



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

**LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN DEL
CONOCIMIENTO EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE
EMPRESAS TEXTILES EN EL PERÚ**

TESIS

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES**

AUTORA

ORTEGA MENESES, MARIELA BEATRIZ

(ORCID: 0000-0001-6827-628X)

ASESOR

BANCAYAN ORE, CARLOS ARMANDO

(ORCID:0000-0003-1970-0288)

LIMA, PERÚ

2023

Metadatos Complementarios

Datos de autora

Ortega Meneses, Mariela Beatriz

Tipo de documento de identidad del AUTORA: DNI

Número de documento de identidad del AUTORA: 10271711

Datos de asesor

Bancayan Ore, Carlos Armando

Tipo de documento de identidad del ASESOR: DNI

Número de documento de identidad del ASESOR: 09600178

Datos del jurado

JURADO 1: Cáceres Rosell, Augusto Felipe, DNI N°07548350, ORCID 0000-0002-6099-0785

JURADO 2: Valdivia Camacho, Gloria Esther, DNI N°10866812, ORCID 0000-0003-4997-2452

JURADO 3: Puell Palacios, Juan, DNI N°06068877, ORCID 0000-0002-6605-965X

Datos de la investigación

Campo del conocimiento OCDE: 416018

Código del Programa: 5.02.04

Agradecimiento

A mi familia, por el apoyo que siempre me brindan incondicionalmente.

Tabla de Contenido

RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
I. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	9
1.2.1 Problema general	9
1.2.2 Problemas específicos.....	9
1.3 Importancia y justificación.....	11
1.3.1 Justificación teórica	12
1.3.2 Justificación práctica	13
1.3.3 Justificación metodológica.....	13
1.3.4 Justificación económica	14
1.3.5 Justificación legal	14
1.4 Delimitación del estudio.....	15
1.5 Limitaciones del Estudio.....	15
1.6 Objetivos	15
1.6.1 Objetivo general	15
1.6.2 Objetivos específicos	16
II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1 Marco Histórico.....	18
2.1.1 Información general de Perú.....	18
2.1.2 La Industria de confección prendas de vestir en tejido de punto.	19
2.1.3 Las exportaciones y el desarrollo económico	22
2.1.4 Desempeño Exportador	26
2.1.5 La competitividad y el crecimiento económico.....	33
2.2 El desarrollo económico.....	37
2.3 La Gestión del Conocimiento	47
2.3.1 Una aproximación al concepto de innovación	54
2.4 Investigaciones Relacionadas con el Tema.....	59
2.4.1 Investigaciones nacionales	59
2.4.2 Investigaciones internacionales.....	62
2.5 Estructura Teórica y Científica que Sustenta el Estudio.....	67
2.5.1 Importancia del sector para la economía peruana	67

2.5.2	Competitividad y ventaja competitiva.....	68
2.5.3	Competitividad Empresarial.....	71
2.5.4	La innovación como estrategia para la ventaja competitiva de las organizaciones	75
2.5.5	Competitividad en las exportaciones.....	77
2.6	Gestión del Conocimiento.....	78
2.7	Definición de Términos Básicos.....	82
2.7.1	Exportacion.....	82
2.7.2	Ventaja competitiva.....	82
2.7.3	Tejido de punto.....	83
2.7.4	Gestión del conocimiento.....	83
2.8	Hipótesis.....	83
2.8.1	Hipótesis general.....	83
2.8.2	Hipótesis específicas.....	83
2.8.3	Variables.....	85
III.	CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	94
3.1	Tipo, Método y Diseño de la investigación.....	94
3.1.1	Tipo de investigación.....	98
3.2	Técnicas de recolección de información.....	99
3.2.1	Revisión documental.....	99
3.2.2	Entrevistas.....	100
3.3	Aspectos éticos.....	100
3.4	Plan de recolección y análisis de la información.....	101
3.5	Fases de la investigación.....	102
3.6	Población y muestra.....	102
3.6.1	Características Técnicas.....	104
3.7	Diseño Muestral.....	105
3.8	Técnicas Estadísticas Empleadas: Marco Teórico.....	105
3.8.1	Análisis Estadístico Descriptivo.....	105
3.8.2	Estadístico Alpha de Cronbach.....	107
3.8.3	Correlación de Pearson.....	108
3.8.4	Regresión Múltiple.....	109
IV.	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	112
4.1	Resultados.....	112
4.1.1	Análisis Estadístico Descriptivo.....	112
4.1.2	Resultados Descriptivos Constructo Gestión del Conocimiento.....	113

4.1.3	Resultados Descriptivos Constructo Competitividad Empresarial	114
4.1.4	Resultados Descriptivos Constructo Desempeño Exportador.....	114
4.2	Uso de Alpha de Cronbach.....	115
4.2.1	Resultados de Alpha de Cronbach de las dimensiones del Constructo Gestión de Conocimiento	115
4.2.2	Resultados de Alpha de Cronbach de las dimensiones del Constructo Competitividad Empresarial.....	116
4.2.3	Resultados de Alpha de Cronbach de la dimensión del Desempeño Exportador.....	117
4.3	Uso de Coeficiente de Correlación de Pearson /Spearman.....	117
4.4	Uso de Regresión Múltiple.....	121
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
5.1	Conclusiones	131
5.2	Recomendaciones	135
	REFERENCIAS.....	138
	ANEXOS	153

Índice de Figuras

Figura 1 Exportaciones textiles y confecciones de algodón (FOB USD).....	1
Figura 2 Balanza Comercial del Sector Textil y Confecciones.....	2
Figura 3 Exportaciones vs. Importaciones de Textiles y Confecciones.....	3
Figura 4 Importación de hilado	3
Figura 5 Evolución de las exportaciones textiles en Perú.....	4
Figura 6 Principales destinos de exportación textil.....	4
Figura 7 Cambio en las exportaciones textiles	5
Figura 8 Participación del Sector Textil y Confecciones en el PBI Manufacturero	6
Figura 9 Población Ocupada Según Actividad Económica.....	7
Figura 10 Evolución del Empleo en el Sector Textil y Confecciones.....	8
Figura 11 Participación por destino de exportaciones de prendas en tejido de punto.....	8
Figura 12 Evolución crecimiento anual.....	18
Figura 13 Exportación de productos textiles y confecciones por empresa	21
Figura 14 Modelo simplificado de Desempeño Exportador.....	27
Figura 15 Factores en los niveles analíticos de competitividad sistémica.....	72
Figura 16 Procesos de Gestión del Conocimiento.....	78
Figura 17 Modelo de conversión y creación del conocimiento.....	79
Figura 18 Estrategias para aplicar y actualizar el conocimiento.....	81

Índice de tablas

Tabla 1. Estructura empresarial del Sector Exportador 2007 - 2019.....	22
Tabla 2 Dimensiones y operacionalización del Desempeño Exportador	29
Tabla 3 Conceptualización del resultado exportador.....	30
Tabla 4 Cómo operacionalizar el resultado exportador	31
Tabla 5 Principales definiciones de la gestión del conocimiento	54
Tabla 6 Mapa de Competitividad empresarial variables a nivel micro	73
Tabla 7 Herramientas para adquirir e identificar el conocimiento	80
Tabla 8 Estrategias para la transferencia del conocimiento.....	81
Tabla 9 Modelos del Capital Intelectual	82
Tabla 10 Matriz de Consistencia	87
Tabla 11 Operacionalización de la variable dependiente	91
Tabla 12 Principales empresas Exportadoras del Sector Textil.....	103
Tabla 13 Resumen de Técnicas Descriptivas	106
Tabla 14 Interpretación de Resultado de Alpha de Cronbach	107
Tabla 15 Principales Resultados Descriptivos de Constructo Gestión de Conocimiento	113
Tabla 16 Principales Resultados Descriptivos del Constructo Competitividad Empresarial	114
Tabla 17 Principales Resultados Descriptivos del Constructo Desempeño Exportador	114
Tabla 18 Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Gestión del Conocimiento	116

Tabla 19 Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Competitividad Empresarial	116
Tabla 20 Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Desempeño Exportador	117
Tabla 21 Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Modelo Propuesto	117
Tabla 22 Regla de Decisión respecto a el Coeficiente de Correlación del Modelo Propuesto.....	118
Tabla 23 Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Constructo Desempeño Exportador y el Constructo Gestión del Conocimiento y sus componentes	118
Tabla 24 Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Constructo Desempeño Exportador y el.....	120
Tabla 25 Resultados de Modelos de Regresión según propuesta Constructo Gestión de Conocimiento y Desempeño Exportador	123
Tabla 26 Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado	123
Tabla 27 Resultados de Estimación de Coeficientes de Varabes Regresoras de Gestión del Conocimiento y Constructo Desempeño Exportador.....	124
Tabla 28 Resultados de Modelos de Regresión según propuesta Constructo Competencia Empresarial y Desempeño Exportador.....	126
Tabla 29 Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado	126
Tabla 30 Resultado de Estimación de Coeficientes de Variables Regresoras de Competitividad Empresarial y Constructo Desempeño Exportador	126
Tabla 31 Resultados de Modelo de Regresión según propuesta de variables regresoras seleccionadas y Desempeño Exportador	128

Tabla 32 Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado	129
Tabla 33 Resultados de Estimación de Coeficientes según propuesta de variables Regresoras seleccionadas y Desempeño Exportador	129

RESUMEN

Con los cambios en el mundo y la globalización son innumerables las empresas que buscan crecer, desarrollarse y expandir sus mercados.

El objetivo de esta tesis se enfoca en las grandes empresas del sector textil exportador de prendas de vestir y surge con el propósito de investigar si la Gestión del Conocimiento y la Competitividad Empresarial que éstas desarrollan, tiene alguna relación e influyen de forma directa con su Desempeño Exportador y con el hecho de que las exportaciones de prendas estén concentradas prácticamente hacia un solo mercado de destino, a pesar de su crecimiento y desarrollo así como del incremento de acuerdos y tratados de libre comercio firmados por el Perú con diversos países durante la última década.

Para ello se planteó un modelo con perspectiva integradora con las dimensiones de los constructos Gestión del Conocimiento y Competitividad empresarial y el desempeño exportador de las grandes empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir. Luego se aplicó una encuesta a cien de las principales exportadoras de prendas del país.

Los resultados obtenidos demostraron que no todas las dimensiones de ambas variables independientes inciden de forma positiva en el Desempeño Exportador, por lo que se concluye la investigación proponiendo un nuevo modelo y esbozando algunas recomendaciones.

Este hallazgo en términos prácticos permitirá a los directivos tomar mejores decisiones, focalizando esfuerzos en las dimensiones seleccionadas.

Palabras clave: Competitividad, Gestión del Conocimiento, Exportaciones, Desempeño.

ABSTRACT

With the changes in the world and globalization there are countless companies that seek to grow, develop, and expand their markets.

The objective of this thesis focuses on large companies in the textile sector exporting garments and arises with the purpose of investigating whether the Knowledge Management and Business Competitiveness that they develop, has any relationship and directly influences their Export Performance and the fact that garment exports are concentrated practically towards a single destination market, despite its growth and development as well as the increase in free trade agreements and agreements signed by Peru with various countries during the last decade.

To this end, a model with an integrative perspective was proposed with the dimensions of the constructs Knowledge Management and Business Competitiveness and the Export Performance of large garment manufacturing and exporting companies. A survey was then conducted among one hundred of the country's leading garment exporters.

The results obtained showed that not all the dimensions of both independent variables have a positive impact on Export Performance, so the research is concluded by proposing a new model and outlining some recommendations.

This finding in practical terms will allow managers to make better decisions, focusing efforts on the selected dimensions.

Key words: Competitiveness, Knowledge Management, Exports, Performance

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental estudiar y analizar si en el Desempeño Exportador de las principales empresas productoras y exportadoras de prendas de vestir del Perú el rol de la Gestión del Conocimiento y la Competitividad Empresarial son determinantes para su desempeño y para la orientación hacia un determinado mercado de destino.

Se ha encontrado infinidad de estudios que tratan sobre el tema de empresas textiles y de prendas de vestir, sin embargo, en su mayoría se han enfocado en PYMES (pequeñas y medianas empresas), muy pocos han concentrado los esfuerzos en empresas de envergadura. Por otro lado, ha llamado la atención, luego de un análisis profundo, encontrar que el Perú tiene más del 90% de sus exportaciones de prendas de vestir orientadas hacia un solo mercado de destino, siendo que alrededor del 95% de las exportaciones de ese rubro está dado por un pequeño grupo de empresas, las principales empresas exportadoras, que no suman más de 200.

El estudio de estas variables al interior de estas empresas, se hace relevante y oportuno pues proporciona interesantes hallazgos que podrán ser de mucha utilidad a directores, empresarios, gerentes acerca de la realidad al interior de sus empresas de modo tal que les permitirá introducir o implementar nuevas herramientas y acciones/sistemas de gestión o mejorar y corregir las actuales abriéndoles mayores oportunidades para su crecimiento hacia otros mercados además de hacerlas más competitivas y sostenibles.

Esta investigación hace ver qué importancia tiene para las empresas la Gestión del Conocimiento en todas sus dimensiones, así como a qué campos de la Competitividad empresarial tienen enfocado sus esfuerzos.

El sector textil de confecciones es uno de los sectores que mayor empleo generan, es a la vez uno de los sectores con mayor competencia en el mercado mundial hoy grandemente globalizado, por ello el interés y la justificación de realizar la investigación en éste.

La presente investigación ha sido realizada en cuatro etapas, las que fueron fundamentales para un buen ordenamiento y desarrollo de esta: en la primera etapa, de exploración, donde a través de un análisis del sector y su contexto se identificó el problema de investigación, se realizó el planteamiento de objetivos y se realizó una revisión explorándose antecedentes. Como segunda fase de construcción, se elaboró un marco teórico y conceptual el cual constituye un mapa de navegación y una base para investigación. Así mismo, se realizó la elaboración de las técnicas e instrumentos para la recolección de información y datos, aplicándose la bibliografía revisada y consultada. Luego, como tercera etapa, se procedió a operativizar el estudio de investigación, a través de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, para finalmente, como última fase, evaluar los resultados, haciendo referencia a la construcción de sentido del estudio, previa organización y ordenamiento de éstos para luego elaborar las conclusiones y recomendaciones.

Para lograr la presente investigación en el capítulo I se desarrolló el planteamiento del problema, se definió su importancia y los objetivos del estudio. En el capítulo II, se ha desarrollado el Marco Teórico, Marco Histórico y la estructura teórica y científica que sustenta el estudio. El tercer capítulo detalla el marco metodológico, la población, así como se detalla las características técnicas y el diseño muestral. En el cuarto capítulo se presentan los resultados y el análisis de estos, con sus hallazgos, para finalmente en el capítulo cinco presentar las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El objetivo de este capítulo es presentar la situación problemática identificada, la cual se basa en la concentración de las exportaciones peruanas de prendas de vestir hacia un solo mercado, Estados Unidos de Norteamérica. Se pretende indagar dicha situación desde un contexto general, hasta evaluar un escenario específico. De este modo, se determinará la situación actual en la población de análisis, principales empresas exportadoras de prendas de vestir del Perú.

1.1 Descripción del problema

El sector textil y confección peruano tiene un merecido posicionamiento internacional como proveedor flexible de grandes marcas globales. Esto es resultado de la calidad de los insumos, el alto desarrollo de la capacidad textil y el excelente nivel de los talleres de confección local, que pueden producir con gran eficacia incluso en las prendas más complejas. Por lo que las empresas del sector comenzaron a realizar grandes inversiones en torno a sus recursos físicos como maquinarias y herramientas para la fabricación y producción textil como también en cuanto a sus recursos humanos y el avance hacia una gestión del conocimiento (Pérez, 2017).

A nivel internacional, las condiciones cambiantes del entorno y del comercio mundial han llevado al sector a perder competitividad, tal como puede observarse en la Figura 1. Hoy en día, las empresas enfrentan un mayor desafío e incertidumbre, cada vez más las empresas luchan por una mayor cuota de mercado, por mantenerse y ser rentables (Lee et. al, 2016) y esto no ha sido ajeno a las empresas del sector exportador de prendas de vestir peruanas.

Figura 1

Exportaciones textiles y confecciones de algodón (FOB USD)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hilos e Hilados	51.218.938	47.890.018	57.772.633	52.734.891	32.986.045	19.296.150	14.827.201
Tejidos	96.791.872	144.700.862	165.228.251	164.676.212	80.587.621	69.753.993	69.023.686
Prendas	1.207.025.271	1.199.863.399	947.209.357	859.471.130	679.678.305	646.340.156	650.807.592
Confecciones	4.850.494	5.909.810	6.842.451	4.696.672	2.989.951	3.478.194	4.898.473
TOTALES	1.359.886.576	1.398.364.088	1.177.052.693	1.081.581.905	796.241.923	738.868.493	739.556.952

Nota: La figura muestra las cifras de exportaciones Textiles. Tomado de la Guía textil del Perú (2018 / 2019).

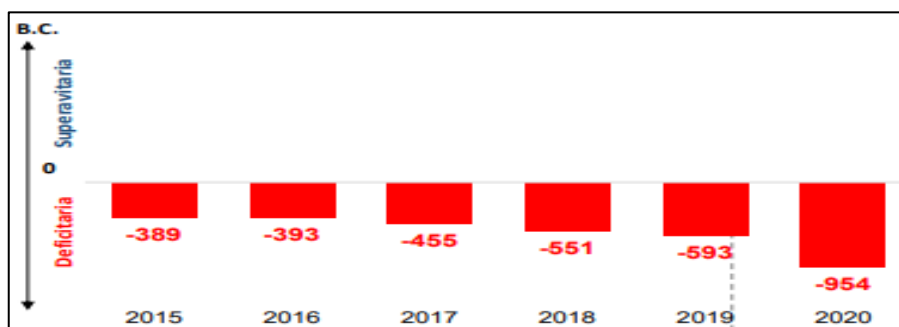
En un informe realizado por Carbajal (2018) sobre la mejor estrategia Go-T-Market para una empresa fabricante de prendas en Lima interesada en penetrar al mercado norteamericano, el autor concluye entre otros hallazgos que,

La mano de obra barata, la capacidad y la escala de la economía de China ha cambiado el mercado de los precios de los textiles en general, por lo que el algodón Pima o el precio de las prendas peruanas se han convertido en unos de los más caros del mundo, independientemente de su alta calidad (p.5).

En cuanto a la balanza comercial del sector textil, esta viene siendo negativa particularmente por los mayores ingresos de las importaciones, como se aprecia en la Figura 2 y Figura 3, a continuación:

Figura 2

Balanza Comercial del Sector Textil y Confecciones (millones de US\$ FOB).



Nota: La figura muestra el comportamiento de la balanza comercial del sector textil y confecciones. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Figura 3

Exportaciones vs. Importaciones de Textiles y Confecciones (millones de US\$FOB)

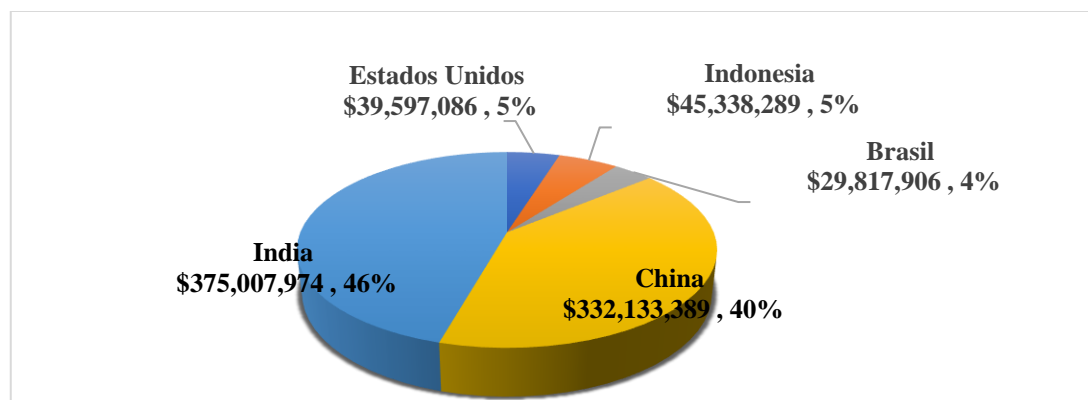


Nota. La figura muestra el nivel de exportaciones e importaciones de textiles y confecciones. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT)

Las importaciones han tenido un crecimiento del 3,4 % anual a diferencia de las exportaciones con 1% anual de crecimiento. Además, está enfrentando una reducción del mercado de algodón nacional a causa de la importación de hilados (de algodón y poliéster) a menor precios particularmente procedentes de India y China con valores de 46% y 40% respectivamente tomando de base el período de octubre 2019 a octubre 2021, como se observa en la Figura 4 a continuación:

Figura 4

Importación de hilado – Principales países de origen

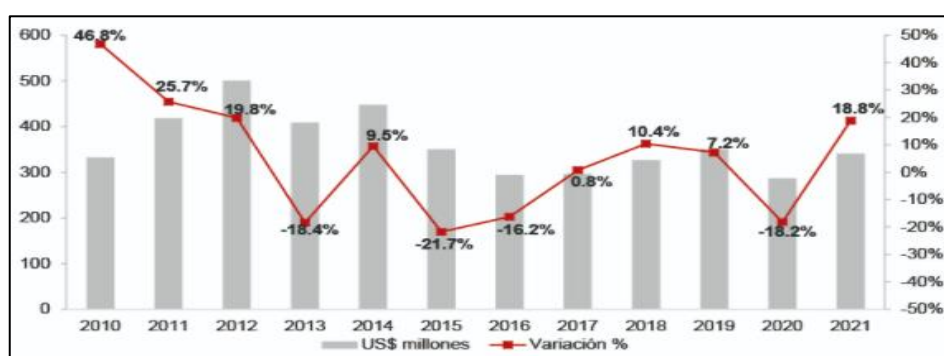


Nota. La figura muestra el volumen de importación de hilado y el país de procedencia. Fuente: Veritrade (Oct 2019-2021)

Por otro lado, las exportaciones peruanas de textiles y confecciones se han podido sobreponer a la abrupta caída durante el año 2020 a causa de la pandemia del COVID19, que se afrontó a nivel global, sin embargo, si se observa la siguiente figura 5, se visualiza la evolución de las exportaciones desde el año 2010 en adelante y puede observarse que las mismas no han llegado a recuperarse en el 2021 a valores presentados en 2019:

Figura 5

Evolución de las exportaciones textiles en Perú.



Nota. La figura muestra la variación porcentual y el volumen en millones de dólares americanos de la evolución de las exportaciones. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2021)

En cuanto a los destinos de las exportaciones se pueden observar, que el principal destino corresponde a Estados Unidos, con una participación mayor del 50% como se observa en la Figura 6.

Figura 6

Principales destinos de exportación textil

País	Anual			Var.% 20/19	Part.% 2020
	2018	2019	2020		
Estados Unidos	672	700	541	▼ -22,7	53,1
Chile	63	71	46	▼ -35,8	4,5
Brasil	69	62	46	▼ -25,7	4,5
Colombia	59	58	40	▼ -31,5	3,9
Ecuador	56	53	32	▼ -39,1	3,2
Canadá	29	30	29	▼ -2,1	2,9
China	68	29	27	▼ -4,1	2,7
Alemania	42	44	26	▼ -40,9	2,5
Bolivia	36	36	25	▼ -30,9	2,4
Demás países	336	313	206	▼ -34,0	20,3
Total	1.431	1.395	1.019	▼ -27,0	100,0

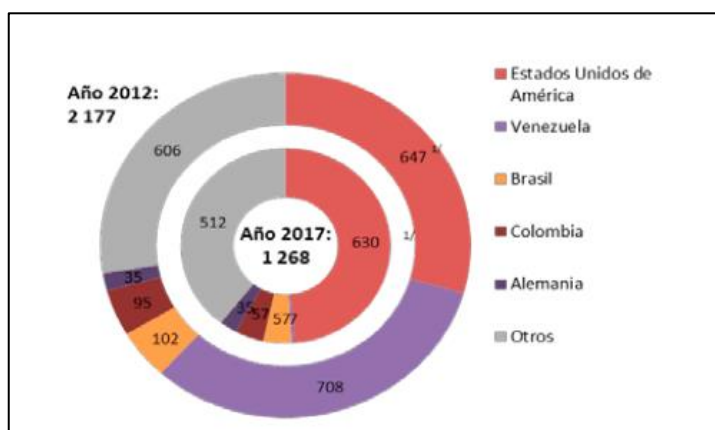
Nota. La figura muestra la variación de las exportaciones textiles por volumen por país de destino. Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2021)

Por consiguiente, las repercusiones dentro de la economía global del país llegan al 11% de las exportaciones no tradicionales, por lo que es considerado uno de los más significativos y con mayor efecto sobre los demás sectores.

