 5	De acuerdo 6	Totalmente de acuerdo 7	Individuos
Estructura de la organización	1	Hay personal de línea que se adhieren estrechamente a las descripciones de trabajo formal.					5	17	5	27
	2	Existen relaciones informales y normas de cooperación para realizar el trabajo.	7		14	1		4	1	27
	3	Hay una tendencia en conseguir siempre personal que siga los procedimientos formalmente establecidos.					1	18	8	27
	4	Se mantienen los principios de administración vertical a pesar de cualquier cambio en las condiciones comerciales.				5	1	15	6	27
	5	Hay un fuerte énfasis en considerar la toma de decisiones de los gerentes de línea formales.				6	4	12	5	27
	6	Existe un fuerte estilo de gestión uniforme en toda la firma (administración vertical).			3	17		4	3	27
	7	Los canales de comunicación son altamente estructurados con un acceso altamente restringido a información financiera y operativa.			10			12	1	4

ANEXO 6: MATRIZ DE TABULACIÓN

P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
6	6	5	6	6	5	4	6	5	6	6	6	5	3	5
6	6	5	5	6	5	5	6	5	7	7	7	5	4	5
6	6	5	5	6	5	5	6	5	6	7	7	5	4	5
5	5	5	5	6	5	5	6	5	6	7	6	5	4	5
6	6	5	5	6	5	4	6	5	6	6	5	4	4	5
4	7	4	3	4	3	6	3	6	3	6	4	6	4	6
4	7	4	3	4	3	6	2	6	3	6	4	7	4	7
4	6	4	2	4	3	5	2	6	3	5	4	6	4	7
4	6	4	4	5	3	7	3	6	3	6	4	7	4	7
4	7	4	2	4	4	5	3	6	4	6	4	6	4	7
3	6	6	6	5	2	6	6	6	3	6	6	4	3	3
3	7	6	7	5	2	6	6	6	3	6	6	4	3	3
3	6	6	7	5	2	6	6	6	3	6	6	6	4	3
3	6	6	6	5	2	6	6	6	3	6	6	4	4	3
3	7	6	6	5	2	7	7	7	3	7	7	4	4	3
6	6	4	5	1	1	7	7	6	1	6	6	6	6	5
7	7	4	5	1	1	7	7	6	1	6	6	6	6	5
7	7	4	5	1	1	7	7	7	1	7	7	7	7	5
7	7	4	5	1	1	7	7	6	1	6	6	6	6	5
7	6	4	5	1	1	6	6	7	1	7	7	7	7	5
7	7	7	7	7	1	5	6	7	1	7	6	6	6	5
6	6	4	5	1	1	7	7	6	1	6	6	7	7	5
3	7	6	6	6	3	6	6	6	3	6	6	6	4	3
3	6	6	6	6	3	7	7	7	3	6	6	6	4	3
3	7	6	6	6	3	6	6	6	3	6	6	6	4	3
3	6	6	6	3	6	6	6	6	3	7	7	4	4	3
3	7	6	6	6	3	6	6	6	3	6	6	6	4	3