En cuanto al contexto regional, las crisis políticas y económicas que se están observado en sus principales socios comerciales como es Venezuela, Colombia y Brasil han llevado a que la reducción de sus importaciones sea aún más marcada.

Figura 7

Cambio en las exportaciones textiles.



Nota. La figura el destino de las exportaciones y su cambio respecto al año 2012 y 2017.
Fuente: Trade Map

Los cambios en el sector textil han sido influenciados por impactos políticos y económicos en los principales destinos. En el año 2012 Venezuela tenía una participación de 708 USD millones. Al compararlos se puede ver que en 2017 la caída fue estrepitosa y dramática, siendo la participación de este país en las exportaciones de prendas peruanas casi nula.

Situación similar se dio con la crisis del 2008 en Estados Unidos, producto de la ruptura de la burbuja inmobiliaria, ocurrieron muchos cambios a nivel mundial que afectaron las economías de diversos países, no siendo Perú la excepción. Especialmente, para el sector exportador peruano de prendas de vestir de tejido de punto, el impacto de la crisis fue drástico dado que, según registros de Aduanas, Estados

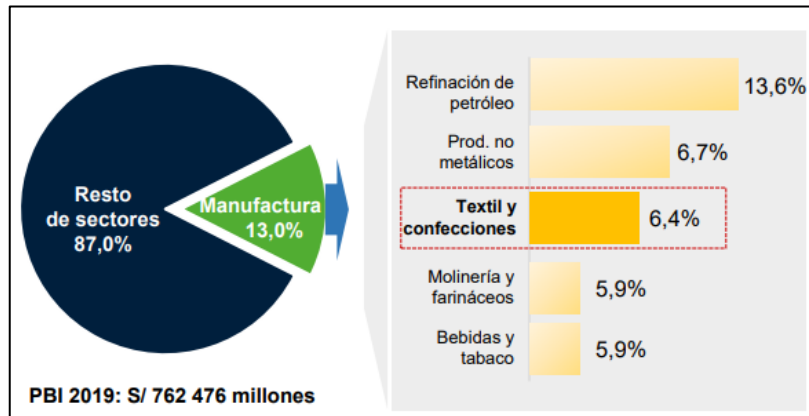
Unidos es el principal destino de exportación de este tipo de producto. De acuerdo con MINCETUR (2017), esta crisis provocó una caída en las exportaciones a Estados Unidos de 18.2%, en los sectores de hidrocarburos y textiles principalmente.

Por último, de acuerdo con Laguna et al. (2018), la industria peruana en el rubro textil y de confección de prendas, contribuye con el 1,1% al PBI del Perú. Por otro lado, la Sociedad Nacional de Industrias a través del informe del Instituto de Estudios Económicos y Sociales (marzo 2021), indica que el Sector Textil y Confecciones es la tercera actividad con mayor contribución en el PBI manufacturero.

A nivel sector, como se observa en la Figura 8, dentro del PBI manufacturero el sector textil y confección está ubicado en tercer lugar con un aporte del 6,4% al mismo.

Figura 8

Participación del Sector Textil y Confecciones en el PBI Manufacturero (Part. %)



Nota. La figura muestra el porcentaje de participación del sector manufacturero, específicamente del sector Textil y confecciones en el PBI. Fuente: INEI (2019)

En cuanto a la producción de textiles se puede considerar uno de los más importantes el que corresponde a tejido de punto. Este se diferencia de los demás en términos de requisitos de hilo y maquinaria, así como la habilidad laboral e inversión de capital. Los productores de tejidos de punto suelen estar integrados verticalmente con la producción de prendas de vestir (García et al. 2015).

El eficiente proceso productivo del sector textil y confección peruano que van desde actividades de cultivo de algodón o vicuña y la crianza y esquila de alpacas, hasta el hilado, teñido, tejido, producción y acabado de prendas, lo ha posicionado como un diferenciador estratégico en los mercados. El uso del algodón Pima, variedad cultivada únicamente en Perú, caracterizado por su hebra extralarga, suave y considerado uno de los mejores hilos del mundo, tiene reconocimiento mundial.

La larga tradición textil peruana ha fomentado la profesionalización y formación de la mano de obra, tanto para procesos industriales y de agricultura como de la confección. Incluso hay varias ofertas educativas de universidades, institutos de diseño e informática donde se capacita a los nuevos técnicos del país.

El sector textil está considerado como uno de los mayores empleadores del país desde hace varias décadas, como puede leerse en la figura 9; teniendo el trabajador peruano como habilidoso y profesional para la confección de prendas más complejas. De acuerdo con el informe del Instituto de Estudios Económicos y Sociales (marzo 2021), el sector textil y confecciones es la tercera actividad con mayor contribución en el PBI manufacturero. Laguna et al. (2018) afirman que la industria peruana en el rubro textil y de confección de prendas, contribuye con el 1.1% al PBI del Perú.

Figura 9

Población Ocupada Según Actividad Económica (Miles de personas).

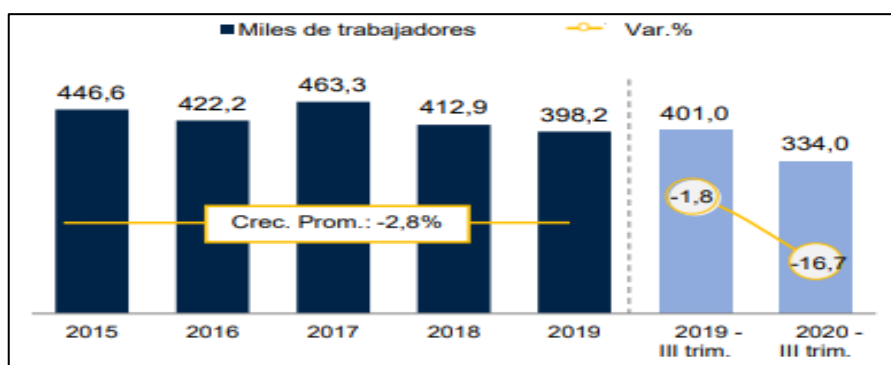
Actividad	Personas	Participación
Agropecuario	4 034	24%
Comercio	3 272	19%
Manufactura	1 519	9%
Textil y confecciones	398	2,3%
Construcción	1 055	6%
Minería	194	1%
Pesca	114	1%
Servicios y otros	6 944	41%
Total	17 133	100%

Nota. La figura muestra la participación de la población ocupada en la actividad Textil y Confecciones. Fuente de: INEI (2019).

Así mismo, los cambios llevaron a afectar la generación de empleo. Aunque es un sector con gran influencia a nivel económico la evolución del empleo, como se muestra en la figura 10, permite hacer una aproximación de que los valores 2020 es uno de los más bajo desde el 2015:

Figura 10

Evolución del Empleo en el Sector Textil y Confecciones, 2015-2020

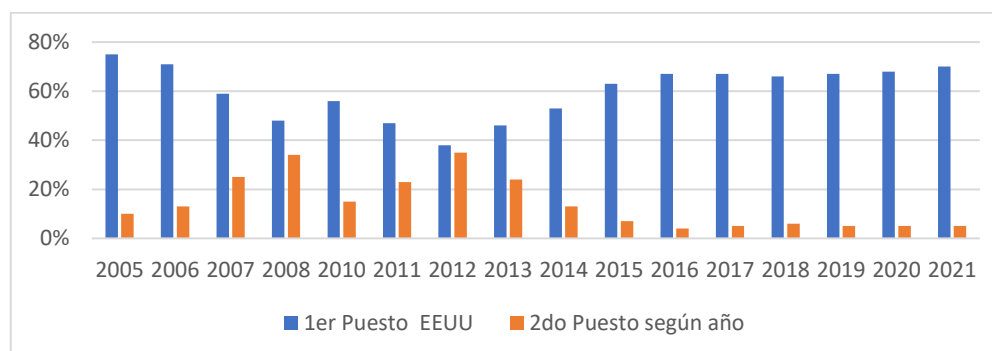


Nota: La figura muestra el número de trabajadores y su variación porcentual entre los años 2015 y el tercer trimestre del 2020. Tomado de: INEI (2020).

Lo que lleva a que las empresas exportadoras de prendas de vestir deban reaccionar de manera urgente para poder hacer frente a la situación de pérdida de competitividad a nivel internacional y de una fuerte dependencia de un solo mercado de destino, como es actualmente Estados Unidos. En la Figura 11 se observa el porcentaje exportado a dicho país versus el porcentaje de exportaciones realizado en segundo puesto.

Figura 11

Participación por destino de exportaciones de prendas en tejido de punto



Nota: La figura muestra el porcentaje de exportaciones con destino a Estados Unidos en contraste con los otros destinos. Fuente: Ranking de exportaciones, ADEX (2021)

Según cifras de la Sunat a enero de 2022, el volumen y valor de las exportaciones se elevaron en un 31.1% con respecto a las exportaciones de enero del año anterior. El comportamiento de éstas hacia los Estados Unidos se mantuvo, es decir, el país norteamericano sigue siendo el principal destino de las exportaciones peruanas con un monto total exportado de US\$72.7 millones, representando una participación de 54.7% (el valor total exportado US\$132.9 millones). Chile con un monto exportado de US\$10.2 millones, representó el 7.6% ocupando el segundo lugar como destino encontrándose a 47.1 puntos de distancia de Estados Unidos.

Frente a lo expuesto, es necesario realizar un estudio sobre estas empresas con el propósito de responder a la siguiente interrogante: ¿qué tan eficiente es este sector en el desarrollo de productos y procesos a través de diseños innovadores y de un manejo eficiente de la Gestión del Conocimiento? ¿existe alguna relación entre la competitividad empresarial, la Gestión del Conocimiento y el desempeño exportador?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Son la competitividad empresarial y la gestión del conocimiento determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera la dimensión de Planeación Estratégica se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de producción y aprovisionamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?

- ¿De qué manera la dimensión de aseguramiento de la calidad se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de comercialización se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de recursos humanos se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de contabilidad y finanzas se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de gestión ambiental se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión de sistemas de información se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión creación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión identificación y adquisición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?

- ¿De qué manera la dimensión de clasificación y almacenamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión aplicación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión actualización y transferencia se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?
- ¿De qué manera la dimensión medición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?

1.3 Importancia y justificación

En este punto se define la importancia de la investigación desde el punto de vista teórico, práctico y su utilidad para la sociedad.

El presente trabajo pone en evidencia un análisis pormenorizado sobre los factores y las dimensiones al interior de las empresas exportadoras que impactan de manera directa sobre su competitividad y repercute en su desempeño exportador; así mismo, buscó determinar si dichas empresas aplican la gestión del conocimiento, en qué medida lo hacen y qué tan importante es considerada al interior de éstas por los resultados favorables que otorga su gestión. Se ha encontrado la relación al interior de las empresas productoras y exportadoras de prendas de vestir en tejido de punto, de cada una de las dimensiones de la competitividad empresarial, con la gestión de

conocimiento que llevan a cabo y si ello es la causa de los resultados actuales en cuanto a diversificación de mercados y desempeño exportador.

En los últimos años las exportaciones han venido fluctuando y disminuyendo a valores históricos para todas las empresas del rubro textil, aunque desde el 2021 se ha empezado a recuperar el sector, aún no llega a niveles deseados. Por otro lado, a pesar de los esfuerzos y el apoyo a través de políticas de incentivo, el país no ha logrado ampliar o expandir sus exportaciones hacia otros destinos, por lo que era imperante enfatizar en un análisis para revelar sus causas. Este rubro de prendas de vestir tiene una presencia fundamental en las exportaciones del Perú por ser un generador de divisas que afecta el crecimiento económico de la región y es una gran fuente de trabajo.

Por último, el proyecto asienta las bases para que las empresas se den cuenta dónde están los puntos débiles, qué tan efectivo puede ser llevar una buena gestión del conocimiento y puedan así gestionar de manera precisa y eficiente todo plan de mejora que las lleve a obtener ventajas competitivas con respecto a empresas internacionales.

1.3.1 Justificación teórica

La relevancia teórica del proyecto se fundamenta en un análisis de las principales variables que afectan la competitividad de las empresas exportadoras de prendas de vestir en tejido de punto de Perú. Y cómo la innovación, la aplicación de determinadas acciones y la transferencia del conocimiento las puede llevar a mejorar su competitividad a nivel internacional. Para ello se ha hecho uso del Modelo de Competitividad Sistémica, como también los modelos holísticos de gestión del conocimiento que han permitido una mirada más general en cuanto a la recepción y transferencia del conocimiento.

1.3.2 Justificación práctica

La posibilidad de realizar un análisis a nivel de competitividad, gestión del conocimiento y cambios en el entorno sobre las empresas en estudio, ha brindado una aproximación de manera íntegra para mejorar los procesos de toma de decisión y el establecimiento de estrategias.

Las falencias observadas en la actualidad recaen en una pérdida de los niveles de exportaciones del sector textil. Esto acarrea problemas de índole económico y sociales tanto para el país como para las empresas. En cuanto a problemas económicos se visualiza menor rentabilidad y menos ingreso de divisas. Por otro lado, los problemas sociales están vinculados al quiebre y posterior cierre de empresas, mayor desempleo, y a un impacto directo sobre el crecimiento del sector y del país. El aporte que proporciona esta investigación a través de los resultados se considera por tanto considerable.

1.3.3 Justificación metodológica

El presente estudio lleva aparejado una revisión bibliográfica a profundidad de fuentes primarias y secundarias para el estudio y análisis de los aspectos políticos y económicos en el entorno internacional que han afectado las importaciones de las prendas en tejido de punto peruanas y por otro del entorno nacional para analizar sus efectos sobre las empresas en cuestión. Carrillo Quezada (2016) señala: “la justificación tendrá motivaciones de utilidad metodológica, si el tema de estudio contribuye a crear un nuevo método, modelo o estrategia para a generación de conocimientos” (p.6). Esta investigación metodológicamente ayuda a detallar si la Gestión del Conocimiento y la Competitividad empresarial tienen relación y de qué manera estas variables influyen en el desempeño exportador de las empresas exportadoras de prendas de vestir del Perú, tal como se plantea en el problema general y los problemas específicos.

Así mismo, la investigación plantea cuantificar y correlacionar las variables Gestión del Conocimiento, Competitividad empresarial y Desempeño exportador, haciendo de ella una investigación con de enfoque cuantitativo por medio de la utilización de la estadística para analizar dichas variables. De acuerdo con la definición de Qualtrics (2022), la investigación cuantitativa es una herramienta de análisis estadístico y matemático que permite explicar, definir y predecir fenómenos mediante el uso de data numérica. La herramienta utilizada para la recopilación de información ha sido un cuestionario.

1.3.4 Justificación económica

El estudio se justifica desde un punto de vista económico debido a la importante participación en el PBI manufacturero y a la generación de empleo que este sector genera. Al consultar la diversa literatura, no se ha encontrado estudios que se enfoquen en las grandes empresas exportadoras, quienes son las que más aportan a la economía ni que analicen en conjunto la relación entre las variables que el estudio propone. Por lo que los resultados son fuente de conocimiento que sirven para dar a conocer la importancia de cada variable para dichas empresas y que éstas puedan llevar a cabo los ajustes necesarios para revertir la situación de modo que permita ampliar mercados y tener mejores ingresos económicos a nivel empresarial y de país.

1.3.5 Justificación legal

Se justifica con un análisis de los principales tratados económicos y de libre comercio que llevaron a la introducción de mercados como es el de Estados Unidos y al análisis de con cuáles tiene participación Perú con el resto del mundo, logrando identificar acuerdos comerciales que pueden abrir nuevos mercados.

1.4 Delimitación del estudio

El segmento donde se ha aplicado el estudio a través de entrevistas corresponde al conjunto de principales empresas del rubro textil de Perú, productoras y exportadoras de prendas de vestir.

Delimitación espacial: el estudio se llevó a cabo dentro de Perú, específicamente en los departamentos de Lima, Ica y Arequipa, donde se concentran estas empresas.

Delimitación temporal: corresponde al análisis efectuado en dichas empresas en el año 2022.

1.5 Limitaciones del Estudio.

En cuanto a las limitaciones, esta se refiere básicamente a la disponibilidad y apertura de las empresas seleccionadas como la muestra de estudio. Esta muestra fue obtenida aleatoriamente tomando como base los reportes de SUNAT y de la Asociación de Exportadores (ADEX), que elaboran informes con el detalle de bienes y volúmenes exportados, sin embargo, no todas las empresas inicialmente seleccionadas accedieron a participar en el estudio lo que originó el ampliar la muestra inicial hasta lograr realizar 100 resultados. Otra limitación encontrada es el hecho que, no hayan respondido a la encuesta con la rigurosidad esperada.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Determinar en qué medida la competitividad empresarial y la gestión del conocimiento son determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú.

1.6.2 Objetivos específicos

- Identificar de qué manera la dimensión de Planeación Estratégica se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú.
- Identificar de qué manera la dimensión de producción y aprovisionamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Identificar de qué manera la dimensión de aseguramiento de la calidad se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Identificar de qué manera la dimensión de comercialización se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Identificar de qué manera la dimensión de contabilidad y finanzas se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Identificar de qué manera la dimensión de recursos humanos se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Identificar de qué manera la dimensión de gestión ambiental se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú.

- Identificar qué manera la dimensión de sistemas de información se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión creación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión identificación y adquisición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión de clasificación y almacenamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión aplicación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión actualización y transferencia se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Conocer de qué manera la dimensión medición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Histórico

2.1.1 Información general de Perú

El continuo crecimiento que ha venido mostrando la economía peruana se compara particularmente con naciones industriales por encima del promedio. Sobre todo, por el mayor crecimiento económico en la región y la situación política estable, de hasta hace algunos años, que ha atraído cada vez más la atención de inversores extranjeros al Perú. Actualmente no puede igualar las altas tasas de crecimiento de la primera década. De acuerdo con el reporte del Banco Mundial (2021), la economía peruana inició una fase de crecimiento más lento desde el 2014, sin embargo, la economía peruana creció en 2015 3,3% y en 2016 un 3,6% hasta estancarse en 2020 con iguales valores al 2016, como puede observarse en la figura 12.

Figura 12

Evolución crecimiento anual



Nota. La figura muestra el crecimiento económico del Perú. Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2020).

Los menores ingresos por exportaciones del Perú en los últimos años fue el principal motivo de esta disminución en la velocidad del crecimiento tras años de fuerte

crecimiento económico. Los precios de las materias primas, especialmente del oro y el cobre, han estado sujetos a importantes fluctuaciones de precios.

La pandemia de la COVID-19 ocasionó al igual que en el resto del mundo, una fuerte caída en la producción y en la economía en general, descendiendo el PBI en el 2020 en 11.1% (Banco Mundial [BM], 2021). La recuperación este año se va dando de forma paulatina y se espera que el país crezca alrededor del 11.3% principalmente por la demanda interna y los precios del mercado internacional de los minerales y otros productos que el país exporta (Banco Mundial, 2021), aunque este podría verse afectado por la actual situación política que se tiene, ya que existe el temor de que el nuevo gobierno cambie el modelo económico que se ha venido trabajando, lo que ha generado que las inversiones se contraigan y que capitales privados peruanos se muevan a otros países como Estados Unidos y Panamá.

2.1.2 La Industria de confección prendas de vestir en tejido de punto.

El Perú, tiene una tradición textil desde la época pre-inca, donde diversas culturas como la Paracas, Wari, Nasca, entre otras, desarrollaron tejidos de diferentes texturas y colores (citado en Laguna et al., 2020, p.33). La industria textil y de confecciones a lo largo de los años ha ido creciendo hasta convertirse en un sector cuyo aporte como generador de empleo como de aporte al PBI son de gran importancia para el país.

Según Soniewicki y Szymkowiak (2017), “la manufactura es muy importante, también para los países ricos y desarrollados. Tiene una influencia importante en toda la economía mundial a través de la creación de empleo, la construcción de infraestructura y el aumento del PIB” (p.112).

Es por la importancia y contribución de este sector y por el efecto de la globalización que los gobiernos a partir de 1990 inician procesos de integración firmándose diversos tratados y acuerdos comerciales con la finalidad de promover las

exportaciones. El plan estratégico de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a finales de los 90, se centró en impulsar y afianzar la estructura de libre comercio mediante acuerdos comerciales (Azorza y Chacón, 2020).

Es así como el Perú es miembro de la CAN de la Comunidad Andina, y de la Unión de Estados Sudamericanos UNASUR, así como miembro asociado de la comunidad internacional MERCOSUR. En 2011 el país en conjunto con México, Colombia y Chile formaron la zona de libre comercio en la Alianza del Pacífico. Los estados miembros luego fusionaron sus respectivas bolsas de valores para formar la mayor Zona Franca de la Región Sudamericana. Perú tiene un tratado de libre comercio desde el 2010 con la Unión Europea. Un año antes firmó un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos (Sánchez, 2015). Hoy el Perú cuenta con 24 Acuerdos Comerciales en vigencia, tres por entrar en vigor y seis en negociación (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.).

De acuerdo con el informe especial COVID-19 de CEPAL (2020), la crisis por esta pandemia llegó en un momento en que aún la economía mundial no se había recuperado totalmente de la crisis del 2008-2009; con fronteras cerradas, países prácticamente paralizados, el comercio mundial se ha visto fuertemente afectado, así, en el informe se lee:

la contracción del volumen del comercio mundial de bienes fue cercana al 18.5% en el segundo trimestre del 2020 en comparación con igual período de 2019 y la caída durante el primer semestre se habría situado en alrededor del 11% (CEPAL, 6 de agosto de 2020).

Mónica Chávez, gerente de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, en marzo de este año (2021), sostuvo que “la industria textil y confecciones es

una de las más golpeadas por la crisis sanitaria y económica originada por la COVID-19”.

El Instituto de Estudios Económicos y Sociales de la Sociedad Nacional de Industrias (IEES-SIN) en su informe a marzo 2021, indica que al realizar un comparativo entre las importaciones y exportaciones del sector textil y confecciones encontró que ya en 2019 se observó un déficit en la balanza comercial, el cual se hizo mayor en el 2020 debido a la reducción en las exportaciones, que tuvo una caída de alrededor de 27% frente a las importaciones que mostraron mayor dinamismo.

Si se analiza la Exportación de textiles y confecciones por empresa, (figura 13) se observará que sólo tres empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto incrementaron sus exportaciones el 2020 con respecto al 2019, estas empresas son Topy Top, Textil del Valle y Cotton Knit, el resto grandes, medianas o chicas, muestran una variación negativa, en algunos casos esta caída viene desde el 2018.

Figura 13

Exportación de productos textiles y confecciones por empresa (Millones de US\$FOB)

Empresa	Anual			Var.%	Part.%
	2018	2019	2020	20/19	2020
Michell y Cía	88	73	61	▼ -16,0	6,0
Topy Top	54	49	50	▲ 3,0	4,9
Industrias Nettalco	60	50	45	▼ -9,5	4,5
Textile Sourcing Company	49	53	45	▼ -14,8	4,4
Textiles Camones	58	56	43	▼ -23,0	4,2
Textil Del Valle	24	38	42	▲ 12,6	4,2
Southern Textile Network	50	56	38	▼ -31,9	3,7
Cotton Knit	26	30	35	▲ 15,3	3,4
Confecciones Textimax	50	55	31	▼ -43,9	3,0
Demás empresas	971	936	628	▼ -32,9	61,6
Total	1.431	1.395	1.019	▼ -27,0	100,0

Nota. La figura muestra las principales empresas exportadores de productos textiles y confecciones. De Aduanas – IEES-SIN (2021)

Según el análisis realizado por ADEX y Banco de Desarrollo de América Latina (2020) entre las principales limitaciones que presentan las empresas exportadoras del

sector textil de confecciones está el “lento seguimiento de las nuevas tendencias relacionadas a la sostenibilidad y economía circular que inician la industria 4.0, además de la transformación digital”; menciona además, que una desventaja que los propios exportadores expresan tener frente a otros países y lo cual les genera mayor competencia, es el factor tecnológico que poseen, pues esta les permite producir mayores volúmenes y ofrecer sus productos a menores precios.

En la siguiente Tabla 1, se observa que, en el año 2019, el Perú contaba con 32,212 empresas de confección de prendas. Según la clasificación 75 grandes, 30 medianas y el resto distribuido entre micro y pequeñas empresas. Esto significa que sólo el 0.23% corresponde a grandes empresas manufactureras y exportadoras de prendas de vestir.

Tabla 1.

Estructura empresarial del Sector Exportador 2007 - 2019

Tamaño empresarial	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Grande	80	84	66	74	81	90	73	71	79	74	73	69	75
Mediana	22	26	31	21	28	26	22	40	27	25	14	20	30
Pequeña	769	911	838	880	1,021	1,129	1,024	935	831	818	687	815	832
Microempresa	14,433	16,904	18,975	20,084	20,209	21,944	23,851	23,102	22,977	23,987	25,133	29,695	31,275
TOTAL	15,304	17,925	19,910	21,059	21,339	23,189	24,970	24,148	23,914	24,904	25,907	30,599	32,212

Nota. Datos tomados de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2020)

2.1.3 Las exportaciones y el desarrollo económico

Los flujos comerciales tienen un rol trascendental en el proceso de desarrollo económico, de los cuales las exportaciones merecen un énfasis más especial. Los estudios indican que, en muchos países en desarrollo, las exportaciones no sólo generan divisas, sino que también mejoran la competitividad y la modernización de la economía e intensifican el proceso de crecimiento económico.

Además, otros estudios demostraron que las exportaciones no solo mejoran el crecimiento a corto plazo sino también el crecimiento económico a largo plazo a través de varios canales de transmisión (Gordon, 2007).

Glasmeier et al. (2012) demostraron que el crecimiento de las exportaciones afecta positivamente la producción y la demanda y abre nuevas oportunidades para las inversiones. Myrdal (2011) indicó que, la propensión marginal al ahorro es superior en los países con mayores exportaciones. Así mismo el nivel de inversión depende de los niveles de exportación.

Los países con una alta participación en el proceso de exportación atrajeron a más inversiones extranjeras que países con bajas inversiones. Arkolakis et al. (2012) y Blyde (2014) indicaron que las tasas de crecimiento de las exportaciones son uno de los principales determinantes de la modernización de las economías con nuevas tecnologías avanzadas.

Además, cabe señalar que las exportaciones son uno de los pocos canales importantes que vinculan el país con la economía global. Este canal también transmite lo positivo y lo negativo. La influencia de las crisis financiera mundiales se difunden inicialmente a través de canales financieros (Briceño, 2013).

Las crisis financieras mundiales no solo crean desafíos, sino que también abren nuevas oportunidades para los países en desarrollo. Muchos países desarrollados y en desarrollo inmediatamente aumentan el gasto público para la creación de más puestos de trabajo. Aunque el efecto inmediato de estas políticas fuese favorable, pareciera que los gobiernos no les dieran mucho peso a las políticas a largo plazo y las consecuencias de dichas políticas. Como dijo Soros (2015), "Las necesidades a corto plazo son lo opuesto a lo que se necesita a largo plazo".

Surinach (2015) evalúa los cambios en las exportaciones con respecto a las variaciones en los tipos de cambio, ingresos de socios y precios de exportación utilizando datos trimestrales para 1990-2013. Encuentra que las exportaciones responden a variaciones en los niveles de ingresos de los países que importa relativamente más que los precios, y los tipos de cambio no proporcionan los valores esperados.

Por otro lado, se entiende que las actividades económicas de un país están divididas en los que producen para los mercados de exportación y los de los mercados locales (residentes) (Krugman, 2006).

En efecto, la teoría de exportación establece que el crecimiento de la producción y el empleo es una función de la demanda de las exportaciones de una región, suponiendo una elasticidad perfecta de oferta de insumos y demanda de exportaciones (Krugman, 2012).

El crecimiento se genera no sólo a través de la venta directa de bienes de exportación, sino también a través de un Multiplicador de ingresos keynesiano: donde el crecimiento de ingresos asociado con el aumento de las exportaciones de una región se traduce en nuevos aumentos en la demanda de bienes locales, que, a su vez, conduce a más crecimiento de la renta regional (Leichenko, 2010).

Así mismo North (2016) afirmó que:

- El éxito de la base exportadora ha sido el factor determinante en la tasa de crecimiento de las regiones. Por lo tanto, los factores de ubicación que han permitido que los productos básicos se desarrollen deberían ser examinados.
- La importancia de la base de exportación es el resultado de su principal papel en la determinación del nivel absoluto y de los ingresos per cápita en una región, y

por lo tanto en la determinación de la cantidad de actividad secundaria y terciaria que desarrollará.

- También tiene una influencia significativa en el carácter de la industria subsidiaria, la distribución de la población y el patrón de urbanización, el carácter de la fuerza laboral, las actitudes sociales y políticas de la región, y su sensibilidad a las fluctuaciones de los ingresos y el empleo.
- Algunas regiones, debido a las ventajas de ubicación, tienen desarrollada una base de exportación de productos manufacturados, pero esta no es una etapa necesaria para el crecimiento sostenido de todas las regiones. Gran parte de la industria secundaria y terciaria resultará del éxito de la base de exportación (p.257).

En el caso de grandes regiones, otras variables pueden desempeñar un papel tan importante como las exportaciones. El concepto de base de exportación puede ser útil al describir el crecimiento del ingreso regional, pero esto no necesita ser considerado el mismo problema que el desarrollo de la economía en general (Perrotta, 2015).

A pesar de estas y otras críticas, la teoría de la base exportadora sigue siendo ampliamente utilizada para el desarrollo regional y la planificación y análisis del comercio internacional y el crecimiento.

Aunque se han desarrollado numerosos enfoques metodológicos para definir la base de exportación, uno de los más utilizados corresponde a las series de tiempo (Brown, 2013).

2.1.4 Desempeño Exportador

Katsikeas & Morgan (2000), realizaron un trabajo para definir el significado del Desempeño Exportador (DE) así como revisar las distintas formas en que este constructo es medido. Mencionaron que el desempeño exportador es importante tanto para los gobiernos, ya que a través de estos ingresos obtienen reservas, se logra incrementar la productividad y el empleo; como para las corporaciones, porque de ese modo amplían su capacidad, mejoran sus resultados financieros y fortalecen su competitividad lo cual es una forma de asegurar la permanencia en un mercado global altamente cambiante.

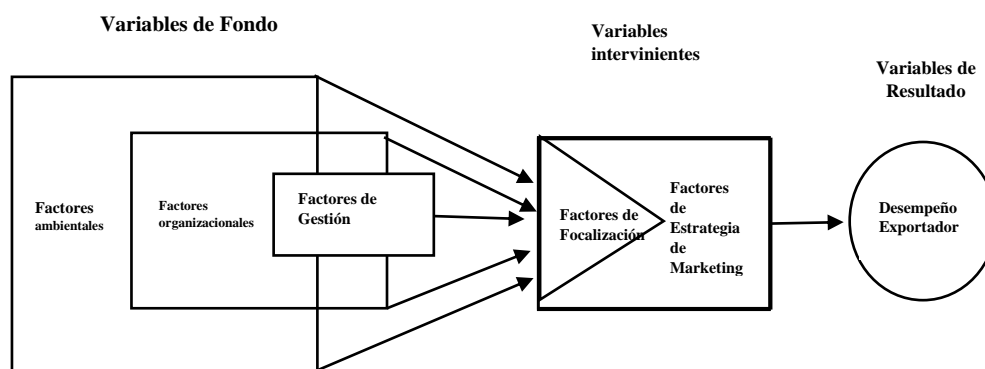
Sin embargo, a pesar de ser un término importante, los autores mencionaron que no existe una definición ni uniformidad y consenso en la forma de medir el DE (Katsikeas & Morgan, 2000).

Realizando una revisión de múltiples estudios sobre el desempeño exportador de las empresas, encontraron que fue en los años sesenta donde se realizó la primera investigación cuyo objetivo fue encontrar cuáles factores son determinantes del éxito en el DE. Luego de este estudio, realizado por Tookey en 1964, los autores escriben que hubo muchos otros investigadores que buscaron determinar las variables que afectan el DE, llegando a crear un modelo con grupos de variables las cuales pueden observarse en la figura 14 y que son los que afectan el desempeño exportador. El primer grupo corresponde a los antecedentes de las empresas: la fortaleza de su gestión, de su organización y del medio ambiente que la rodea; el segundo grupo, es considerado como las variables intervinientes, básicamente referidos a la focalización y a las estrategias de marketing o mercadeo que éstas lleven a cabo. Katsikeas & Morgan (2000) describen estas últimas variables como: “La forma en que los gerentes seleccionan, ingresan y se expanden en países extranjeros, diseñan estrategias de

comercialización de exportaciones y monitorean los negocios con clientes en el extranjero” (p. 496). Es interesante este primer modelo porque muestra la preocupación y el interés por el desarrollo y crecimiento de las exportaciones.

Figura 14

Modelo simplificado de Desempeño Exportador



Nota: Adaptado y traducido de Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). *Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493–511. doi:10.1177/0092070300284003

En este modelo se aprecia que el desempeño exportador es una variable que muestra los resultados del ejercicio de una organización en el mercado de exportación.

Katsikeas & Morgan (2000) concluyen indicando que:

Hay dos formas principales de medir el desempeño de las exportaciones: económicas (medidas financieras como ventas, utilidades y participación de mercado) y no económicas (medidas no relacionadas con el producto, el mercado, elementos de experiencia, etc.) (La mayoría de los antecedentes y las variables intervinientes se asociaron con medidas económicas de desempeño, en particular la intensidad de las ventas de exportación (relación de exportaciones a ventas totales), el crecimiento

de las ventas de exportación y la rentabilidad de las exportaciones (p. 497).

Por otro lado, Papadopoulos & Martín (2010) sostuvieron que las investigaciones en el concepto de Desempeño Exportador (DE) recién se iniciaron hacia 1990. Indicaron que “el desempeño de las exportaciones se puede definir como los resultados de las actividades internacionales de la empresa...y que actualmente existe un amplio consenso de que el desempeño es multidimensional (p. 390)”. Así mismo, sostuvieron que hay gran aceptación respecto a esta definición, así como de que las dimensiones se pueden clasificar en dos: dimensión económica y dimensión estratégica. Sin embargo, mencionaron que aún no hay acuerdo en lo referente a cómo medir este constructo ni de cómo trabajan sus dimensiones. Los indicadores del desempeño exportador han ido evolucionando y sofisticándose, llegando a utilizarse escalas compuestas o conceptualizaciones en base a índices o indicadores que reflejan el éxito percibido de la organización, así como también algunos autores han optado por distinguir entre dimensiones económicas y estratégicas y no económicas (Papadopoulos & Martín, 2010).

En la tabla 2, a continuación, se presentan algunos estudios y autores que proponen diversos elementos o dimensiones para el DE. La mayoría de ellos coinciden en determinadas dimensiones como:

- la económica (que considera el volumen de ventas, o las ganancias o la participación dentro del mercado internacional),
- la estratégica (mide percepción de logro de objetivos)
- una tercera no económica que considera la satisfacción o fidelidad de los importadores / clientes del exterior.

Lo cierto es que existe contradicción entre algunas propuestas por lo que Papadopoulos & Martín (2010, tomado de Shoham 1998) “señala que la importancia del desempeño de las exportaciones puede diferir dependiendo del nivel de desarrollo internacional de una empresa (p.392)”.

Tabla 2

Dimensiones y operacionalización del Desempeño Exportador

Autores	Dimensiones del desempeño exportador	Operacionalización del desempeño exportador			Especificación del Modelo
		Económico	Estratégico	General	
Cavusgil y Zou (1994)	Estratégica Económica	Ventas: - Beneficio: rentabilidad (sí/no) Cambio: crecimiento en ventas	Logro ponderado de 7 objetivos	Satisfacción: - Éxito: percepción (escala 1-10)	Reflexivo
Zou et al. (1998)	Financiera Estratégica Satisfacción con proyecto exportador	Ventas: volumen de ventas Beneficio: rentabilidad Cambio: tasa de crecimiento	Competitividad; posición estratégica participación de mercado	Satisfacción ^(a) :con emprendimiento Éxito, general y frente a expectativas Éxito: percepción (escala 1-10)	Reflexivo
Shoham (1998)	Ventas de exportación Beneficio Cambio	Ventas: intensidad exportadora Ventas: cuota de mercado Beneficio: margen de utilidad Cambio: ventas de exportación, margen de beneficio, intensidad, cuota de mercado	no utilizado	Satisfacción ^(a) : con la intensidad de exportación, ventas y margen de utilidad y con cambios de estas 3 variables en 5 años Éxito: -	Reflexivo
Styles (1998)	Ninguna ^(b) (unidimensional)	Ventas: (crecimiento de ventas) Beneficio: rentabilidad Cambio: crecimiento de ventas	Logro ponderado de objetivos	Satisfacción: - Éxito: percepción interna y de los competidores (escala 1-10)	Reflexivo
Lages and Lages (2004) ^(c)	Satisfacción con la mejora del desempeño y mejora en la intensidad de las exportaciones y el desempeño esperado	Ventas: - Beneficio: - Cambio: % de cambio de exportacion al total de ventas y utilidad	no utilizado	Satisfacción: con las ventas de exportación utilidades, cuota de mercado y el desempeño en general Éxito: -	Reflexivo
Lages et al. (2005a)	Desempeño financiero y estratégico exportador, logros y contribución a las operaciones de exportación satisfacción con el desempeño general	Ventas: alto volumen de ventas Beneficio: rentabilidad Cambio: tasa de crecimiento Otro: contribución a las exportaciones	Impacto de la exportación en la competitividad, posición estratégica y cuota	Satisfacción: con la cuota de mercado y con el desempeño general Éxito: éxito percibido	Reflexivo / formativo
Diamantopoulos and Sigauw (2006)	Ventas, ganancia, competitivo ^(d) y desempeño general y satisfacción de exportación	Ventas: intensidad de ventas de exportación ventas por empleado Beneficio: intensidad de la rentabilidad de exportación y ganancia relativa Cambio: ventas de exportación	no utilizado	Satisfacción ^(a) : con las ventas de exportación, utilidades, y cuota de mercado; tasa de entrada a nuevo mercado General: percepción general del desempeño exportador (escala 1-7)	Sin suposiciones ^(e)

Nota. a. En estos estudios "satisfacción" es considerada como una dimensión del desempeño exportador más que una medida del constructo

b. Un análisis exploratorio del supuesto de unidimensionalidad indicó cuatro dimensiones

c. Este estudio se centró específicamente en medidas de desempeño a corto plazo. Los investigadores proponen una escala reflexiva a nivel de empresa de exportación (utilizada para esta tabla) y un cuadro de

mando formativo a nivel corporativo (suma ponderada de percepciones subjetivas utilizando la escala de empresa y medidas objetivas).

d. Operacionalizado por una calificación del relativa a los competidores del desempeño de las exportaciones junto con las ventas de exportación, las ganancias y la participación de mercado, y la tasa de entrada de nuevos mercados.

e. Las 14 medidas de rendimiento de las exportaciones se utilizaron por separado para la evaluación de la validez de criterio de otro constructo.

Adaptado de: Papadopoulos, N., & Martín, O. M. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review*, 19(4), 388-406.

Horta (2015), realizó también un estudio sobre el concepto de “desempeño exportador”, concepto que como indica en su investigación, también es conocido como “resultado exportador” o *export performance*, en idioma anglosajón. Coincide en que el término es complejo y multidimensional y que no puede ser medido en base a un solo indicador, sino que debe considerarse diversas perspectivas, variables cualitativas y cuantitativas (p.139), como económica, financiera, de estrategias, comprobando que dadas los múltiples planteamientos y definiciones del constructo puede sostenerse que el concepto nace y depende que las dimensiones que se quiera considerar y de cómo se pretenda medir el desempeño exportador.

En la tabla 3 a continuación, se presenta un resumen de enfoques/dimensiones, objetivos e indicadores sugeridos, que Horta (2015) presenta en base a su investigación. Como se observa, los indicadores para medir el desempeño exportador son múltiples estarán definidos en función del enfoque que se le dé al constructo, así como los objetivos que se busquen.

Tabla 3

Conceptualización del resultado exportador

Enfoque / Dimensión	Objetivos	Indicadores sugeridos
------------------------	-----------	-----------------------

Resultados financieros y económicos.	Rentabilidad exportadora.	Ventas de exportación. Crecimiento exportador. Intensidad exportadora. Participación en el mercado. Medidas de rentabilidad. Desempeño económico en mercados internacionales en relación con el mercado doméstico.
Resultados estratégicos.	Mejora de la competitividad. Aumento cuota mercado. Fortalecimiento posición estratégica.	Cumplimiento de los objetivos estratégicos. Desempeño en la comercialización.
Actitudes con el rendimiento exportador.	Satisfacción con las operaciones de exportación.	Percepción de los directivos sobre el comportamiento exportador. Satisfacción con desempeño exportador.

Nota. Tomado de Horta (2015). Conceptualización del desempeño exportador: análisis de los avances en la literatura de los negocios internacionales. Revista OIKOS año 19, Nro. 40, diciembre 2015 ISSN 0718-4670 - pp.137-150.

Si bien se plantean indicadores para la medición del desempeño exportador, este autor expone es necesario trabajar con formas objetivas y subjetivas de recopilar o adquirir información para determinar ese desempeño y que las medidas subjetivas son eficientes especialmente si no es posible obtener información financiera (objetiva). Nuevamente encuentra una diversidad de conceptos y medidas que pueden ser utilizadas dependiendo de las consideraciones o criterios que se apliquen y tomen para medir el constructo por lo que elabora un resumen con las diferentes formas de dimensionar el desempeño exportador, que se puede observar en la Tabla 4, a continuación:

Tabla 4

Cómo operacionalizar el resultado exportador

Autores	Formas de dimensionar el resultado exportador (medidas)
Zou y Stan (1998)	· Resultados financieros · Resultados no financieros · Medidas compuestas
Katsikeas, Leonidou y Morgan (2000)	· Medidas económicas (ventas, beneficios, cuota de mercado) · Medidas no económicas (mercado, producto, otros) · Medidas genéricas (satisfacción con el resultado exportador)

Styles (1998)	· Eficacia · Eficiencia · Adaptabilidad
Shoham (1998, 1999)	· Ventas · Beneficios · Crecimiento
Alonso y Donoso (2000)	· Compromiso exportador · Dinamismo exportador · Rentabilidad exportadora · Otras medidas
Leonidou, Katsikeas y Samiee (2002)	· Intensidad exportadora · Monto exportado · Rentabilidad de exportaciones
Zou, Taylor y Osland (1998)	· Escala múltiple: <i>EXPERF scale</i> · Rendimiento financiero · Rendimiento estratégico · Satisfacción con el resultado exportador
Lages y Lages (2004)	· Escala múltiple: <i>STEP scale</i> · Satisfacción con el desempeño exportador · Incremento de la intensidad exportadora · Expectativas de mejora en desempeño exportador
Lages et al. (2009)	· Escala múltiple: <i>NEP scale</i> · Aspectos generales de la <i>performance</i> exportadora · Relaciones con el importador · Relaciones con los proveedores · Calidad de componentes
Papadopoulos y Martín Martín (2010)	· Obtención de nichos en los mercados de exportación · Mejora en la cuota de mercado · Diversificación de clientes externos · Medidas de ventas de exportación e intensidad exportadora
Mysen (2013)	· Medidas financieras · Medidas de ventas · Medidas de rentabilidad · Desempeño en mercados externos en relación con el mercado local · Medidas no financieras · Satisfacción · Desempeño estratégico · Escalas compuestas

Nota. Tomado de Horta (2015). Conceptualización del desempeño exportador: análisis de los avances en la literatura de los negocios internacionales. Revista OIKOS año 19, Nro. 40, diciembre 2015 ISSN 0718-4670 - pp.137-150.

Se aprecia así que no existe un consenso sobre la forma de medición y de operacionalización del resultado exportador, que son diversos los aspectos que se evalúan y miden siendo algunos objetivos y otros subjetivos y que es importante considerar ambos dentro de las tres dimensiones que Horta (2015) considera las más

relevantes: dimensión económica (indicadores relacionados con la ventas, participación en el mercado, rentabilidad), estratégica (en base a los objetivos alcanzados según la percepción de los empresarios) y global, la cual mediría la satisfacción de la actividad exportadora (p.149).

2.1.5 La competitividad y el crecimiento económico

A lo largo de la historia han surgido doctrinas de corrientes diversas que han buscado expresar y encontrar lo que esta variable representa para las organizaciones. Su origen etimológico, muestra que la palabra tiene raíces latinas y su significado hace referencia a la “cualidad relativa a luchar para conseguir un premio”, en otros diccionarios de la lengua española como el WordReference, se encuentra que la definen como la “capacidad para competir por tener las propiedades necesarias”.

En cuanto a la competitividad del sector, es inevitable referirse a la Teoría del Crecimiento Económico de Adam Smith (1776). Donde trata sobre la ventaja absoluta, la cual, según sostiene, determina un mayor flujo de intercambio comercial al país que cuenta con ésta. Smith sostiene que la riqueza la crea la disponibilidad de recursos, para lo cual se requiere especializar el trabajo, tener comercio libre y que el Estado intervenga moderadamente en la economía. El país que se especializa en producir aquello en lo que tiene ventaja absoluta, es decir, en lo que mejor hace o en lo que tiene facilidad para hacer a un menor costo, será el que se beneficie.

Los eruditos de Adam Smith demostraron que la cultura popular y académica de la comprensión del trabajo de Smith ha cambiado drásticamente con el tiempo (Liu, 2018, Milgate et al. 2017, Hont 2012). Varios investigadores han tomado las consideraciones propuestas por Adam Smith en cuanto a ser defensores del libre comercio por medio de un sistema igualitario.

Dugald Stewart (1753 – 1828) primer biógrafo de Smith y estudiante y amigo proporcionó la siguiente perspectiva en el punto principal de Smith sobre la riqueza de las Naciones:

“En su Riqueza de las Naciones, se introducen varias disquisiciones que tienen un objeto similar en vista, particularmente la delineación teórica que ha dado el progreso natural de la opulencia en un país; y su investigación de las causas que han invertido este orden en los diferentes países de la Europa moderna. Sus conferencias sobre jurisprudencia parecen, por el relato que se dio anteriormente, que abundaban en tales investigaciones” (Stewart, 1793, p.52).

En este sentido, casi la mitad de las declaraciones en la literatura argumentan que el propósito principal era proporcionar una teoría del desarrollo económico. Otras categorías incluyen la idea de que los individuos interesados en sí mismos pueden apoyar los beneficios de la cooperación; ideas sobre justicia, moral y libertad; y finalmente, contribuciones a la teoría económica.

Que los estudiosos ofrezcan tantos puntos diferentes como el "punto principal" se refleja en parte de la increíble riqueza del análisis de Adam Smith, que en casi 1000 páginas logró fines diferentes, que incluyen:

- Un nuevo sistema de teoría económica, centrado en lo que ahora se llama la Teoría de los Precios y la Teoría del Valor; la división del trabajo; comercio internacional; la distribución del ingreso; regulación de la economía; la economía del desarrollo; impuestos; y las consecuencias políticas que se siguen de estas teorías.
- La libertad y la justicia son bases necesarias para una economía. Sin

asegurar los derechos de propiedad, la ejecución de contratos y la protección contra la depredación del gobierno, los mercados no pueden prosperar y producir riqueza.

- También contiene una variedad de análisis históricos que explican la lógica, la supervivencia y el desglose del sistema anterior (utilizando una comparativa entre el equilibrio y la lógica estática) como:
 - El feudalismo y su ruptura con el surgimiento de la libertad y otras infraestructuras necesarias para apoyar el comercio en los mercados y en las sociedades;
 - El acuerdo a largo plazo entre los señores seculares y la Iglesia durante la Edad Media y su desintegración en la Reforma.
- La idea de que el interés propio conduce a la cooperación social. Sus observaciones ampliamente celebradas de las consecuencias no deseadas.
- Varios puntos normativos en filosofía moral y política, incluidas las ideas de justicia, moral y libertad.

Parte de las diferencias entre los estudiosos en cuanto al punto principal, por lo tanto, refleja los diferente énfasis de los temas del libro de Smith. Alternativamente, parte de las diferencias de énfasis pueden reflejar confusión. De hecho, Smith contribuye a esta confusión; a saber, Smith presenta varias diferentes declaraciones de su propósito, como lo hace con tantos temas¹.

¹ Viner (1927) fue uno de los primeros en observar que Smith expresó diferentes interpretaciones del mismo fenómeno en diferentes partes de su corpus. En Weingast (2018b), se demostró que, a pesar de ser conocido como comerciante libre, Smith dio tres versiones muy diferentes del comercio en La riqueza de las Naciones.

Por lo que se puede apreciar, por ejemplo, desde el título de Smith literalmente, una investigación sobre la naturaleza y las causas de la Riqueza de las Naciones; sugiriendo la cuestión central de la economía política de desarrollo, cómo y por qué algunas naciones son ricas y otras pobres. Varios eruditos, como se observa a continuación, adoptaron este enfoque literal. Sin embargo, en la introducción a La riqueza de las Naciones, Smith afirma que:

"Su objetivo era explicar en qué ha consistido la renta del gran cuerpo de las personas, o cuál ha sido la naturaleza de esos fondos que, en diferentes edades y naciones, han abastecido su consumo anual, como se ha detallado en sus cuatro primeros libros. El quinto y último libro trata de los ingresos del soberano o mancomunidad". (La Riqueza de las Naciones, pp.11-12).

En tercer lugar, en una conocida carta de 1780 a Andreas Holt², Smith describió la riqueza de las naciones como un "ataque muy violento que había hecho contra todo el sistema comercial de Gran Bretaña." Característicamente, el propio Smith apunta en múltiples direcciones, incluido el crecimiento económico, la teoría económica, y la reforma económica.

En definitiva, su trabajo proporciona una diversidad de puntos y temas diferentes atribuibles a sus contribuciones. En consecuencia, podría considerarse como una obra larga, compleja y multifacética, La riqueza de las Naciones ofrece diversas interpretaciones.

² Carta 208. A [ANDREAS HOLT, Comisionado de la Junta de Dinamarca (of Trade and Economy) Edimburgo, 26 de octubre de 1780. Corr. Rothchild (2001: 7) también menciona este punto.

Por otro lado, como se comentó el enfoque central del análisis de Smith se expresó claramente en el título completo de su trabajo - una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones. Dicho en términos actuales, se preocupó por desarrollar una teoría del crecimiento económico, es decir, definir las condiciones necesarias para un rápido desarrollo económico.

En consecuencia, los términos utilizados fueron los siguientes:

- Desarrollo económico
- Reforma económica
- Teoría económica
- El interés propio y sus implicaciones: conduce a la cooperación social; y a la mano invisible
- Economía política internacional y guerra
- Justicia, moral, virtudes y libertad

○ **El desarrollo económico**

Según Stewart (1973[1982]), la riqueza de las naciones proporciona: “la delineación teórica que ha dado del progreso natural de la opulencia en un país; y su investigación de las causas que han invertido este orden en los diferentes países de la Europa moderna³ (p. 295)”.

³ Stewart (1795: 315) también agrega, “el gran y principal objetivo de sus especulaciones es, para ilustrar la provisión hecha por la naturaleza en los principios de la mente humana, y en las circunstancias de la situación externa del hombre, para un aumento gradual y progresivo de los medios de la riqueza nacional; y demostrar que el plan más eficaz para hacer avanzar a un pueblo a la grandeza es mantener el orden de las cosas que la naturaleza ha señalado; permitiendo que cada hombre, persiga su propio interés a su manera, y para llevar tanto su industria como su capital en la competencia más libre con los de sus conciudadanos.

Evidentemente, el propósito principal de *La riqueza de las Naciones* no era proporcionar un marco analítico por sí mismo. El objeto del trabajo fue en última instancia, definir las condiciones necesarias para un rápido desarrollo en circunstancias contemporáneas.

En consecuencia, la preocupación fundamental de Smith en la riqueza era el desarrollo económico en términos de renta nacional (real) per cápita. Su objetivo era demostrar que la confianza en el libre funcionamiento de los mecanismos competitivos de asignación de recursos aseguraría la maximización en cualquier momento de la renta nacional generada por los recursos proporcionados por la comunidad (p. 307-308).

La reforma económica

Según Lindgren (1973), *La filosofía social de Adam Smith* (1971) fue:

"La idea central del argumento de Smith en *La riqueza de las Naciones* es que sus recomendaciones políticas deben ser adoptadas por los gobiernos porque prometen mayor eficiencia en el aumento de la riqueza nacional".
(p. 62)

Es decir, que establecía una crítica fácilmente generalizable de lo llamado la "política de Europa". El propósito de Smith era demostrar cómo la eliminación de las restricciones sobre las fuerzas del libre mercado, cómo el funcionamiento de su "sistema de libertad natural", aumentaría enormemente el producto total de la economía y, más importante, cómo esto generaría un rápido crecimiento económico, por lo tanto mejoraría a las clases trabajadoras.

De manera específica deseaba demostrar los efectos adversos sobre el desarrollo de las distorsiones en la asignación de recursos debido a una variedad de políticas e instituciones contemporáneas que permanecieron en fuerza sin la justificación que

alguna vez pudieron haber tenido. Al mismo tiempo, también aisló las instituciones contemporáneas que tuvieron un efecto favorable sobre el crecimiento. La comprensión de los orígenes de tales instituciones sólo podría ser apreciada en términos de un relato histórico.

Teoría económica

Según McLean (2006) la principal idea teórica de Smith se produce en su primera frase de su libro:

“La mayor mejora en la capacidad productiva del trabajo, y la mayor parte de su habilidad, destreza y juicio que sea directo o aplicado, parece tener efectos de la división del trabajo. Además, la división del trabajo está limitada por la extensión del mercado (p.13)”.

Lo que establece el autor es que proporciona las bases como el primer modelo coherente de un sistema económico actual. Por medio de dos objetivos. El primero de ellos era proporcionar un estudio sistemático de la economía política de las sociedades que situarían el estudio de la economía a través de una base científica.

El segundo propósito era utilizar esta investigación sistemática y sus conclusiones para contribuir a los debates sobre la política económica británica. Smith describió esto como "un ataque muy violento ... en general al sistema comercial de Gran Bretaña" (Smith, 1987, p. 251).

El interés propio y sus implicaciones: conduce a la cooperación social; y a la mano invisible

El filósofo mundano Heilbroner (1953 [1980]) sostuvo que dos grandes preguntas animaron a Smith:

- Primero, Smith buscó entender “los mecanismos por los cuales la sociedad

no trabaja de manera conjunta". No obstante, entonces ¿cómo cooperan las personas con intereses propios?

- En segundo lugar, Smith buscó comprender el camino dinámico de la sociedad. "De hecho, en su totalidad, La riqueza de las naciones es un gran tratado de historia, que explica cómo es "el sistema de libertad perfecta" (que es lo que Smith llamó el capitalismo comercial) (p. 52).

La opinión de que la búsqueda de ganancias por interés propio, no regulada por la legislación o prejuicio, aseguró el mayor beneficio para la sociedad, es decir, que la doctrina del 'libre comercio' se había convertido en un tema popular dentro de la sociedad en dicho momento.

En otras palabras, Smith en lugar de defender cualquier sistema social o político particular, su el propósito general era mostrar que la sociedad se mantenía unida no por ningún código moral, ni por ningún esquema político, sino por los propios defectos que les impiden comportarse de una manera moralmente correcta y políticamente competente.

Más específicamente, identificar la búsqueda natural del interés propio como el principio rector de la conducta individual y la base del desarrollo social, Smith intentaba mostrar que los juicios sobre lo que es moralmente aceptable o lo que es políticamente deseable son irrelevantes para el curso natural del progreso y la propagación inevitable de la prosperidad.

Smith, en otras palabras, no estaba intentando resolver ninguna moral o dilema político. Por el contrario, su fundamento era que la moral, la corrupción y la incompetencia política son aspectos inevitables del desarrollo. En consecuencia, puede describirse como respuestas a la crítica del comercio contenido en la filosofía

republicana clásica, en lugar de proporcionar armas filosóficas contra la decadencia moral y política.

Justicia, moral, virtudes y libertad

El propósito de Smith era demostrar cómo la eliminación de las restricciones a las fuerzas del libre mercado, cómo el funcionamiento de su "sistema de libertad ", aumentaría enormemente el producto total de la economía y, más importante, cómo esto generaría un rápido crecimiento económico, mejorando así la suerte de las clases trabajadoras. En efecto, proporciona un sistema de libertad natural que promovería su ideal de justicia.

Por consiguiente, gran parte de su obra examina “los beneficios de un régimen de libertad económica para el crecimiento y difusión de la prosperidad comercial” (p.70).

Toda la carga del análisis de la riqueza de las naciones pretende demostrar que, estimulando la producción en un sistema de mercados competitivos, la adecuada subsistencia de los trabajadores pobres dejaría de ser una cuestión de benevolencia o de la drástica justicia de la grave necesidad. Ni la generosidad de los particulares ni las intervenciones del magistrado serían requeridos.

Sin embargo, en ninguno de estos panfletos económicos se planteó la paradoja como un problema de la justicia: conciliar las reclamaciones de propiedad con las reclamaciones de necesidad. Fue principalmente como un problema de justicia que la paradoja llegó a ocupar un lugar tan central en el pensamiento de Smith como la Riqueza de las Naciones.

Economía política internacional y guerra

Según Hont, (2012) querían explicar “cómo la fusión de la lógica de la guerra y el comercio surgió en el siglo XVII y por qué fue tan difícil modificarlos después” (p. 8).

Hont (1988) planteó una idea similar:

“Smith vio así claramente que el sistema de los economistas tomó la forma de una economía política agrícola para dar respuesta a los problemas presentado por el feroz concurso internacional inaugurado en Europa por el surgimiento del mercantilismo ... La riqueza de las naciones se escribió para dar una solución diferente al mismo problema de internacional competitividad” (p. 8).

David Ricardo en 1817 aparece ampliando la teoría de Smith, con su teoría de la ventaja comparativa, la cual sostiene que, si un país tiene ventajas en realizar ciertas actividades, a esas actividades es a lo que debe dedicarse. Estas teorías son importantes por ser consideradas impulsadoras del comercio internacional.

Surge más tarde teoría Neoclásica que habla sobre la “dotación de factores”, la cual sostiene que son tres los factores que generan diferencias entre las naciones, el capital, su fuerza laboral y los recursos naturales con los que cuenta (Jones, 2011 tomado de García Ochoa, et al., 2017).

Está por otro lado, la teoría de Heckscher y Ohlin, que indica que los países con ventaja comparativa exportarán aquellos productos donde utilicen los factores que poseen en cantidad, es decir, abundantes. Ya que, a mayor disponibilidad de factores, el costo se reducirá lo que permitirá una mayor ventaja comparativa frente a otro país. A este planteamiento se suma luego el de Paul Krugman, quien en 1979 añade otros factores a esta teoría sosteniendo que una infraestructura desarrollada de manera ad-hoc a las necesidades, la inversión en fuerza de trabajo, un conveniente y adecuado grupo de

proveedores y tecnología, son también determinantes para lograr productividad y una ventaja comparativa (García Ochoa, et al., 2017). Hubo otras teorías que surgieron a partir de la de Heckscher y Ohlin, además de la de Krugman, con la intención de aclarar el significado de competitividad, apareciendo teorías que inclusive hoy, ayudan a entender lo que hoy las empresas aplican como estrategias para incrementar la competitividad de su industria y país (ejemplo, teoría del ciclo productivo o la de economía de escala).

Hacia los años '80, dada la situación del mercado, Porter (1980) en su obra titulada *Estrategia Competitiva*, le da un enfoque “estructuralista” al tema de la competitividad considerándola a nivel de empresa, sosteniendo que las estrategias por las que puede optar una empresa están enmarcadas en el entorno en el que se encuentran. También refiere que, en referencia a la competitividad de una nación, esta depende de la productividad con la cual bienes y servicios son producidos. Más tarde en sus siguientes obras (“Ventaja Competitiva” y “Estrategia Competitiva”), estudia el impacto que tiene el mercado y analiza cómo deben organizarse y estructurarse las empresas en ese entorno y qué estrategias deben ejecutar para poder defenderse de sus competidores en el mercado en el que se desenvuelven. Es allí donde presenta su modelo de las cinco fuerzas o el conocido Diamante de Porter. Hasta ese momento, la teoría de la ventaja comparativa sólo había considerado un factor (variable), la dotación de factores, siendo la realidad, como la conocemos hoy, que son muchas otras las variables que intervienen en el mercado.

Fajnzylber (1988) por ejemplo, sostiene que la competitividad es cuando una nación es capaz de conservar, de ampliar su intervención en el comercio mundial, de incrementar su productividad, de hacer uso de mejores y modernas tecnologías y de mejorar el estado en que viven sus habitantes.

Porter (1991), quien, al tratar sobre la competitividad, refiere que ésta depende de circunstancias endógenas y exógenas que son las que determinan cómo se preparará y llevará a cabo la planificación de las estrategias corporativas. Que la creación y aplicación de procedimientos al interior de cada empresa es la que posibilita la innovación e invención de productos y servicios que a su vez logran elevar o mantener la participación o su supervivencia en el mercado. Así mismo comparte la posición de Fajnzylber, mencionada en el párrafo anterior en cuanto a que el crecimiento de la competitividad en un país, genera un elevado nivel de vida para sus pobladores. Porter (2003) afirma que “la competitividad está determinada por la productividad con que una nación, región o clúster utiliza sus recursos humanos, de capital y naturales (p.168)”. Es por esta aseveración de Porter, que se estudian cuatro niveles de competitividad: empresarial, industrial, regional y de país.

Siendo la competitividad una de las variables de este estudio, este hará uso del nivel empresa del que Porter (2009) sostiene que “la competitividad surge de la rentabilidad que puedan obtener las firmas en una ubicación usando esos inputs para producir bienes y servicios valiosos (p.15)”. Sánchez (2013) en su estudio sobre la competitividad hace mención del Reporte Mundial de Competitividad indicando que, según este reporte,

“la competitividad se origina en tres niveles: a nivel país, a nivel sector y a nivel empresa; de ahí que sea un concepto relativo puesto que no todos los países, sectores o empresas tienen los mismos niveles de competencia en los mercados (p.54)”.

Loarte et al. (2005) definieron competitividad como el tener y manejar las capacidades para crecer sostenidamente un período largo y en un ambiente globalizado. Para Berumen (2006) es el talento y la aptitud de conseguir el éxito de la empresa

produciendo según las necesidades y requerimientos del mercado. Reig et al. (2007) basaron su definición considerando un ambiente empresarial y la rentabilidad que las empresas pueden obtener aún con los cambios constantes del mercado.

Ali (2000), citado en Ortiz y Gómez (2018) sostuvo que,

“para ser competitivos se deben tomar en cuenta aspectos como la productividad, la mejora de la calidad, diferenciación de producto, innovación, mejoras tecnológicas, estrategias de marketing, creación efectiva de redes y alianzas con otras empresas, grupos influyentes, buenas prácticas laborales, respeto de los derechos humanos, contribución al desarrollo sostenible, etc. (p.319)”.

Por ello se hace necesario que cada unidad económica para ser competitiva lleve a cabo estrategias para un buen control de su producción, de la calidad, la tecnología, la organización, comercialización y distribución, financiamiento y administración de costos y la rentabilidad. En la medida que las organizaciones sean capaces de manejar estos elementos, serán competitivas (Cruz et al., 2017). Es vital identificar lo que genera o determina el éxito de las organizaciones, aquello que crea valor y sostenibilidad a mediano o a largo plazo pues sólo así podrá conocerse el nivel de competitividad de cada organización.

Castellano (2013) expresa que su desarrollo teórico conceptual, debido a estas corrientes, ha sido la causa de los diversos intentos de encontrar formas de medir, sistemas para evaluar y comparar el desenvolvimiento y el nivel de competencia que una organización tiene frente a otras de su mismo sector económico. Otros autores sostienen que no se puede dar una definición concreta ya que existen diversas

posiciones y enfoques tanto cuantitativos y cualitativos, así como indicadores para su medición.

Por otro lado, se encuentra también que es un término que se usa para medir el nivel de crecimiento económico a nivel mundial y un requisito para poder intervenir en el entorno global.

Abdel y Romo (2004) por otro lado, consideran la competitividad empresarial como una consecuencia generada por la ejecución, puesta en marcha y gestión de procesos productivos que le brindan a la empresa ventajas distintivas generadas del uso de recursos escasos y competencias de elevado valor y excepcionales, lo que se observará de manera evidente en los bienes y servicios que produzcan, y los llevará a obtener una posición distintiva ante la competencia y un posicionamiento competitivo en el mercado.

Más tarde Porter (2008) y García et al. (2017) indicaron que es la capacidad y rendimiento que las empresas logren mediante las operaciones que ejecuta cada unidad de trabajo y del valor de lo producido por el capital de trabajo o cada área de la organización lo que se considera productividad y que es de esto de lo que trata la competitividad.

Hoy en día, como se ha expresado, existe un entorno altamente dinámico donde las empresas deben actuar si se desea éxito a largo plazo y sobrevivir en el mercado, ya no basta sólo con pensar en satisfacer al cliente, sino que se requiere ser competitivo, tener competitividad empresarial aprovechando el conocimiento y el uso que se tiene de clientes, mercados y competidores (Banales y Andrade, 2011).

La competitividad de una empresa también significa aptitud y pericia para producir y entregar bienes o servicios iguales o mejores que los de sus competidores

(Dima, 2014), por ello muchas veces la relacionan con la calidad o con el precio de los artículos o servicios que esta brinda.

La Gestión del Conocimiento

Existen muchas posiciones respecto al momento en que surge la Gestión del Conocimiento (GC), algunos autores como Carrillo y Arbonies (2016), mencionan que ha sido debido al desarrollo de la tecnología, de la comunicación veloz a través de internet y de la apertura del mundo con la globalización, así también la posición de otros autores es que su inicio se dio mucho antes. Lo que sí es claro y en lo que hay coincidencia, es en sostener que el conocimiento es un valioso intangible para el crecimiento y el desenvolvimiento de las organizaciones, si se le gestiona adecuadamente.

Existen dos perspectivas de la GC que son complementarias, la filosofía oriental y la filosofía japonesa.

Platón, sostuvo sobre el conocimiento que sólo a través de la razón pura el ser humano podía conocer las ideas perfectas. Aristóteles, hablaba de la percepción sensorial individual y de la importancia de la observación y su verificación. Por su parte el racionalista francés Descartes sostenía que no debía aceptarse como verdadero nada que no pudiera reconocerse como tal y que para conocer había que examinar las dificultades en mil partes y reflexionar sobre estas de un modo ordenado. El empirista británico John Locke, hacía referencia a la experiencia como única fuente de ideas. Las teorías de Kant, Hegel y Marx tratan de unificar las ideas, para Kant, las experiencias sensoriales podían ordenarse por la actividad de la mente humana; Hegel sostenía que el conocimiento se iniciaba con la captación de los sentidos que se vuelve subjetiva y racional, para luego convertirse en conocimiento.

Las teorías económicas consideran al conocimiento de forma explícita o implícita y como un factor importante en los fenómenos económicos.

La corriente intelectual japonesa del conocimiento pone énfasis en la personalidad, para ésta, el conocimiento significaba sabiduría, estaba basado en el budismo que buscaban a través del entrenamiento físico. Para Kitaro Nishida, la realidad y existencia estaban sólo en la adquisición de hechos a partir de la experiencia pura.

Para esta corriente, el conocimiento parte de un par de conceptos: conocimiento tácito, (propio y difícil de expresar y transformar en lenguaje formal) pero que las personas lo transforman en explícito, que es el segundo concepto, compartiéndose entre todos los miembros de la organización quienes luego de asimilarlo lo convierten nuevamente en tácito (Nonaka y Takeuchi, 1995).

Díaz et al. (2005), consideraron que para poder luchar y conseguir una posición en el mercado eficientemente, las empresas debían instruirse en la forma en que debían crear, identificar, evaluar, valorar, compartir y gestionar sus conocimientos más importantes.

Fueron Nonaka y Takeuchi (1999), quienes plantearon que la GC ayuda a las organizaciones a fortalecer sus habilidades de creación y transformación lo que las lleva a generar ideas innovadoras. Su modelo es presentado en cuatro fases: sociabilización, externalización, combinación e internacionalización.

Sveiby (2001), considera que desarrollando y utilizando las capacidades aprendidas (lo que considera como activos intangibles) individual y colectivamente en las organizaciones y aplicando éstas de forma económica, se logrará crear valor para la organización.

Otro autor que tiene una posición teórica similar es Gates (1999), quien sostiene que el objetivo de administrar estratégicamente la información y datos que se manejan al interior de las organizaciones se hace para lograr el incremento de las aptitudes y conocimientos y la mejora en las funciones de los colaboradores que laboran en ella y que este proceso se lleva a cabo con la identificación, evaluación, clasificación, ordenamiento y transmisión del conocimiento que fluye dentro de ella.

Nonaka y Takeuchi (1999) consideran que la razón final de la GC en el ámbito empresarial es armar estrategias que se relacionen con la gestión de capital humano de modo que generen un procedimiento ordenado para crear, desarrollar, compartir, difundir y medir el conocimiento a fin de que se dé mayor competitividad a través de la transformación del capital intelectual.

Una discusión sobre la gestión del conocimiento (GC), en cualquier contexto, no sería relevante ni completa sin alguna comprensión de sus conceptos fundamentales o bloques de construcción. Hay una variedad diferente de perspectivas que tratan de abordar la definición y aplicación de la GC, pero no retratan la disciplina de manera encapsulada, sino que se presta a la creencia y a la realidad emergente, que la GC es verdaderamente una disciplina multidisciplinaria.

Según Wenger (citado en Chauvel y Despres, 2000) el conocimiento es reconocido como una fuente clave de ventaja competitiva, pero se sabe poco sobre cómo crearlo y aprovecharlo en la práctica. Los enfoques de gestión de los conocimientos tradicionales intentan capturar el conocimiento en sistemas formales, pero Wenger (citado en Chauvel y Despres 2000) sostuvo que se debe "fomentar las comunidades que asumen la responsabilidad de administrar el conocimiento" (p. 205).

Por otro lado, Zack (2003) analizó que no hay una relación directa entre a mayor conocimiento que se tenga de los productos o servicios de una empresa, mayor competitividad, más, la organización está, por definición, impulsada por el conocimiento.

En tanto Wiig (2010) enfatizó la gestión del conocimiento y los estados existentes, donde el propósito es "maximizar la efectividad relacionada con el conocimiento de la empresa y volver de sus activos de conocimiento renovándolos constantemente" (p. 2).

Existen muchas definiciones y conceptualizaciones de la gestión del conocimiento (Alavi y Leidner, 2001; Coombs y Hull, 2006; Davenport, 2008; Nonaka y Takeuchi, 2015; Probst et al., 2016). La mayor parte de la conceptualización de la GC está enfocada en la creación, difusión, almacenamiento y aplicación de nuevos o existentes conocimiento (Coombs y Hull, 2006).

La garantía de calidad se define como "cualquier actividad sistemática relacionada con la captación e intercambio de conocimientos por parte de la organización" (Earl, 2010). Por lo que la GC en realidad cubre cualquier proceso o práctica intencional y sistemática de adquirir, capturar, compartir y usar el conocimiento productivo, dondequiera que resida, para mejorar la inclinación y el rendimiento en las organizaciones (Scarborough, et al., 2014).

En efecto, la gestión del conocimiento y las actividades de innovación están estrechamente vinculadas es axiomático a la investigación en innovación. Como consecuencia de tres tendencias principales, un análisis integral de la GC debe tomar en consideración el significado de este para el proceso de innovación (Edler, 2015). Primero, Edler (2015) sostiene que no hay duda de que la capacidad de la empresa para

innovar es la condición clave para resistir la presión competitiva y crear una ventaja competitiva.

En segundo lugar, las economías del conocimiento indican que el conocimiento se ha vuelto muy importante en la competencia, así como innovaciones, por ejemplo, las empresas están aumentando su eficiencia para acelerar su rendimiento innovador mediante el uso de herramientas de GC.

Finalmente, la absorción del conocimiento de fuentes externas y la integración del conocimiento de las existencias y flujos internos son insumos necesarios para la innovación (Edler, 2015). Por lo tanto, cuanto mayor sea el nivel de gestión del conocimiento, mayor es el desempeño innovador de las mismas. En otras palabras, las empresas gestionan su flujo de conocimiento de fuentes externas o internas, mejorando su potencial para innovar.

El mayor objetivo de las estrategias de una organización radica en la mejora de la efectividad y eficiencia del quehacer de cada una de sus unidades, lo que llevaría a la organización al éxito. La gestión del conocimiento es importante y necesaria cuando a las organizaciones quisieran formar y constituir equipos triunfadores que puedan transmitir los conocimientos e información a los demás colaboradores. La organización se valdrá de estos equipos para la resolución de problemas, situaciones o puntos débiles que se presenten en las diversas áreas de la organización (Davis et al., 2017).

Diversas investigaciones han demostrado que los avances tecnológicos, así como las estrategias de organización son importantes, pero que es el factor humano el que realmente es esencial y clave de éxito en una organización y que los directivos deben tener en cuenta estos factores. Sobre este tema, Lewis y Heckman (2016) distinguieron

con la finalidad de evaluar la validez de la Gestión del conocimiento tres corrientes que detallamos a continuación:

- La primera corriente, se trata de una técnica de análisis que vincula a la GC con el desempeño financiero;
- una segunda corriente le otorga énfasis a la sucesión de pasos para el estudio y perfeccionamiento del sistema y de GC;
- la tercera corriente hace referencia al análisis como un conjunto de indicadores y datos a ser utilizados por diversos usuarios.

Con el análisis realizado desde una perspectiva financiera, los autores investigaron acerca de la relación entre la GC y el desempeño financiero de la organización, llegando a demostrar la importancia de la aplicación de la GC.

Según Steinweg (2015), se comprobó que aplicando GC, se logra mejores indicadores financieros, mejores resultados considerablemente por encima de organizaciones que no lo aplican (mayor margen de utilidad, mejor ROE, mejor valor de mercado, etc.). Por otro lado, se determinó que la GC también genera ahorro en costos ya que se puede establecer planes de sucesión al interior de la empresa y retener al personal considerado valioso para la organización (Lewis & Heckman, 2016).

Carlucci et al. (2016) analizaron en su investigación, si GC puede impactar en el resultado de las empresas. Así mismo investigaron la existencia del importante rol que juega la GC para los stakeholders, pues les genera valor al mejorar el desempeño de la organización.

Zott (2015) llega a la conclusión que una organización desarrolla y procesa sus competencias a través de una aplicación de la GC, es decir, gestionando eficaz y eficientemente el recurso humano y los conocimientos se crea valor y se mejora el

rendimiento de la empresa, la GC le proporciona la destreza para ordenar y redistribuir, es decir, equilibrar la demanda del mercado con sus propios recursos.

Las organizaciones emplean sus habilidades, estructuras y procesos para adaptarse a los cambios del mercado, estas capacidades dinámicas ayudan a las organizaciones a obtener ventajas competitivas sostenibles y un mejor desempeño (Teece et al., 2015).

Los autores Heimen y Colleen (2014), sostienen que el proceso de la gestión del conocimiento, es decir, recepcionar, desarrollar y transferir el conocimiento dentro de una organización es la única actividad que la lleva hacia lograr una ventaja competitiva, aunque no excluyen que se puede lograr esa competitividad de corto plazo con el uso de nueva tecnología y la innovación, enfatizan el hecho del gran rol y valor que en ello tiene la Gestión del conocimiento.

Al igual que una máquina, una empresa no funcionará con éxito si los elementos claves, como los procesos, los sistemas y la estructura, están desalineados o se ven obstaculizados por la fricción entre dichos elementos y, al igual que una máquina, una empresa debe diseñarse, operarse y mantenerse. Estas funciones son realizadas por el talento, el capital humano empleado por la empresa. De hecho, el talento (es decir, los empleados de una organización) suele ser la palanca más grande para impulsar mejoras en el desempeño empresarial. Las habilidades colectivas del talento empleado en una organización comprenden en gran medida las capacidades centrales de la organización. El talento de una organización inyecta capacidades que son muy difíciles de comparar y replicar para los competidores. Más que cualquier otro activo, el talento proporciona el potencial de una ventaja competitiva a largo plazo (Lawler, 2018). En la Tabla 5 se presenta una relación de las principales definiciones de la GC y su perspectiva, además de las ya mencionadas a lo largo de los párrafos anteriores.

Tabla 5*Principales definiciones de la gestión del conocimiento*

Autor	Concepto	Perspectiva
Grey, (1996)	El desarrollo de la gestión de conocimiento parte de la premisa de ser colaborativo e integrado entre todas las partes de la empresa	Perspectiva de negocios
O 'Dell (1998)	La define como una manera de compartir información entre los equipos de trabajo visualizándose dentro de las evaluaciones de desempeño y en un momento dado.	Perspectiva en los sistemas de información
Bair, (1997)	También usa la gestión de conocimiento como un gran repositorio donde el excedente se elimina permitiendo capturar lo que realmente se necesita de las personas. Además, el conocimiento es fácilmente compartido entre los equipos de trabajo como también de manera individual	Perspectiva en los sistemas de información
Lytras et al., (2002)	Corresponde a la gestión del conocimiento como un activo que puede ser reutilizable para lograr múltiples beneficios dentro de una organización	Perspectiva holística
Week (2003)	La gestión de conocimiento se vuelve parte de la organización por medio del procesamiento de la información, por lo que no conlleva esfuerzos y todos los colaboradores pueden aplicarla.	Perspectiva de procesos
Kimiz & Dalkir, (2005)	Corresponde a la integración de procesos, recursos y personas de manera sistemática para agregar valor a la organización utilizando además la innovación como parte del proceso	Perspectiva holística

2.1.6 Una aproximación al concepto de innovación

La palabra innovación fue tomando mayor ímpetu después que Schumpeter desarrollara toda una teoría relacionada a cómo realizar de una mejor manera las cosas, o, dicho de otra manera, combinar los factores de una forma más apropiada vinculándose con el cuidado de los recursos (1934, p. 84). En efecto, para que una empresa sea competitiva debe tener presente los recursos que utiliza y como se desenvuelve dentro de la sociedad.

Así mismo el autor establece que la innovación se puede dar de la siguiente manera:

- Generación de producto nuevo o mejorado
- Introducción de nuevos procesos de producción
- Desarrollo de nuevos mercados de ventas
- Desarrollo de nuevos mercados de suministro
- Reorganización o reestructuración de la empresa

Para Drucker (2007), la innovación es “la herramienta específica de emprendedores, los medios por los que explotan el cambio como una oportunidad para un negocio o un servicio diferentes” (p.17). En este sentido, la innovación se refiere a un elemento esencial para que las empresas sean más competitivas ofreciendo a sus clientes “algo novedoso” o distinto de sus competidores.

Así mismo, han surgido nuevos enfoques como el "Manual de innovación de Oslo" de La Comunidad Europea (2005) que define la innovación como "la introducción de un producto nuevo o significativamente mejorado, un proceso, un nuevo método de marketing o un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas”.

Por lo que se puede determinar que la innovación tiene varias aristas y puede tomar distintos rumbos de acuerdo con las políticas de cada empresa y a la forma en que las mismas desean lograr una diferenciación con sus competidores. Estas mejoras se pueden crear en la misma empresa u obtenerse de otras empresas u organizaciones, por lo que no se limita solo a lo estrictamente nuevo, sino a lo que es útil para incrementar

las posibilidades competitivas de cada empresa sin importar de dónde venga, tal como lo propone Chesbrough (2013) en su modelo de “innovación abierta”.

Esta idea de innovación abierta no es nueva, autores como Cohen y Levinthal (2010) habían analizado que la innovación no solo es un proceso interno, sino que se va aprendiendo de acuerdo con la asimilación del conocimiento, donde la consideración de lo tácito y el conocimiento explícito es un proceso que fomenta la innovación desde una perspectiva mucho más rápida y fácil en su aplicación.

Esto es particularmente cierto en empresas que deciden seguir la ruta de la sostenibilidad y necesitan una amplia gama de nuevos conocimientos que transformarán el desempeño de la organización.

Por lo que, la innovación se presenta como una proyección al cambio comprendiendo lo tangible e intangible de cada estructura de las organizaciones donde Tidd y Bessant (2008) señalaron en sus “4P” de innovación:

- Innovación de productos: cambios en los bienes, productos o servicios que ofrece una organización;
- Innovación de procesos: cambios en las formas en que son creados y entregados;
- Situar los cambios de innovación en el contexto en el que se introducen los productos / servicios;
- Innovación de paradigma: cambios en los modelos mentales que enmarcan lo que hace la organización (p. 10).

Está claro que, al cambiar de paradigma, la organización tiene que inducir no sólo un cambio en sus artefactos o manifestaciones tangibles, sino también en sus valores y supuestos compartidos (Schein, 2009); es decir, tendría que hacer un cambio

cultural que generalmente se necesita para la adopción de una nueva forma de hacer negocio como es el caso de un modelo de negocio sostenible.

Para los investigadores no es fácil comprender y explicar todos los procesos de innovación, por eso autores como Sundbo et al. (2016) exploraron una propuesta con cuatro fases para ayudar a la comprensión de dicho concepto. Estas fases son las siguientes:

1. Generación de ideas
2. Transformación en proyecto de innovación
3. Desarrollo de las ideas
4. Implementación de las ideas

Sin embargo, como señala el mismo autor: “el proceso de innovación rara vez es fluido y lineal, sino complejo e impredecible” (p. 452).

Es de esta forma que la innovación se presenta como un mecanismo complicado, pero al mismo tiempo un proceso inspirador y gratificante, que promueve el desarrollo de habilidades y creatividad de los miembros de una organización. En el caso de la sostenibilidad y el cambio de paradigma cultural requerido, el proceso innovador, debe ser incluyente y participativo en todas sus etapas incluyendo los múltiples participantes, así mismo, destacando la importancia de un liderazgo proactivo e integral con ganas de llegar a todos los objetivos de sostenibilidad.

Por consiguiente, la sostenibilidad se ha convertido en la actualidad en otro parámetro más para medir la competitividad de las empresas, debido a una relación directa entre, por ejemplo, buenas prácticas ambientales y la reducción de los costos fijos de la empresa, lo que implica también un aumento del consumo de productos y servicios ofrecidos por la misma (Willard, 2002).

Esta ventaja competitiva o ventaja ecológica, como la denominan Esty y Winston (2016), está indudablemente relacionada con el incremento en el uso de productos orgánicos o productos ecológicos. Las empresas que innovan adoptando negocios sostenibles tienen mayores ingresos y son más atractivos para los inversores (Eccles, et al., 2012), esto significa que incluir aspectos económicos, sociales y cuestiones medioambientales, las empresas están asegurando su permanencia a largo plazo minimizando los efectos negativos de sus operaciones a corto plazo (Porter & Kramer, 2006).

Por otro lado, la sostenibilidad no solo debe convertirse en una estrategia de mejora para lograr mayor competitividad sino como un elemento esencial para mejorar el desempeño empresarial en todos sus aspectos, así como una mejora del clima laboral y las relaciones con otros grupos de interés externos de gran importancia, como son el gobierno, la comunidad y otras empresas del sector (Lozano, 2015).

Los factores intangibles como es la satisfacción de los empleados y su compromiso son variables que han tenido en los últimos años mayor consideración por parte de las empresas a nivel global, así mismo también perciben la sostenibilidad como una oportunidad para innovar y así incrementar su competitividad (MIT Sloan Management Review y The Boston Consulting Group, 2011).

La innovación se convierte entonces en algo elemental para el logro de la sostenibilidad además de un alto nivel competitivo. Este tipo de innovación para la sostenibilidad según Hautamäki (2010) significa "desarrollar actividades en base a lo social, económico y medioambiental" (p.11). Lo que establece el autor se fundamenta en los siguientes principios:

- Desarrollo sustentable

- Innovación, pero a través de la participación en conjunto
- Gestión de la innovación tanto a nivel global como a nivel local.

Estos principios son la base para lograr una sinergia en todas las áreas de la organización para que dirijan sus esfuerzos a lograr un producto innovador o un servicios que impacte mínimamente sobre el medio ambiente y además cumpliendo con las exigencias de la comunidad donde se encuentra dicha organización (Hautamäki, 2010).

La innovación sostenible no debería estar solamente vinculada con un nuevo producto o un servicio sino que debe surgir de una modificación de la cultura de la organización y de cada una de las actividades diarias que realiza, tal como establece Charter & Clark (2007): “La innovación sostenible es un proceso que considera los factores ambientales, sociales y económicos de una empresa pero que a la vez le permite a la misma generar nuevas ideas que lleven a una integración de todas las partes con la utilización de la I + D. Esto debe ser incorporado a los nuevos negocios y modelos de desarrollo de cada organización” (p. 9).

Esta creación de modelos de negocio sostenibles se ha extendido en casi todos los sectores de la economía y, como consecuencia, cada día se ven más empresas siguiendo esta filosofía.

Investigaciones Relacionadas con el Tema

En esta sección se presentan algunos estudios previos en relación con las variables investigadas; los mismos están agrupados en investigaciones nacionales e internacionales.

2.1.7 Investigaciones nacionales

Alvarado (2021), realizó un estudio en la región La Libertad con el objetivo de investigar cómo incide la cultura exportadora en el desempeño exportador en las

empresas agrícolas exportadoras de espárragos. El estudio tuvo un enfoque mixto, para la muestra cuantitativa aplicó dos cuestionarios validados a una muestra de 26 empresarios agroexportadores que luego procesó con el uso del programa estadístico SPSS v.25. Por otro lado, para el enfoque cualitativo, realizó entrevistas a 5 expertos en negocios internacionales y agroexportadores para luego procesarlas mediante la matriz de sistematización. El resultado de esta investigación determinó que la cultura exportadora tiene repercusión sobre el desempeño exportador.

Esta tesis doctoral es una referencia, pues trata una de las variables del presente estudio, lo que permite identificar factores a tomar en consideración respecto al desempeño exportador.

Peláez et al. (2018) siguiendo una investigación de tipo cualitativa realizada a través de un estudio descriptivo-explicativo y utilizando la entrevista a profundidad como herramienta para la recolección de datos, llegaron a cabo el estudio en la ciudad de Lima. Su objetivo fue establecer qué tan importante es la Gestión del conocimiento para que las empresas familiares se mantengan en el tiempo y sean competitivas. Llegando a confirmar que Gestión del conocimiento llevada a cabo por las empresas familiares maduras de Lima Metropolitana sí tiene efecto en la sostenibilidad y la competitividad de estas.

El estudio es de interés ya que investiga la relación de dos de las variables de la presente investigación y aunque es dirigida a un grupo diferentes y de tipo cualitativo brinda información que será de utilidad para analizar si la competitividad del sector textil peruano puede alterarse mediante la aplicación de una buena Gestión del Conocimiento, el análisis da ciertos alcances que definitivamente aportarán al presente estudio.

Chura (2020), realizó un estudio mixto con el propósito de determinar el grado de financiación adquirido por las empresas que forman parte de la cadena de suministros agroexportador y luego relacionarlo con el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras que exportaron café, quinua y sacha inchi durante el 2019. La población y muestra fueron de 394 y 21 empresas agroexportadoras respectivamente. El estudio determinó que el uso de productos financieros específicos para la cadena de suministro de empresas agroexportadoras son un aporte favorable para el desempeño exportador.

El estudio muestra los diferentes aspectos y perspectivas con las que puede analizarse el desempeño exportador, así como las diferentes dimensiones que distintos autores consideran, lo que es un aporte importante para esta investigación.

Cajavilca (2019) analizó a las empresas productoras o comercializadoras limeñas que exportaron productos tradicionales o no tradicionales durante los años 2006-2017. Su objetivo fue precisar la influencia de las ventajas competitivas empresariales (en costos, diferenciación y valores de capacidad) en la competitividad empresarial. Para ello consideró una población de 406 empresas exportadoras y aplicó un cuestionario a una muestra aleatoria de 184 gerentes o representantes de dichas empresas. El estudio fue de enfoque cuantitativo y determinó que las ventajas competitivas empresariales favorecen la competitividad empresarial.

Esta investigación es importante para el presente estudio ya que combina la competitividad empresarial con los resultados de las exportaciones de empresas manufactureras o comercializadoras, además muestra diversos enfoques de competitividad empresarial, así como muestra otros indicadores para la medición y explicación de la competitividad empresarial.

2.1.8 Investigaciones internacionales

Ramírez y Ampudia (2018), realizaron una investigación con el objetivo de determinar en base a enfoques teóricos de diversos autores, los factores de competitividad empresarial de dos empresas comerciales de Colombia y México. Para ello tomaron una muestra de 120 empleados del área administrativa de ambas empresas aplicando un cuestionario de 12 ítems utilizando la escala de Likert. Lo que los llevó a identificar a la innovación, la flexibilidad productiva y la calidad como factores presentes en la competitividad de estas empresas y a indicar la necesidad de fortalecer la gestión y prácticas de recursos humanos para el mejor desempeño en todas las áreas, a la necesidad de organizar acciones para promover una visión más estratégica de la organización, a sugerir la mejora del factor tecnología a través de nuevos recursos tecnológicos y procedimientos, todo esto como oportunidades de mejora.

Este estudio resulta de interés para la presente investigación pues coincide con los aspectos a revisar en las empresas de estudio para determinar su grado de competitividad.

Rua et al. (2018), llevaron a cabo una investigación acerca del desempeño exportador y cómo la estrategia competitiva puede intervenir en los factores estratégicos que inciden en el desempeño exportador dentro de un contexto de internacionalización. Para ello se aplicó una encuesta a 247 empresas del sector exportador textil de Portugal, su estudio fue de tipo cuantitativo, exploratorio y transversal. A través de su análisis llegaron a la conclusión que la orientación empresarial influye positivamente y de manera significativa en la diferenciación y el desempeño exportador. Así mismo que las estrategias de diferenciación y liderazgo en costos diseñadas por los recursos intangibles de las organizaciones impulsan el nivel de las exportaciones y que la capacidad de absorber conocimientos tienen amplia relación con el desempeño exportador.

El estudio es relevante en la medida que muestra factores importantes para el crecimiento y el desempeño exportador de empresas del rubro textil, el cual es motivo del presente estudio. Muestran la importancia del espíritu empresarial (liderazgo) y de la gestión estratégica en las empresas.

Bierut & Kuziemska-Pawlak (2017), se propusieron determinar qué factores influyeron positivamente en las exportaciones de los países de centro y oriente europeos. Encontrando que siendo más competitivos tecnológicamente y con características como la innovación, infraestructura, se ha obtenido un respaldo para la mejora en el desempeño exportador al igual que con el mejoramiento de la calidad. Concluyeron que hay factores no relacionados a precios que son de gran valor para ser exitosos y competitivos en los mercados internacionales. Para ello se analizó a todos los países miembros con datos específicos fijos de cada uno para explicar sus cuotas de mercado de exportación y utilizaron un modelo de datos de panel en tres etapas. Primero se analizó la competitividad en relación con el precio y costo, como segunda etapa se añadió al modelo medidas de competitividad tecnológica y finalmente añadieron al modelo las medidas de calidad institucional.

El artículo es importante ya que muestra otras dimensiones que tienen efecto sobre el nivel de exportaciones y el porcentaje de mercado internacional que se puede alcanzar, no siendo el precio el factor más determinante.

Escobar et al. (2018), en su investigación titulada Gestión del Conocimiento y Competitividad en las Cooperativas con Sección de Ahorro y Crédito de Barranquilla, tuvieron como intención investigar y estudiar la relación entre estas dos variables a través del desarrollo de un cuestionario a un grupo de cooperativas de ahorro y crédito utilizando una escala Likert. De este estudio, cuantitativo y correlacional-causal

obtuvieron como resultado una correlación positiva pero débil entre ambas variables y entre los indicadores que las componen.

El estudio plantea un análisis de dos de las variables que se trabajan en el presente estudio, ampliando los alcances de análisis de estas por lo que resulta de interés e importancia para éste.

González, et al., (2019) realizaron un estudio en la ciudad de Guanajuato, México para conocer de qué manera se relaciona la gestión del conocimiento practicada en empresas familiares dedicadas al turismo con el nivel de competitividad de estas. Para ello aplicaron a 104 personas entre empresarios, dueños, trabajadores, gerentes y familiares de 18 empresas de turismo un cuestionario el cual, luego de la contrastación del modelo con los resultados de esta investigación de tipo cuantitativa, concluyeron que la gestión del conocimiento permite la adecuación a los requerimientos del mercado proporcionando competitividad a estas empresas.

El estudio es de interés al mostrar cómo las variables Gestión del Conocimiento y competitividad impulsan el desarrollo y el desempeño de las empresas.

Macas et al., (2019), tuvieron como objetivo realizar una aproximación teórica de la Gestión del Conocimiento, en las empresas. El trabajo fue realizado de manera teórica descriptiva documental, revisándose documentos y material bibliográfico, llegando a encontrar como resultado una aproximación al concepto de gestión del conocimiento, a definir las creencias, valores, cuerpo normativo que lo sustentan y fundamentan, así como las consideraciones generales para su implementación. Así mismo, llegaron a la conclusión que con una adecuada gestión de los conocimientos se fortalece de manera clara la administración de los bienes intangibles de la empresa y se logra incrementar su rendimiento y competitividad.

La relevancia de este estudio radica en la profundidad del estudio y análisis de la teoría de una de las variables independientes, la GC, que enriquece la base de conocimiento de esta variable.

Mohamad y Zin (2019), con el objetivo de evaluar el impacto mediador de la innovación en la gestión del conocimiento y su relación con la competitividad de las empresas dedicadas a la construcción, aplicaron en su estudio de investigación un cuestionario a 190 pequeñas empresas constructoras de la región de Malasia peninsular obteniendo respuesta del 80.5% (153 cuestionarios). El estudio se realizó el 2018 concluyendo que existe un efecto directo y significativamente positivo entre la gestión del conocimiento (la cual debe estar respaldada por innovaciones técnicas y administrativas en la empresa) y la competitividad. Para este análisis utilizaron el modelo de ecuación estructural basado en covarianza (SEM).

El estudio resalta los efectos de la aplicación de una de las variables independientes, GC sobre la competitividad en un rubro diferente al de la presente investigación, lo cual ayudará a ampliar la forma de análisis de los resultados de este estudio.

Baltazar y Velázquez (2018) en Querétaro, México, realizaron una investigación en una empresa representativa del sector aeronáutico acerca de la gestión del conocimiento y su efecto sobre la competitividad. Se basaron en Probst, y las seis fases del conocimiento que éste consideró fundamentales: identificación, retención, uso, distribución, desarrollo y adquisición del conocimiento. Los autores de este artículo determinaron con su estudio cuantitativo (utilizando la escala de Likert), la existencia de una correspondencia, un vínculo moderado entre la Gestión del Conocimiento y la competitividad.

Existen diferentes modelos para la Gestión del Conocimiento, una de ellas la de Probst que es la que este estudio aplica, diferente a la que se utilizará en el presente estudio por lo que resultará de interés poder evaluar y comparar resultados.

Reina y Pedraza-Nájar (2018) con su investigación titulada “La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: revisión sistemática de literatura”, exploraron el contenido literario de 10 años atrás con la finalidad de encontrar cómo la gestión del conocimiento se vuelve una ventaja competitiva para las empresas proporcionándoles las herramientas para asegurar su permanencia en el mercado cambiante. Concluyen su investigación indicando que en algunos sectores la interrelación entre ambas variables es significativa y que con este estudio se confirma lo indicado por Arellano (2015) quien, recogiendo la posición de algunos autores, sostuvo la importancia que existe en la relación entre ambas variables.

Ahumada-Tello et al., (2018), en la investigación titulada “Contribuciones de la gestión del conocimiento a la empresa, competitividad desde un enfoque de complejidad”, pretenden determinar la forma en que podría asegurarse un aumento de la competitividad en una organización gestionando el conocimiento a través de la teoría de la complejidad. Fue un estudio de tipo cuantitativo, realizada con cuestionarios, cálculos numéricos y análisis estadístico a empresas industriales manufactureras, llegándose a la conclusión de que aunque la competitividad se entienda como algo vital y de suma importancia para las organizaciones, la teoría de la complejidad y la gestión del conocimiento aún no están integradas en los procesos de las organizaciones ni suficientemente desarrolladas al interior de éstas como para asegurar que aumentarán la competitividad de las mismas.

Escobar et al., (2018), desarrollaron una investigación titulada: “Gestión del conocimiento y competitividad en las cooperativas con sección de ahorro y crédito”. A

través del uso de un cuestionario aplicado con un muestreo aleatorio simple a treinta gerentes de diferentes cooperativas, luego de tabular y hacer un análisis cuantitativo correlacional concluyeron que no existe sustento para determinar que exista relación entre las dos variables, es decir, a pesar de haber encontrado que las empresas estudiadas gestionaban el conocimiento (creando, identificando, adquiriendo, clasificando, almacenando, aplicando, actualizando y transfiriéndolo) no puede aseverarse que estos procesos sean la causa del desarrollo de factores determinantes de éxito.

Jantarajaturapath et al. (2016) tuvieron como principal propósito probar la relación de las variables, gestión del conocimiento, innovación, competitividad y potencial de operación empresarial teniendo como moderadores a la intensidad competitiva y a la turbulencia del Mercado. Para ello se recopilieron datos de 104 empresas de electricidad y electrónica en Tailandia, y utilizando un cuestionario como instrumento de investigación, el estudio se trabajó con regresión lineal múltiple. La investigación demostró que transferir y aplicar, dimensiones de la gestión del conocimiento afectan la innovación tanto de los productos como de los procesos y al potencial de operación; mientras que la intensidad competitiva y la turbulencia en el mercado no muestran efectos moderadores.

Estructura Teórica y Científica que Sustenta el Estudio

2.1.9 Importancia del sector para la economía peruana

El sector textil y de la confección en el Perú es uno de los sectores impulsores más importantes de la economía peruana y disfruta de un aumento desde hace varios años. La industria textil peruana comprende numerosas etapas de la cadena productiva que parte de la generación de materias primas (algodón, lana, alpaca y lana de vicuña, hilados sintéticos) a través de su procesamiento (por ejemplo, producción de hilados,

fabricación y teñido de tejidos) hasta la confección de prendas y gama de artículos para el hogar, con los principales fabricantes del sector dando cada paso a la cadena de producción (Babativa et al., 2018).

La integración vertical de esta industria, que es el procesamiento de las materias primas del país como el algodón, la alpaca u otras pieles finas han producido numerosos puestos de trabajo en diversos sectores, incluida la agricultura y cría de animales, así como en la industria química.

El número de personas empleadas en este sector ronda las 750.000, que representa aproximadamente una sexta parte de la industria total trabajadora. El sector es, por tanto, uno de los más importantes empleadores en el país, ya que tiene una proporción significativa de la fuerza laboral activa. Así mismo, la mayor proporción de productores del sector está formada por pequeñas empresas que orientan su producción principalmente en el mercado nacional, sin embargo, están volviendo cada vez más su mirada hacia otros países, mientras que las empresas medianas se orientan tanto al mercado nacional como al exterior (Barandiarán, 2017).

La constante renovación y modernización de la maquinaria y tecnología en esta industria, así como el uso de sistemas informáticos para la gestión de la producción y el desarrollo constante de los productos significan que es considerada una de las industrias de más alta tecnología del país (Chuqui, 2017).

2.1.10 Competitividad y ventaja competitiva

La competitividad se traduce en la consecución de ventajas competitivas que, según Hamel y Prahalad (2012), se derivan de las capacidades esenciales de la organización, así como de la realización de diferentes actividades productivas y el uso de tecnologías. Ghemawat (2007) y Porter (2004) enfatizan la ventaja competitiva de menos de dos costos de contrapartida. Barney y Hesterly (2011), a su vez, proponen que el

crecimiento competitivo se basa en la diferenciación en valor, rareza, dificultad para imitar y capacidad organizativa como recursos que aportan mayor valor percibido por el cliente y aumentan la rentabilidad.

Para Hamel y Prahalad (2012), condiciones necesarias para la competitividad de una organización son sus competencias esenciales. Están conformados por recursos intangibles que brindan condiciones para brindar productos o servicios diferenciados y evolucionar para explorar diferentes mercados. Según los mismos autores, las competencias esenciales se pueden ubicar en cualquier función administrativa, pues para desarrollarlas a largo plazo es necesario un proceso sistemático de aprendizaje e innovación organizacional.

A juicio de Porter (2004), las empresas se ven impulsadas a buscar vías de competitividad para vencer a sus rivales, como también satisfacer las demandas del mercado, sustentando una necesidad de observación para alinear o posicionar a la empresa. Así, en una misma empresa, varios ítems pueden ser considerados competitivos, como Heizer y Render (2014) proponen que la competitividad puede resultar de respuestas flexibles y rápidas, como la agilidad en el desarrollo del producto, porque hasta que la competencia no reacciona, el producto puede tener un precio lo suficientemente alto como para generar mayores ganancias.

Hayes et al. (2016), en sintonía, señalan que las organizaciones difieren en estrategias de precios, con costos acordes a las expectativas del cliente, confiabilidad, con recursos para atender rápidamente la demanda, respuesta, demostrada en la capacidad de acelerar y desacelerar la producción, y flexibilidad, ofreciendo opciones de personalización.

Machado y Barbosa (2017) señalan que la competitividad se puede clasificar en tres ámbitos: local / regional, nacional e internacional. La competencia local da prioridad a la lealtad del cliente y aporta mejoras a la administración con el apoyo del gobierno y la capacitación de los empleados. La competencia nacional cubre los mismos rubros que la local, pero utiliza la estrategia como foco y valora la agilidad y flexibilidad, ya que el próximo objetivo es actuar internacionalmente, siguiendo el razonamiento de que los pasos anteriores están bien estructurados y arraigados en la cultura de la organización generando compartir información y valorando el desarrollo.

Vasconcelos y Cyrino (2018) dividen las teorías estratégicas utilizadas en el entorno organizacional en dos ejes: el primero considera la ventaja competitiva como resultado del entorno externo, influenciado por la competencia y la dinámica del mercado, así como la propia estructura de la industria; el segundo, como resultado de fenómenos internos de la organización. Así, los autores señalan que la estrategia empresarial ha significado que la ventaja competitiva y el cambio organizacional se utilicen juntos, aunque sean diferentes en sus orígenes.

En este contexto, el control de los recursos se configura como un elemento de desempeño superior, ya sea por la escasez natural de materias primas, una ventaja legal (patentes), o una tecnología aplicada que difícilmente se puede copiar. En efecto, en entornos cuya característica es un intenso cambio tecnológico, la turbulencia representa la regla general y la estabilidad la excepción. En estas condiciones, las instituciones crean nuevas reglas competitivas, establecen nuevas estrategias para generar nuevas oportunidades de mercado y brindarles retroalimentación positiva.

Una de las formas alternativas de desarrollar la competitividad es la cooperación. Bignetti (2014) afirma que los tomadores de decisiones, ubicados en la parte superior de la jerarquía organizacional, son capaces de desarrollar estrategias

orientadas al medio ambiente, en la búsqueda de socios y adoptantes tempranos.

También pueden formar coaliciones externas para reducir las inversiones en I + D y reducir los riesgos de desarrollar nuevas tecnologías y nuevos productos. Estas interacciones generan potencialmente beneficios bidireccionales, es decir, las empresas que cooperan entre sí pueden volverse competitivas al satisfacer las expectativas de los grupos externos relevantes y al mismo tiempo influir en ellos a cambio.

2.1.11 Competitividad Empresarial

La competitividad es un concepto complejo y de carácter multifactorial (Saavedra, 2013), por ello su análisis lleva a evaluarla y pensarla en función a la capacidad de las empresas ante la competencia y de su capacidad generadora de resultados económicos. Es bueno entender que el concepto de competitividad no es nuevo, lo que cambia constantemente es la situación del entorno y los hechos que la alteran y la impulsan.

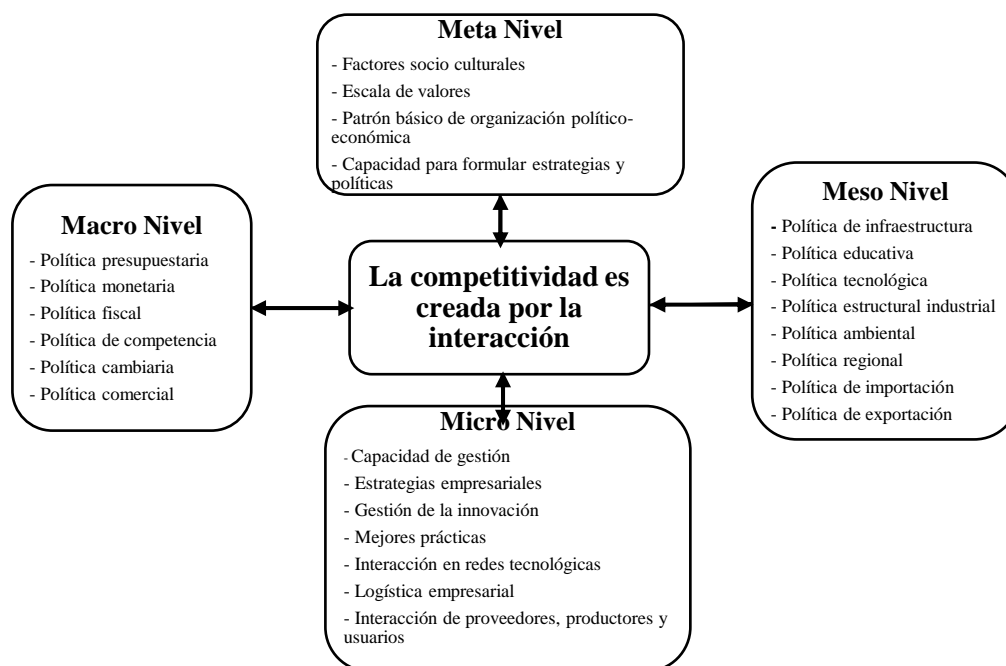
El Instituto Alemán de Desarrollo, creó el modelo de Competitividad Sistémica (Esser et al., 1996) el cual sostiene que la ventaja competitiva es un resultado de una forma activa y complicada de interrelación entre el Gobierno, las sociedades o firmas, las organizaciones intermedias y la forma en que una sociedad se organiza, sostiene a su vez que hace falta que se den dos condiciones esenciales para que las empresas se hagan competitivas: primero, sentirse presionadas por la competencia que le exija subir su nivel de competitividad perfeccionando su productividad y haciendo más eficiente su operatividad, segundo, pertenecer y participar en las redes de modo tal que cualquier empresa sienta apoyo de parte de las instituciones, servicios y marco jurídico. Este modelo parte de la idea que la competitividad empresarial no nace de forma espontánea, sino que tiene cuatro niveles que la impulsan: nivel meta (estructuras que la soportan); Nivel macro (ambiente de presión al desempeño empresarial); nivel meso (desarrollo de políticas de apoyo dadas por el estado y los actores sociales) y nivel micro (dada por la

capacidad al interior de las empresas de mejorar su operatividad y calidad de productos con mayor eficiencia).

Estos cuatro niveles se pueden observar en la siguiente figura:

Figura 15

Factores en los niveles analíticos de competitividad sistémica



Nota: Tomado de Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de la CEPAL*.

Es decir, resultado de la interrelación de causas o circunstancias internas y externas. Son causas internas (que la empresa puede aplicar, decidir y gestionar) y externas (ajenas a la gestión y decisión de la empresa) las que definen la competitividad.

Basada en criterios expuestos por el BID y adaptados posteriormente por las Cámaras de Comercio colombianas de Medellín y Antioquía, Saavedra et al. (2013), trabajaron una herramienta para conocer y medir las causas que dan impulso a la competitividad de las empresas, considerando variables al plan estratégico de las organizaciones, a los sistemas de producción y a los procedimientos de abastecimiento y compras, a la gestión de la calidad que realizan, así como su gestión contable y financiera, la de comercialización, la de recursos humanos, su gestión con referencia al

medio ambiente y por último su desarrollo tecnológico y sistemas de información. Esta herramienta, como se puede ver en la siguiente tabla 4 donde se presenta el Mapa de Competitividad con sus dimensiones e indicadores (a nivel micro), basados en Saavedra et al. (2013), considera todos los aspectos del funcionamiento de una empresa, por lo que son los que se han utilizado como base para esta investigación, con una única modificación respecto a los indicadores de la comercialización, para los cuales se ha considerado también el mercado internacional por tratarse de una investigación aplicada a las grandes empresas exportadoras del sector de confección de prendas de vestir.

Tabla 6

Mapa de Competitividad empresarial variables a nivel micro

Dimensiones	Indicadores
1. Planeación estratégica	1.1 Proceso de planeación estratégica 1.2 Implementación de la estrategia
2. Producción y compras	2.1 Planificación de proceso de producción 2.2 Capacidad del proceso 2.3 Mantenimiento 2.4 Investigación y desarrollo 2.5 Aprovechamiento 2.6 Manejo de inventarios 2.7 Ubicación e infraestructura
3. Aseguramiento de calidad	3.1 Aspectos generales de calidad 3.2 Sistemas de calidad
4. Comercialización	4.1 Mercado nacional: mercadeo y ventas 4.2 Mercado nacional: servicios 4.3 Mercado nacional: distribución
5. Contabilidad y Finanzas	5.1 Monitoreo de costos y contabilidad 5.2 Administración financiera 5.3 Normas legales y tributarias
6. Recursos Humanos	6.1 Aspectos generales 6.2 Capacitación y promoción del personal 6.3 Cultura Organizacional 6.4 Salud y seguridad industrial
7. Gestión ambiental	7.1 Política ambiental de la empresa 7.2 Estrategia para proteger el medio ambiente 7.3 Concientización y capacitación ambiental 7.4 Administración del desperdicio
8. Sistemas de información	8.1 Planeación del sistema 8.2 Entradas 8.3 Proceso 8.4 Salidas

Nota. Tomado de Saavedra et al. (2013)

Por lo tanto, esta investigación aplica y considera la metodología diseñada por Saavedra et al. (2013). Este modelo de competitividad empresarial basa su enfoque en la competitividad sistémica, incluye en su metodología los siguientes determinantes: planeamiento estratégico, producción y operaciones, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental, capacidades directivas, marketing, calidad, sistemas de información e innovación complementando esto con los indicadores de gestión. Se ha visto, además, a lo largo del desarrollo del estudio, que existen otras variables exógenas, ajenas a la empresa que pueden y de hecho afectan su competitividad como son variables macroeconómicas y sectoriales, sin embargo, ya que estas escapan de la gestión misma de cada organización, no han sido consideradas para el presente estudio.

Por otro lado, es necesario mencionar que como indican Porter y Kramer (2006), que factores macroeconómicos como la situación de la demanda, los factores de producción, las normas fiscales o situación de nuevos sectores alternativos que representen competencia internacional para el sector cuya competitividad se está midiendo son lo que más podría impactar en la competitividad empresarial.

Porter (2008) señala que existen fuerzas como factores sectoriales o industriales que son claves, estas fuerzas las presenta en su teoría de las cinco fuerzas, en la que sostiene que los sistemas económicos son divididos por sectores cuya estructura está determinada por la rentabilidad y competitividad. Estas variables están flanqueadas por la amenaza de nuevos competidores, la fuerza de negociación de los clientes y/o proveedores, la existencia de bienes sustitutos en el mercado y la rivalidad que pudiera existir entre empresas del mismo sector o industria. Por ello sostiene que una organización debe tener una ventaja competitiva sostenible sea a través de una estrategia

de liderazgo en costos, diferenciación o segmentación del mercado, que le permita crear valor, sostenerse en el mercado frente a la competencia y obtener mayor rentabilidad. Por ello la responsabilidad del éxito y competitividad de una organización dependerá de las políticas y procedimiento internos que adopte, de su eficiencia y eficacia. De este modo, será de cada organización la responsabilidad del valor que genere y la posición competitiva que tenga en el mercado.

2.1.12 La innovación como estrategia para la ventaja competitiva de las organizaciones

El modelo de competitividad sistémica además de referirse a los cuatro factores de la competitividad antes expuestos, mencionan otro elemento que es la teoría de la innovación.

Las empresas buscan una operación eficiente a través de la ejecución de sus procesos ya conocidos, apuntando a menores costos y ganancias más ventajosas. Si bien este es un aspecto fundamental de la Administración, la competitividad de un escenario globalizado ejerce presión para que las instituciones busquen novedades para sobrevivir: el poder de elección, productos similares, así como la vasta información disponible en la red, apoyan a los consumidores en la decisión de compra.

Stal (2017), afirma que "las empresas innovadoras tienen un 16% más de probabilidades de tener éxito en la exportación que otras y pueden cobrar precios más altos por sus productos en el extranjero" (p. 389), por lo que la inversión en innovación puede ser una salida a estas situaciones sin salida.

Según Bignetti (2014), las empresas tradicionales deben diferenciarse al analizar aquellas que adoptan estrategias y prácticas de innovación. Estas requieren un conocimiento intensivo que debe tenerse en cuenta en los estudios. El autor también considera la diferencia entre empresas nacionales y extranjeras en sus estrategias y

actividades de innovación como resultado de la actuación en el mercado y la apertura repentina de la economía, al considerar esa dinámica y la forma en que los tomadores de decisiones han renovado los ciclos tecnológicos.

En el mismo sentido, Kelm et al. (2015) añaden que la orientación al mercado debe posibilitar interactuar y no necesariamente observarse en base a los modelos de la empresa. Las competencias de la empresa deben ser externalizadas e incorporadas cuando sea necesario. En cambio, la tecnología y la innovación son cruciales para dictar las reglas de competencia del mercado, consecuentemente, nuevos procesos y patrones organizacionales. El crecimiento y desarrollo de las empresas depende de estos dos pilares.

Porter (1996) agrega que la ventaja competitiva está principalmente en el valor agregado que percibe el consumidor y que este supera su costo de fabricación. Serpa (2006) pondera la relación directa entre la intención de compra y el valor percibido, en la que el precio ofertado debe estar bastante estipulado al compararlo con los sacrificios percibidos y monetarios, la calidad y otros beneficios percibidos. El valor percibido aún puede verse influido por cuestiones como la subjetividad del consumidor (Monroe, 2003) y el precio como signo de la calidad del producto (Zeithaml, 2010).

Así, configura la visión de Porter (1996), en cuanto a la importancia de la innovación para la construcción de valor agregado percibido por el consumidor. Según el autor, esta ventaja solo se puede obtener del bajo costo generalizado y la diferenciación combinada con las actividades y posicionamiento adoptado por la empresa, lo que requiere esfuerzos relacionados con la investigación y el desarrollo (I + D). Los crecientes esfuerzos en I + D en las empresas actuales son una tendencia importante en los países más avanzados. Para el autor, esto es un fuerte indicio de que la innovación es un instrumento central en la estrategia competitiva de las organizaciones.

2.1.13 Competitividad en las exportaciones

Según Ivancevich y Lorenzi (2015) “la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales (p. 4)”.

En consecuencia, la competitividad es la capacidad de ofrecer bienes y servicios de manera más eficaz y eficiente que los ofrecidos por los competidores de una empresa.

En referencia a los atributos diferenciales, Hax y Majluf (2017) comentan que un país tendrá ventaja competitiva si el costo de oportunidad de producir un bien u ofrecer un servicio es menor en relación con otros países. También los autores señalan que aquellos países que posean dichas ventajas les otorgan la posibilidad de diferenciarse y de esta manera lograr que sus productos sean adquiridos por una mayor cantidad de regiones. Esto además ocasiona que obtengan economías de escalas en la producción, por consiguiente, hace resonancia a una diferenciación con respecto a costos y recursos.

En definitiva, cada elemento será considerado de manera sistémica para que la competitividad se plasme en cada concepto, llevándola a vincularse de esta manera en la cadena de valor. En consecuencia, la capacidad de gestión, la interacción con cada uno de los componentes, las alianzas y las estrategias son las que se vinculan indudablemente en un solo propósito que es el de lograr la ventaja competitiva con respecto a demás organizaciones o países.

Así mismo, el alcance de las estrategias y hojas de ruta de exportación se ha definido en términos de entrada al mercado, como el acceso al mercado, promoción comercial y desarrollo de exportaciones. Esto ignora varios factores importantes en la competitividad de un país. Para que una estrategia de exportación sea eficaz, debe abordar un conjunto más amplio de restricciones, incluido cualquier factor que limite la

capacidad de las empresas para suministrar bienes y servicios de exportación, la calidad del entorno empresarial y el impacto del comercio en un país, que es importante para su sostenibilidad y desarrollo (Peris et al. 2015).

Los problemas del lado de la oferta afectan la capacidad de producción e incluyen desafíos en áreas como la disponibilidad de habilidades específicas y competencias, capacidad de diversificación, tecnología y bajo valor agregado en los productos del sector (Mathur, 2014).

Las limitaciones del entorno empresarial son las que influyen en los costos de transacción, como el entorno regulatorio, los procedimientos administrativos y la documentación, los cuellos de botella en la infraestructura, los costos de certificación, el acceso a Internet y el costo de servicios de apoyo.

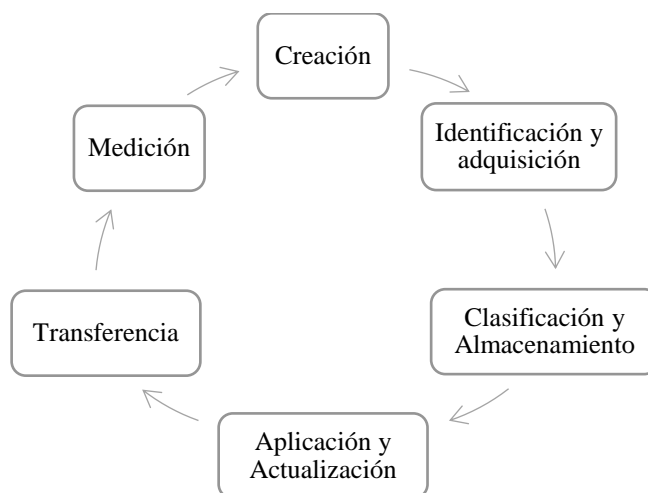
Las restricciones de entrada al mercado son esencialmente externas al país (pero también pueden manifestarse internamente), como el acceso al mercado, desarrollo del mercado, diversificación del mercado y promoción de exportación (Hatten, 2016).

Gestión del Conocimiento

La Estructura teórica y científica de este estudio está basada, en el planteamiento teórico desarrollado por Gómez (2009), este autor trabajó un modelo cuyos componentes están enfocados en la medición de las competencias de la empresa, son seis dimensiones las que considera para la gestión del conocimiento: creación, identificación y adquisición, clasificación y almacenamiento, aplicación, actualización y transferencia y medición como se observa en la figura 16.

Figura 16

Proceso de gestión del conocimiento

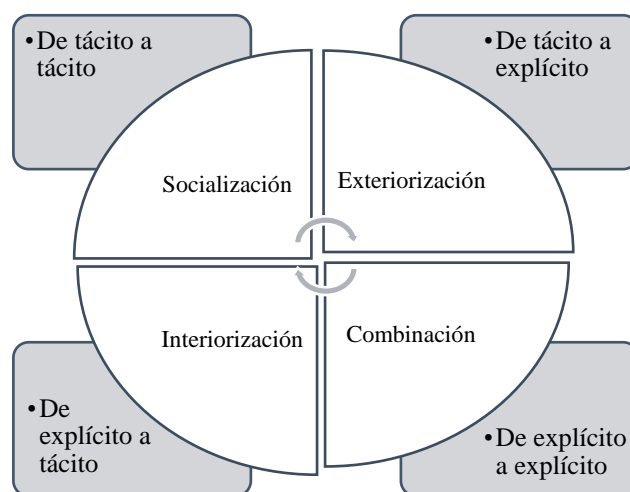


Nota. Tomado de Gómez, 2009

Para la primera fase, Gómez (2009), se basó en el modelo de Nonaka y Takeuchi (1995) de gestión del conocimiento (Figura 17), que sustenta que la creación del conocimiento nace de la inter actuación continua entre lo implícito y lo explícito al interior de las empresas a través de lo que llaman espiral del conocimiento, el cual es generado por la sociabilización, exteriorización, combinación e interiorización de las competencias existentes al interior de las organizaciones con las que, dadas situaciones complejas durante sus procesos de operación, los llevan a generar ventajas competitivas.

Figura 17

Modelo de conversión y creación del conocimiento



Nota. Tomado de Nonaka y Takeuchi, 1999.

Para la segunda fase, la identificación y adquisición, Gómez (2009) basa su modelo en Zack (1999), quien, según su teoría, el conocimiento significa un instrumento primordial para llevar a cabo y lograr los fines propuestos; y es concluyente en que debe realizarse y desarrollarse acciones para reconocer el Know How (saber hacer) que existe en las corporaciones a fin de hacer frente a la competencia. En la Tabla 7 se presentan algunas herramientas para la realización de esta segunda fase.

Tabla 7

Herramientas para adquirir e identificar el conocimiento

Herramientas utilizadas para identificar y adquirir conocimiento	
Directorios de expertos	Mapas de procesos centrales
Mapas de conocimientos	La red de respuesta rápida
Mapas de activos del conocimiento	Redes
Mapas de fuentes del conocimiento	Redes de expertos
Matrices del conocimiento	Benchmarking

Nota. Tomado de Gómez, 2009.

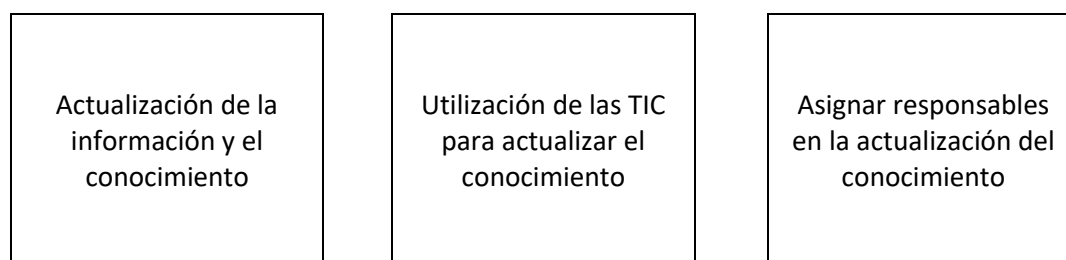
Ya que el conocimiento demuestra ser útil para obtener buenos resultados al aplicarlos, se hace necesario categorizarlo y almacenarlo en la organización de forma explícita y adecuada a fin de que quede al interior y en la memoria de esta, estableciéndole un nivel de jerarquía, una estructura tecnológica, determinando su nivel de expansión al interior de la institución y relacionando esta clasificación con cada actividad funcional al interior de esta. En el modelo de Gómez (2009), este proceso se lleva a cabo en la fase, almacenamiento y clasificación (tercera dimensión).

La dimensión aplicación y actualización del conocimiento, siguiente fase, hace referencia a la capacidad por parte de los directivos de integrar los conocimientos ya existentes con los no reconocibles, los activos intangibles, a fin de mejorar la cadena de valor, promover el desarrollo de nuevos procesos innovadores, resolver problemas de

manera efectiva, apoyar a la toma de decisiones no programadas, y afianzar la cultura organizacional. En la Figura 18 se muestran las estrategias para esta dimensión. En esta etapa es trascendental para crear procesos y hábitos en la empresa, su capital intelectual, pues conllevará al crecimiento de ventajas competitivas (Gómez, 2009).

Figura 18

Estrategias para aplicar y actualizar el conocimiento



Nota. Tomado de Gómez, 2009.

La transferencia, otra dimensión de la gestión del conocimiento, requiere herramientas que ayuden a su distribución, elementos tecnológicos y un equipo humano para apoyar la transferencia de las destrezas y prácticas conseguidas (Tabla 8). Esta situación motivará el crecimiento del “Know How” de la organización al hacer explícitas dichas competencias, destrezas y conocimientos de todos los miembros de esta (Gómez, 2009; Nonaka & Takeuchi, 1995).

Tabla 8

Estrategias para la transferencia del conocimiento

Conformar un recurso humano proclive a la sociabilización de las experiencias individuales
Propiciar la contribución al bien común

Desarrollar una cultura organizacional que resalte la importancia de la transferencia del conocimiento

Establecer comunidades de prácticas

Nota. Datos de Canals, 2003, tomado de Gómez (2009).

La última fase que Gómez (2009) propone es la medición del conocimiento, que no es otra cosa que medir el valor generado en las organizaciones a partir de la

utilización del conocimiento de manera económica, es decir, midiendo los resultados.

Para ello propone utilizar como herramienta de medición, cualquiera de los modelos de capital intelectual que se presenta en la Tabla 9 a continuación:

Tabla 9

Modelos del Capital Intelectual

Autor	Nombre del Modelo	Perspectivas
Kaplan y Norton (2000)	Balance Business Scorecard	Perspectiva financiera Perspectiva de clientes Perspectiva de procesos internos Perspectiva de aprendizaje y crecimiento
Edvinsson y Malone (1997)	Navigator de Skandia	Enfoque Financiero Enfoque de cliente Enfoque de procesos Enfoque de renovación y desarrollo
EUROFORUM (1998)	Modelo Intelec	Capital humano Capital estructural Capital relacional
Bueno (2002) y Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC)(2003)	Modelo Intellectus	Capital humano Capital organizativo Capital tecnológico Capital negocio Capital social Capital Humano
Comison et al (1999)	Modelo nova	Capital de Organización Capital Social Capital de la innovación y el aprendizaje Capital intangible Capital humano
Bueno (1998)	Modelo de dirección estratégica por competencias	Capital organizativo Capital tecnológico Capital relacional

Nota. Datos tomados de Gómez (2009)

Definición de Términos Básicos

2.1.14 Exportacion

La exportación es principalmente la transferencia transfronteriza de bienes y servicios a través de la frontera nacional de un país de forma legal. Las personas y empresas que exportan bienes o servicios al exterior se denominan exportadores.

2.1.15 Ventaja competitiva

Cuando dos o más empresas compiten en el mismo mercado, una empresa tiene una ventaja competitiva sobre sus rivales si puede lograr de forma sostenible una tasa de beneficio más alta (o tiene el potencial de lograr una tasa de beneficio más alta).

2.1.16 Tejido de punto

Se define como el entrelazado de hilado en mallas, que forman una tela no rígida y flexible que se ajusta a las formas (Cotton Incorporated, s.f.). “Está formado por un solo hilo que va formando bucles que se entrelazan consigo mismo para dar lugar a un tejido...una de las características más importantes de este tejido es la elasticidad” (Marina Textil, s/f).

2.1.17 Gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento corresponde al conjunto de actividades desarrolladas para utilizar, compartir, desarrollar y administrar los conocimientos que posee una organización y los individuos que en esta trabajan, de manera que estos sean encaminados hacia la consecución de sus objetivos (Alavi & Leidner, 2001).

Hipótesis

A continuación, se describe la hipótesis general como también las específicas

2.1.18 Hipótesis general

La competitividad empresarial y la gestión del conocimiento son determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de Perú

2.1.19 Hipótesis específicas

- Existe relación entre la dimensión de Planeación Estratégica con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de producción y aprovisionamiento con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

- Existe relación entre la dimensión de aseguramiento de la calidad con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de comercialización con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de contabilidad y finanzas con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de recursos humanos con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de gestión ambiental con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión de sistemas de información con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión creación con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión identificación y adquisición con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

- Existe relación entre la dimensión de clasificación y almacenamiento con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión aplicación con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión actualización y transferencia con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
- Existe relación entre la dimensión medición con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

2.1.20 Variables

Las variables se detallan a continuación:

- Variable dependiente: Desempeño Exportador
- Variable independiente 1: Competitividad Empresarial
- Variable independiente 2: Gestión del Conocimiento

Fundamentos Teóricos que Sustentan a las Hipótesis

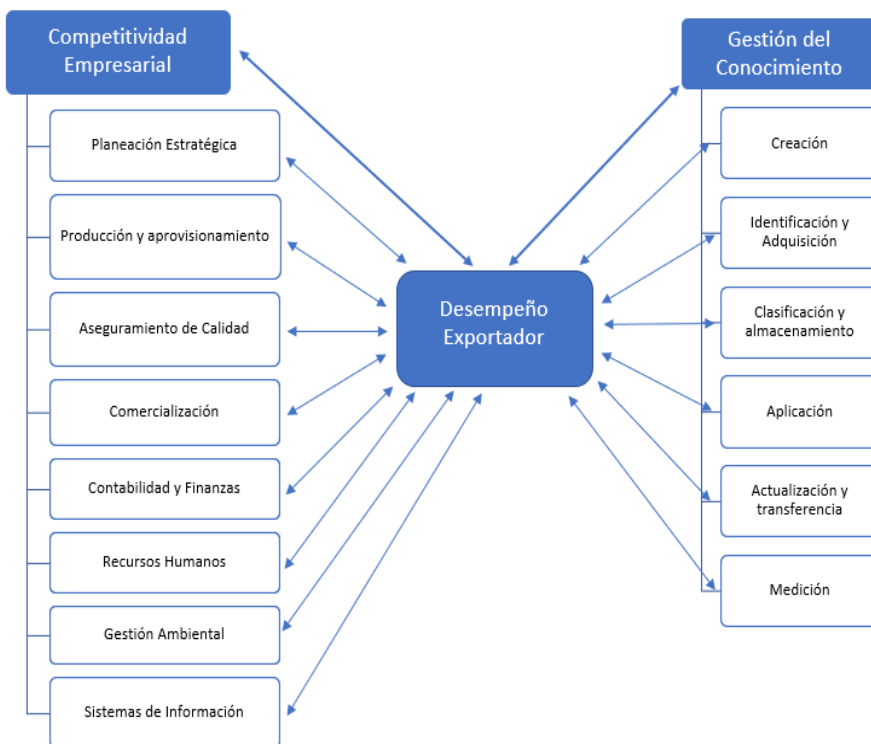


Tabla 10*Matriz de Consistencia*

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES
<i>Problema general</i>	<i>Objetivo general</i>	<i>Hipótesis general</i>		
¿Son la competitividad empresarial y la gestión del conocimiento determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Determinar en qué medida la competitividad empresarial y la gestión del conocimiento son determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú.	La competitividad empresarial y la gestión del conocimiento son determinantes del desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Competitividad empresarial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación Estratégica; 2. Producción y aprovisionamiento; 3. Aseguramiento de Calidad; 4. Comercialización; 5. Contabilidad y Finanzas; 6. Recursos Humanos; 7. Gestión Ambiental y 8. Sistemas de Información
<i>Problemas específicos</i>	<i>Objetivos específicos</i>	<i>Hipótesis específicas</i>		
¿De qué manera la dimensión de Planeación Estratégica se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de Planeación Estratégica se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de Planeación Estratégica con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Gestión del Conocimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación, 2. Identificación y adquisición, 3. Clasificación y almacenamiento, 4. Aplicación, 5. Actualización y transferencia y 6. Medición
¿De qué manera la dimensión de producción y aprovisionamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de producción y aprovisionamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de producción y aprovisionamiento con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Desempeño Exportador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desempeño Económico y 2. Desempeño no Económico (Desempeño de las relaciones)
¿De qué manera la dimensión de aseguramiento de la calidad se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de	Identificar de qué manera la dimensión de aseguramiento de la calidad se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de	Existe relación entre la dimensión de aseguramiento de la calidad con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y		

prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de comercialización se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de comercialización se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de comercialización con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de contabilidad y finanzas se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de contabilidad y finanzas se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de contabilidad y finanzas con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de recursos humanos se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de recursos humanos se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de recursos humanos con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de gestión ambiental se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Identificar de qué manera la dimensión de gestión ambiental se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de gestión ambiental con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de sistemas de información se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de	Identificar qué manera la dimensión de sistemas de información se relaciona con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de	Existe relación entre la dimensión de sistemas de información con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	prendas de vestir de tejido de punto de Perú	
¿De qué manera la dimensión creación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión creación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión creación con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión identificación y adquisición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión identificación y adquisición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión identificación y adquisición con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión de clasificación y almacenamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión de clasificación y almacenamiento se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión de clasificación y almacenamiento con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión aplicación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión aplicación se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión aplicación con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
¿De qué manera la dimensión actualización y transferencia se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión actualización y transferencia se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión actualización y transferencia con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú

¿De qué manera la dimensión medición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú?	Conocer de qué manera la dimensión medición se relacionan con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú	Existe relación entre la dimensión medición con el desempeño exportador de las empresas fabricantes y exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto de Perú
--	--	--

Tabla 11*Operacionalización de la variable dependiente*

VARIABLES DEPENDIENTE	DEFINICIÓN VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Desempeño Exportador	Katsikeas et al. (2000) realizan un metanálisis en el que agrupan las medidas de exportación en medidas económicas y no económicas. Definimos el desempeño económico como la medida en que las empresas logran sus resultados en relación con sus competidores en términos de ventas, participación de mercado, rentabilidad e ingresos por ventas de nuevos productos. El desempeño de las relaciones, medida no económica del desempeño de las exportaciones. El desempeño de las relaciones ayuda a evaluar el establecimiento y mantenimiento de buenas relaciones con el importador en el mercado extranjero. Por lo tanto, el desempeño de la relación se refiere a la medida en que el importador es leal, la medida en que existe una relación sólida con el exportador, la medida en que se percibe bien a la empresa y la satisfacción general del importador con el producto / servicio. ofrecimiento.	1. Desempeño Económico	1= ventas, participación de mercado, rentabilidad e ingresos por ventas de nuevos productos
		2.Desempeño Económico (Desempeño de las relaciones)	no 2= lealtad del importador; solidez de la relación importador/exportador; Satisfacción general del importador con el producto;
VARIABLES INDEPENDIENTES			
Competitividad Empresarial	Es la capacidad para generar ventajas competitivas sostenibles para producir bienes y servicios creando valor o para actuar favorablemente ante la competencia con otra empresa, por lo que se obtiene beneficios y consolida su presencia en los mercados. Los factores que generan ventajas competitivas son los elementos organizacionales, operativos y de gestión, así como la integración en redes y articulación con clientes y proveedores (Esser et al.,1996)	1.Planeación Estratégica; 2.Producción y aprovisionamiento 3.Aseguramiento de Calidad	Proceso de planeación estratégica; implementación de la estrategia; Planificación y proceso de producción; capacidad del proceso; mantenimiento; investigación y desarrollo; aprovisionamiento; manejo de inventarios; ubicación e infraestructura; Aspectos generales de calidad; sistemas de calidad;

		4.Comercialización		Mercado internacional: mercadeo y ventas, servicios, distribución;
		5.Contabilidad y Finanzas	y	Monitoreo de costos y contabilidad; administración financiera; normas legales y tributarias;
		6.Recursos Humanos		Aspectos generales; capacitación y promoción del personal; cultura organizacional; salud y seguridad industrial;
		7.Gestión ambiental		Política ambiental de la empresa; estrategia para proteger el medioambiente; concientización y capacitación del personal en temas ambientales; administración del desperdicio;
		8.Sistemas de Información	de	Planeación del sistema; entradas; procesos; salidas.
Gestión del Conocimiento	La gestión del conocimiento corresponde al conjunto de actividades desarrolladas para utilizar, compartir, desarrollar y administrar los conocimientos que posee una organización y los individuos que en esta trabajan, de manera que estos sean encaminados hacia la consecución de sus objetivos (Alavi & Leidner, 2001).	1.creación		Consideraciones de experiencias previas; análisis interno; Creación de procesos (productivos, técnicos o administrativos)
		2.identificación adquisición,	y	Fuente, periodicidad, Contribución de las TIC, Capacitación:
		3.clasificación almacenamiento,	y	Procesos de captura; proceso de almacenamiento; organización; sistematización;
		4.aplicación,		Disponibilidad de base de datos; áreas y uso en que se aplican; Manejo de las TIC; utilización de manuales y/o instructivos
		5.actualización transferencia	y	Procedimiento de difusión a nivel interno y externo
		6.medición		Análisis de impacto; revisión de pertinencia de los procesos;

III. CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

La investigación en el registro del lenguaje académico implica buscar conocimientos que el investigador utilice para establecer un dominio y comprensión sobre un tema y área de interés (Bowen, 2019).

La forma del problema de investigación dirige al investigador a seleccionar el método más apropiado para ser utilizado en la recolección de datos (Bowen, 2019). Tomando estos conceptos e ideas, es de interés determinar el origen del objeto de conocimiento, el cual se determina, para este estudio, mediante el uso de variables y la triangulación de estas para de este modo extraer resultados.

Bowen plantea que los procedimientos de investigación que se apliquen ejercen un rol pequeño pero importante como apoyo al concepto de metodología de la investigación. Es necesario detallar los motivos que se consideran para seleccionar un determinado método en lo que respecta a la "lógica". Elegir un método de investigación conlleva a diversas opciones, por lo tanto, el investigador está forzado a dar a conocer la razón por la que elige determinado método y no otro (Bowen, 2019).

Este trabajo de investigación se realizó mediante un modelo interpretativo el cual ha sido examinado y estudiado con métodos cuantitativos. Se utilizaron entrevistas dirigidas a los gerentes de las empresas exportadores de prendas de vestir, con el fin de recabar información necesaria para su análisis estadístico.

3.1 Tipo, Método y Diseño de la investigación

Como se ha mencionado la investigación se realizó a través de la metodología cuantitativa, ya que esta permite obtener una perspectiva más amplia al recolectar y realizar el análisis de la información (Hernández et al., 2014).

Collis y Hussey (2014), sugiere que hay una serie de factores para tener en cuenta al realizar una investigación, siendo la filosofía de la investigación la primera etapa, que involucra las creencias y las perspectivas de cómo se debe llevar a cabo la investigación (p. 15).

La filosofía de la investigación menciona a la epistemología y a la ontología como dos conceptos importantes de considerar. La epistemología, que se refiere a la teoría del conocimiento, estudia su creación y desarrollo (Horn, 2015). La epistemología tiene dos enfoques: el positivismo y el interpretivismo (Quinlan, 2019). El positivismo se ocupa de las ciencias naturales y puede involucrar investigaciones cuantitativas (Bryman, 2011). El interpretivismo posibilita al investigador distinguir entre personas y objetos (Collis y Hussey, 2014).

La ontología por otro lado se ocupa de reconocer y determinar los requisitos indispensable que establecen la identidad y existencia y plantea que los acontecimientos sociales son sucesos ajenos y aislados de los actores de la sociedad (Collis, 2016). Otro aspecto de la ontología es la postura del constructivismo, el cual plantea que las experiencias se generan por las conductas y las presunciones de los individuos (Bryman et al., 2011).

Debido a la naturaleza de la presente investigación, se analizan las experiencias de los empresarios en cuanto al desarrollo de sus actividades, específicamente aquellas empresas exportadoras del sector textil del Perú, por lo que la filosofía de investigación elegida es de una óptica epistemológica. Es decir, se considerará el fin y los objetivos del estudio. De igual modo, se eligió un plano interpretativo con la finalidad de obtener y entender las opiniones a través de las encuestas realizadas que sirvieron como base en la búsqueda de la información necesaria para cumplir con el desarrollo de esta investigación.

Es conocido que en investigación existen dos metodologías principales para llevar a cabo un estudio, estas son la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa. De acuerdo con Collis (2016), extraído de Martínez (2021), los datos cualitativos se basan en significados articulados a través de información lingüística o visual y se pueden clasificar en categorías (p.42). La investigación cualitativa se utiliza por lo general, cuando se busca comprender de modo integral posturas, conductas, criterios y opiniones (Barnham, 2015). Por lo tanto, esta forma de investigación implica la exploración de un fenómeno basado en opiniones, creencias y perspectivas (Quinlan 2019).

Además, Horn (2015), afirma que el uso de métodos cualitativos proporciona una explicación poderosa de las opiniones de los individuos y sus comportamientos. Las principales fuentes de investigación cualitativa incluyen entrevistas, grupos focales y observación, es decir, toma un enfoque inductivo centrado en el análisis de la teoría partiendo de los datos recopilados.

Por el contrario, la investigación cuantitativa implica la utilización de un cuestionario o estadísticas que producen datos numéricos (Collis, 2016, tomado de Martínez, 2021, p.42). Los estudios cuantitativos son utilizados en investigaciones que analizan o se fundamentan en hechos o en sus datos (Barnham, 2015), es útil para demostrar una teoría ya que utiliza una orientación, un tratamiento deductivo y a través de un análisis estadístico, mide variables.

Según Park (2016) tomado de Martínez (2021),

Los métodos cuantitativos determinan una nueva información basada en conocimientos previos y desarrollan este conocimiento en contraste con los métodos cualitativos que brindan nuevas direcciones de la teoría.

Además, la investigación cualitativa suele tener técnicas no estructuradas o semiestructuradas con una pequeña muestra, en contraste con las técnicas cuantitativas que están muy estructuradas y emplean una gran muestra de participantes. Sin embargo, tanto los métodos cualitativos como cuantitativo pueden combinarse para formar un método mixto (p.43).

Por lo anteriormente expuesto, el método que se eligió y trabajó es de tipo cuantitativo, más adelante se explica en detalle la metodología aplicada, así como las características técnicas, diseño muestral, entre otros.

En cuanto a los diseños de investigación, Hernández et al. (2014), sostiene que estos pueden ser de dos tipos, experimentales y no experimentales. El presente estudio es de diseño no experimental.

En los modelos experimentales se manipulan las variables, generándose “experimentos puros” al realizarse intencionalmente intervenciones, alteraciones o estímulos en las variables independientes para luego medir los efectos sobre las variables dependientes, existiendo de por medio un control y validez.

Por otra parte, el no experimental, puede ser longitudinal o transversal. El estudio no experimental tiene como objetivo estudiar cambios a lo largo del tiempo, analizando diseños de tendencia, diseños de análisis de grupos y diseños panel. El estudio de tipo transversal realiza el análisis desde una sola toma de datos, en un momento determinado. Se les conoce también como estudios únicos o de estado. Este tipo de estudio puede clasificarse como exploratorio, descriptivo y correlacional, y son el tipo de estudio más utilizado para la recolección de datos en un solo momento.

Las características de esta investigación son de corte transversal, ya que se describen y analizan a las variables, así como su incidencia e interrelación en todo momento, lo que le da las características de exploratorio, descriptivo y correlacional. Son de utilidad para conseguir una “fotografía” general de la situación en el momento de la investigación. Estas investigaciones son transversales en relación tanto a la población de estudio como al instante en el que se lleva a cabo dicho estudio.

Un diseño exploratorio, trata de conocer una o más variables en un momento preciso, en cuanto al presente estudio, las variables desempeño exportador, competitividad empresarial y gestión del conocimiento son estudiadas desde la perspectiva de las empresas exportadoras del sector textil con el fin de determinar la contribución de unas (competitividad empresarial y gestión del conocimiento) sobre la otra (desempeño exportador).

3.1.1 Tipo de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo. La finalidad por la que se ha utilizado este enfoque ha sido el poder asistir a la pregunta de investigación y a la compilación, estudio y reunión de los datos para aprobar/confirmar o rechazar/refutar la hipótesis del estudio.

El objetivo primordial de las investigaciones cuantitativas es el problema práctico. Por ello, Gómez (2016) sostiene que investigar cuantitativamente es planear y esbozar, plantear un estudio definido para darle una dirección a este problema práctico, que podría ser de ayuda para la búsqueda de posibles soluciones en su desarrollo. A su vez, alude a un procedimiento a través del cual se ordena y tabula la información recabada durante la investigación con la finalidad de interpretarla, establecer relaciones, obtener significados y conclusiones a partir de números.

Técnicas de recolección de información

Para Bell (2017), la investigación realizada mediante encuesta puede ser definida como “un estudio sobre grandes y pequeñas poblaciones mediante la selección de muestras elegidas de la población deseada que permite descubrir incidencia relativa, distribución e interrelaciones” (p. 2).

El propósito de llevar a cabo encuestas en una investigación cuantitativa, es lograr obtener información de una población a través de las respuestas obtenidas de un grupo reducido de ésta (la muestra). Es conveniente realizar preguntas cerradas ya que esto hará más sencillo a los encuestados responderlas y por otro lado permitirá tabularlas y resumir éstas obteniendo conclusiones con mayor rapidez. Resulta además una herramienta práctica en la medida que las encuestas pueden enviarse a través del uso de internet y ser respondidas en cualquier momento por las personas sin necesidad que el investigador se encuentre presente.

El objetivo de una investigación de acción para Bell (2017) es “llegar a obtener recomendaciones de buenas prácticas” (p. 8). La investigación-acción ha sido descrita por Wallace (2016) como un "procedimiento de empoderamiento" y se está convirtiendo cada vez más, con mayor popularidad en la educación en estos días con los practicantes identificando una necesidad de cambio o mejora más fácilmente (p. 17).

Por lo tanto, a continuación, se indican las técnicas de recolección de información utilizadas:

3.1.2 Revisión documental

Realizada a través de la lectura y consulta de libros y artículos indexados extraídos de base de datos especializadas, bibliotecas virtuales y organizaciones diversas. La búsqueda se ha enfocado en las principales teorías sobre las variables de estudio y su

análisis (teorías en torno la gestión del conocimiento, competitividad empresarial y desempeño exportador).

3.1.3 Entrevistas

Así mismo se consideró la realización de entrevistas a los gerentes de las empresas exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto del Perú seleccionadas.

Las entrevistas se realizaron de la siguiente manera, primero se consideró una muestra de participantes para luego y de acuerdo con el tiempo de cada uno se les entrevistó manera personal, respondiendo a un documento de manera electrónica.

○ Aspectos éticos

Con respecto a los aspectos éticos de la investigación y en base que Freedman (1987 citado en Ezekiel, 2019) sostiene, se requiere que la investigación posea valor, “lo que representa un juicio sobre la importancia social, científica o clínica de la investigación” (p. 11). En efecto, las razones claves corresponden al uso responsable de recursos limitados para evitar su explotación.

En dicho contexto, el autor también focaliza la validez de la investigación como requisito indiscutible cuando se realizan investigaciones sobre personas (Freedman,1987 citado en Ezekiel, 2019).

Por otro lado, otro factor fundamental dentro de una investigación ética es la elección imparcial de los participantes. En efecto, la selección de “minimizar cualquier riesgo para los participantes como también maximizar los beneficios sociales” (Beauchamp, 1994:16 citado en Ezekiel, 2019).

Por último, se debe tener en cuenta el consentimiento de los participantes alegando que los mismos participarán si es compatible con sus creencias y valores.

Cabe indicar que al momento de conducir la investigación se han observado todas las normas y conductas éticas que corresponden para un trabajo de esta naturaleza, respetándose la propiedad intelectual, citando y reconociendo a los autores de todos los documentos y fuentes revisadas, los cuales, además, no poseen impedimento ni restricción alguna.

De igual manera, se protege los nombres de los objetos de estudio ya que, por confidencialidad, se ha hecho el compromiso de no mencionarlos.

Plan de recolección y análisis de la información

Esta sección explora el proceso de recopilación y medición de la información obtenida de entrevistas, sobre la base de las técnicas seleccionadas. Los datos precisos son fundamentales para cualquier trabajo de investigación, ya que conmemoran la integridad de esta.

En este sentido, la información que se obtiene es significativa en la medida en que permite comparar datos brutos a datos secundarios de los que se deriva una conclusión (Goodrick, 2017). Para la presente investigación, se ha obtenido datos tanto de fuentes primarias como secundarias. Las fuentes de datos primarias comprenden preguntas de entrevistas, mientras que las fuentes secundarias explotan disertaciones anteriores, fuentes de Internet y artículos académicos y libros. Dichas fuentes, han proporcionado datos en bruto que respaldan las teorías de las fuentes secundarias. Los datos primarios en oposición a los secundarios son el trabajo del propio investigador (Goodrick, 2017).

Por otra parte, los datos secundarios han sido utilizados ampliamente en esta investigación con la información a la que se accede a partir de múltiples documentaciones. Esto, por lo tanto, ha facilitado la comprensión de las palabras claves en el estudio. En cuanto a la formulación de las preguntas para las entrevistas éstas se

basaron en el aspecto teórico del estudio en la cual está alineado con los objetivos generales del documento.

Fases de la investigación

La investigación ha sido realizada en 4 fases, con la finalidad de hacer más ordenado su tratamiento y desarrollo, estas son:

Fase I: Momento en el que se exploró y se realizó un análisis del entorno hasta identificar el problema de investigación, plantear los objetivos y concluir esta fase con una revisión de fuentes bibliográficas para explorar antecedentes.

Fase II: La segunda fase consistió en la elaboración del marco teórico y conceptual siendo esto lo que marcó la base y el camino a seguir para la realización de la investigación. De igual modo, se elaboraron los procedimientos e instrumentos para recolectar la información y aplicar la bibliografía consultada.

Fase III: Esta tercera fase es la fase operativa, donde se procedió a contactar a los objetos de estudio y a aplicar los instrumentos de recolección de data (encuestas).

Fase IV: La última fase, es el momento en el que se organizan y ordena la información obtenida para luego analizarla y confirmar o rechazar las hipótesis, procediendo luego a la redacción de conclusiones.

Población y muestra

Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.198). Del mismo modo sostienen que estas “deben situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar y tiempo, así como accesibilidad” (p.199).

Por otro lado, a un subgrupo de la población seleccionada, que sea representativo de la misma, que se caracteriza por tener una unidad de análisis y una unidad de muestreo Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la consideran, la muestra.

En cuanto a la cantidad de empresas exportadoras de interés para el presente estudio, puede apreciarse el número y los nombres de algunas de ellas en la Tabla 12, a continuación:

Tabla 12

Principales empresas Exportadoras del Sector Textil

EMPRESA	% Var 20-19	%Part. 20
Garment Industries S.A.C.	-9%	45%
Textil del Valle S.A.	-30%	17%
Alianza Color S.A.C.	36888%	7%
Lives S.A.C.	179%	4%
Textile Sourcing Company S.A.C.	153%	4%
Hilandería de Algodón Peruano S.A.	-36%	3%
Confecciones Textimax S.A.	-62%	3%
Topy Top S.A.	21%	2%
Venator Sociedad Anónima Cerrada	29%	1%
Otras Empresas (183)	---	7%

Nota. Datos tomados de la Superintendencia de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT, 2020).

De la Tabla 12, se observa que las principales empresas exportadoras de prendas de vestir de interés para la investigación son 192. Por lo que, inicialmente para el cálculo de la muestra, considerando que se trataba de una población finita, se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de la muestra } n = [\text{EDFF} * Np(1-p)] / [(d^2 / Z^2_{1-\alpha/2} * (N-1) + p * (1-p))]$$

Donde:

Tamaño de la población (para el factor de correlación de la población finita o fcp) (N):

192

Frecuencia % hipotética del factor del resultado en la población (p): 5% +/-

Límites de confianza como % del 100 (absoluto +/-%) (d): 5%

Efecto de diseño (para encuestas en grupo-EDFF):

Tamaño muestral (\bar{n}) para Varios Niveles de Confianza

IntervaloConfianza (%)	Tamaño de la muestra
95%	54
80%	27
90%	41
97%	62
99%	77
99.9%	100
99.99%	116

Nota: Cálculos realizado en <https://www.openepi.com/SampleSize/SSPropor.htm>

Finalmente, con el propósito de levantar información para el diagnóstico de la presente investigación, se desarrollaron las siguientes características técnicas:

3.1.4 Características Técnicas

- Unidad de Investigación: Gerentes de las empresas exportadoras de prendas de vestir de tejido de punto del Perú seleccionadas.
- Periodo de Ejecución
 - Cobertura Geográfica: Lima Metropolitana y principales ciudades del Perú.
 - Cobertura Temporal: La encuesta fue llevada a cabo entre marzo y abril del 2022.
- Método de Entrevista: La encuesta fue telefónica, previo a la entrevista se concertó una cita con el entrevistado.
- Instrumento para el levantamiento de la información: Se empleó un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas cuya aplicación fue por entrevista directa. Además, se empleó la metodología de encuesta por aplicativo móvil Kobo Collect.

Diseño Muestral

- Marco Muestral: Se utilizó el RANKING DE EMPRESAS EXPORTADORAS PERUANAS 2021-2020 de la Asociación de Exportadores ADEX, esta está conformada por 192 empresas la cual consideremos como el universo de esta investigación.
- Diseño Muestral: La selección de la muestra fue probabilística y aleatoria simple.
- Tamaño de Muestra: se realizaron 100 cuestionarios en entrevistas efectivas, y para ello se asumió un nivel de confianza de 95%, una variable de interés de corte dicotómico con una estimación de valor ($p=0.5$) y un error de muestreo de $\pm 6.80\%$.

Población Conocida	
Población (N)	192
Muestra (n)	100
Frecuencia Esperada del Parámetro (P)	0.5
$z(a=0,05) = 1.96$ ó $z(a=0.01) = 2,58$	1.96
Error muestral (E) +/-	6.80%

Técnicas Estadísticas Empleadas: Marco Teórico

En la presente sección definiremos los principales conceptos que involucra nuestra investigación.

3.1.5 Análisis Estadístico Descriptivo

El análisis descriptivo, como su nombre lo indica, consiste en describir las tendencias claves en los datos existentes y observar las situaciones que conduzcan a nuevos hechos. Este método se basa en una o varias preguntas de investigación y no tiene una hipótesis. Además, incluye la

recopilación de datos relacionados, posteriormente, los organiza, tabula y describe el resultado. Un análisis básico descriptivo implica el calcular las medidas simples de composición y distribución de variables (“¿Qué es el análisis descriptivo?”, 2022, párr. 1).

Asimismo, el objetivo del análisis descriptivo es resumir la información a través de estadísticos de tendencia central como son, media, mediana o moda, y para validar la fiabilidad de los resultados obtenidos en los estadísticos de tendencia central se emplea los estadísticos de dispersión como son: la desviación estándar y el coeficiente de variación. A continuación, se detallan los conceptos para referencia.

Tabla 13

Resumen de Técnicas Descriptivas

ESTADÍSTICAS DE TENDENCIA CENTRAL	ESTADÍSTICOS DE DISPERSIÓN
Promedio: El promedio es un número representativo que puede obtenerse a partir de una lista de cifras. Usualmente se relaciona con el concepto de media aritmética	Desviación Estándar: La desviación estándar es la medida de dispersión más común, que indica qué tan dispersos están los datos con respecto a la media. Mientras mayor sea la desviación estándar, mayor será la dispersión de los datos.
Mediana: La mediana (Me) es un valor muy importante para las variables cuantitativas y se define como el valor de la variable que deja el mismo número de datos antes y después de él, una vez ordenados estos. El 50% de los datos están por debajo de la Mediana, y el 50% por encima. La mediana se utiliza generalmente para devolver la tendencia central en el caso de distribuciones numéricas sesgadas.	Coefficiente de Variación: El coeficiente de variación es una medida estadística que nos informa acerca de la dispersión relativa de un conjunto de datos. El coeficiente de variación toma valores entre 0 y 1. Si el coeficiente es próximo al 0, significa que existe poca variabilidad en los datos y es una muestra muy compacta. Este estadístico es el juez del promedio, si es mayor a 30% (definido por algunos autores) significa que el promedio no es confiable y se sugiere utilizar la Mediana
Moda: la moda sirve para definir lo más común, lo que más se usa o lo que es más frecuente, en términos matemáticos, el valor de mayor frecuencia absoluta.	

3.1.6 Estadístico Alpha de Cronbach

El estadístico de Alpha de Cronbach es un coeficiente que mide la fiabilidad de un test en función de dos términos: el número de ítems (o longitud de la prueba) y la proporción de varianza total de la prueba debida a la covarianza entre sus partes (ítems). Algunos autores lo definen como el absentismo de errores de medida en una prueba (o test) o como la exactitud de su medición. La fiabilidad por otro lado se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados, cuando los valores obtenidos son iguales en sucesivas aplicaciones, o, posibilidad de repetir los resultados en idénticos sujetos o condiciones, es decir, el Alfa de Cronbach analiza y determina si existe consistencia interna, si las medidas parciales obtenidas con los diversos ítems son “consistentes” entre sí y si son representativas del universo posible de ítems que podrían medir el constructo.

En ese sentido, en investigaciones académicas se suelen construir dimensiones (Constructos) como el conjunto de variables específicas definidas en un modelo teórico.

El valor del coeficiente Alfa de Cronbach fluctúa entre el 0 y el 1. Mientras más se acerque su valor a 1, significa que habrá mayor consistencia entre los ítem (y viceversa). Así mismo, se debe de tener en cuenta que, a mayor longitud de la prueba, mayor será el alfa de Cronbach (α). Algunos autores consideran que se requiere que el valor de Alpha Cronbach sea mayor a 0.60 para concluir que existe consistencia interna en las preguntas que conforman el constructo o dimensión (Soler et al., 2012).

Tabla 14

Interpretación de Resultado de Alpha de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente de alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,5]	Inaceptable
[0,5; 0,6]	Pobre

[0,6; 0,7]	Débil
[0,7; 0,8]	Aceptable
[0,8; 0,9]	Bueno
[0,9; 1]	Excelente

Nota. Tomado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242012000100001#:~:text=El%20alfa%20de%20Cronbach%20es,justifica%20el%20c%C3%A1lculo%20de%20alfa.

3.1.7 Correlación de Pearson

De acuerdo con la definición de Dagnino (2014), “el coeficiente de correlación r de Pearson mide el grado de asociación lineal entre dos variables” (p. 150).

El coeficiente de correlación r puede estar entre -1 y 1. La prueba de significancia estadística se indica con un valor p . Por lo tanto, usualmente las correlaciones se escriben con dos números clave: $r = y p =$.

Algunas consideraciones:

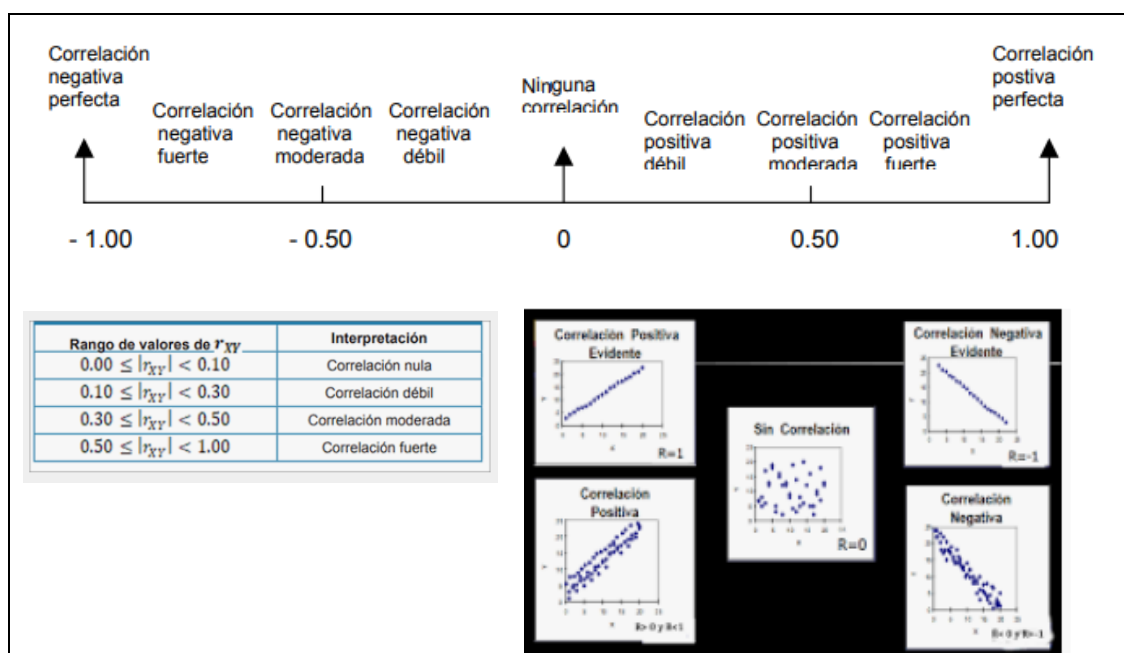
- Cuanto más se aproxima r a cero, más débil es la relación lineal; un valor cero “0” significa que no existe relación.
- Cuando r se acerca a +1 (valores positivos), significa que existe una correlación lineal directa, es decir, un incremento en el valor de una variable significa un incremento en el valor de la segunda variable, el incremento se da en las dos variables y en el mismo sentido.
- Cuando r se acerca a -1 (valores negativos), la tendencia es a una correlación lineal inversa, es decir, negativa, lo que significaría que un incremento en el valor de una de las variables conlleva al descenso de la otra.
- Los valores 1 y -1 corresponden a una correlación "perfecta" positiva y negativa, respectivamente. En la figura 19 se puede observar la correlación mediante un

diagrama de dispersión, en el cual todos los puntos (que representan los datos obtenidos) pueden unirse en una línea recta.

- El valor p ayuda a determinar si se puede o no concluir de manera significativa que el coeficiente de correlación de la población es diferente a cero, basado en lo que se observa en la muestra.

Figura 19

Interpretación de Resultado de Coeficiente de Correlación



Nota. Tomado Vila et al. (2004) Correlación lineal y análisis de regresión. Barcelona: Universidad Oberta de Cataluña. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37985300/RegresionLineal-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668673616&Signature=OMSYo4syBSqvS8m-rqn-IY7R5l0wwmSPIOkXupnSS7F68XQQdM8YLH2ea6dZfBfINZ0v9clG77lJrMDLKxqCEfgNEn2IsGfHx xRCcZCYrXsnbkNSIkCY02EwkOfrs7Ba2ZzJwruzyQ~pYCOdygC06WtHRInVM3GZIU2Z0BT8uZ5Z NuXTxF1qq3QCquc71NiULx18zDixzmUFLUEHL5aXeGHMCALu~OVIeiHCZTuqI5a1aQMZsvnW8E i4FRhULV6bfw8vMZGzO5PZXLUEsfzj-C~fWfWJeUSSTUU0vf0S7EiRCY0v12GZCL1XX6McGf~WXG3Dbsyb5TcW07x9nNbQ6A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37985300/RegresionLineal-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1668673616&Signature=OMSYo4syBSqvS8m-rqn-IY7R5l0wwmSPIOkXupnSS7F68XQQdM8YLH2ea6dZfBfINZ0v9clG77lJrMDLKxqCEfgNEn2IsGfHx xRCcZCYrXsnbkNSIkCY02EwkOfrs7Ba2ZzJwruzyQ~pYCOdygC06WtHRInVM3GZIU2Z0BT8uZ5Z NuXTxF1qq3QCquc71NiULx18zDixzmUFLUEHL5aXeGHMCALu~OVIeiHCZTuqI5a1aQMZsvnW8E i4FRhULV6bfw8vMZGzO5PZXLUEsfzj-C~fWfWJeUSSTUU0vf0S7EiRCY0v12GZCL1XX6McGf~WXG3Dbsyb5TcW07x9nNbQ6A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA;); y de https://www.jmp.com/es_pe/statistics-knowledge-portal/what-is-correlation/correlation-coefficient.html#close

3.1.8 Regresión Múltiple

Según se lee en Rodríguez et al. (2001),

El Análisis de Regresión Lineal Múltiple permite establecer la relación que se produce entre una variable dependiente **Y**, y un conjunto de variables

independientes ($\mathbf{X1}, \mathbf{X2}, \dots \mathbf{XK}$). El análisis de regresión lineal múltiple, a diferencia del simple, se aproxima más a situaciones de análisis real puesto que los fenómenos, hechos y procesos sociales, por definición, son complejos y, en consecuencia, deben ser explicados en la medida de lo posible por la serie de variables que, directa e indirectamente, participan en su concreción (p. 3).

Partiendo del análisis de regresión lineal múltiple se puede:

- Determinar cuáles son las variables independientes (causas), factores que explican o impactan en una variable dependiente (variable que se pretende comprender o entender o pronosticar, variable respuesta)
- Contrastar y confirmar modelos explicativos
- Pronosticar la conducta o condición de una variable, sus valores, en base a ciertas características.

Figura 20

Representación Gráfica de la técnica Análisis de Regresión Múltiple.

$$y_j = b_0 + b_1x_{1j} + b_2x_{2j} + \dots + b_kx_{kj} + u_j$$

Donde:

- n observaciones de la forma $(\mathbf{X1}_j, \mathbf{X2}_j + \dots + \mathbf{Xk}_j, \mathbf{Y}_j)$
- Objetivo: aproximar \mathbf{Y} a partir de $\mathbf{X1}, \mathbf{X2} + \dots + \mathbf{Xk}$
- $\mathbf{X1}, \mathbf{X2} + \dots + \mathbf{Xk}$: variables independientes o explicativas
- \mathbf{Y} : variable dependiente o respuesta (a explicar)
- $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ coeficientes de regresión

Asimismo, de acuerdo con Gil (2018),

Una ventaja de la regresión lineal múltiple es que evalúa el efecto de cada predictor en presencia del resto, evitando el fenómeno de confusión que puede aparecer cuando la asociación observada entre un predictor y la variable respuesta se explica por otra variable (factor de confusión) de manera total o parcial (párr. 2).

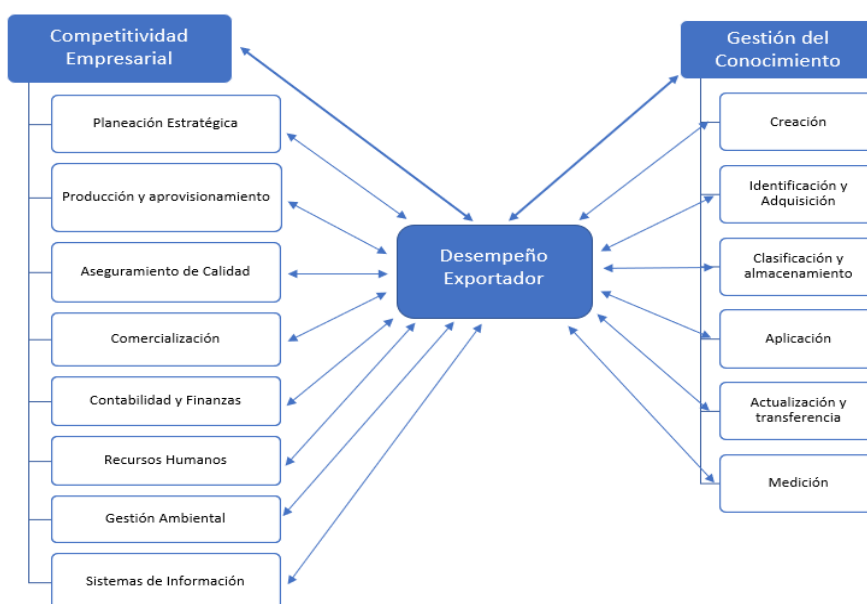
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Resultados

De acuerdo con el estudio inicial y en base al marco teórico, se planteó el siguiente modelo:

Figura 21

Modelo Teórico Inicial Planteado



Para verificar si este modelo planteado cumple con la rigurosidad se emplearon las siguientes técnicas estadísticas, iniciando con un análisis estadístico descriptivo.

3.1.9 Análisis Estadístico Descriptivo

El análisis descriptivo como se ha mencionado permite ver si los datos recopilados tienen una alta o baja dispersión y esto significaría que el estadístico como el promedio son confiables.

Acto seguido, se presenta los resultados descriptivos referido a los constructos Gestión del Conocimiento, Competitividad Empresarial y Desempeño Exportador.

3.1.10 Resultados Descriptivos Constructo Gestión del Conocimiento

A continuación, se muestran los resultados estadísticos obtenidos en el Constructo Gestión del Conocimiento y sus componentes.

Tabla 15

*Principales Resultados Descriptivos de Constructo Gestión de Conocimiento
(Escala1: Totalmente en Desacuerdo a 5: Totalmente de acuerdo)*

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	PROMEDIO	MEDIANA	MODA	DESV STD	COEF VAR (%)	CASOS	ALPHA DE CRONBACH
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	3.2	2.8	2.1	0.75	23%	100.0	0.949
CREACIÓN DE CONOCIMIENTO	3.7	3.8	4.5	0.83	22%	100.0	0.9
IDENTIFICACIÓN Y ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTO	3.5	3.5	3.0	0.81	23%	100.0	0.88
CLASIFICACIÓN Y ALMACENAMIENTO DEL CONOCIMIENTO	3.1	2.8	2.4	0.86	28%	100.0	0.93
APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO	2.9	2.8	2.0	0.84	29%	100.0	0.89
ACTUALIZACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO	2.9	2.5	3.5	0.76	27%	100.0	0.88
MEDICIÓN DEL CONOCIMIENTO	3.0	3.3	3.5	0.88	29%	100.0	0.89

Cuando se observa los resultados, se encuentra que existe baja dispersión en las dimensiones evaluadas (el coeficiente de variación es menor a 30% en todas las dimensiones), lo cual permite considerar el estadístico promedio demostrando una respuesta intermedia por parte del entrevistado en los temas evaluados, por ejemplo, a nivel general se puede afirmar el tema de Gestión Conocimiento es de 3.2 lo cual significaría que existe una opinión intermedia (indiferente) o la falta de cumplimiento en este aspecto.

3.1.11 Resultados Descriptivos Constructo Competitividad Empresarial

Del mismo modo que la evaluación anterior, se presenta los resultados estadísticos descriptivos de este constructo:

Tabla 16

*Principales Resultados Descriptivos del Constructo Competitividad Empresarial
(Escala 1: Totalmente en Desacuerdo a 5: Totalmente De acuerdo)*

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	PROMEDIO	MEDIANA	MODA	DESV STD	COEF VAR (%)	CASOS	ALPHA DE CRONBACH
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	4.0	3.8	3.5	0.59	15%	100.0	
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	3.8	3.8	5.0	0.77	20%	100.0	0.895
PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	4.1	3.8	3.6	0.59	15%	100.0	0.93
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	4.0	3.8	5.0	0.65	16%	100.0	0.955
COMERCIALIZACIÓN	4.0	3.9	3.5	0.52	13%	100.0	0.902
CONTABILIDAD Y FINANZAS	4.2	4.0	4.0	0.59	14%	100.0	0.865
RECURSOS HUMANOS	4.0	3.9	5.0	0.61	15%	100.0	0.913
GESTIÓN AMBIENTAL	4.1	4.0	4.0	0.73	18%	100.0	0.927
SISTEMAS DE INFORMACIÓN	4.1	3.8	5.0	0.74	18%	100.0	0.95

Al observar los resultados de este constructo, se observa que existe una baja dispersión en las dimensiones evaluadas, lo cual es positivo y esto permite concluir que a nivel general se puede afirmar este constructo Competitividad Empresarial es de 4.0 lo cual significaría que existe una opinión positiva con el enunciado de este constructo.

3.1.12 Resultados Descriptivos Constructo Desempeño Exportador

Del mismo modo que la evaluación anterior, se presenta los resultados estadísticos descriptivos de este constructo:

Tabla 17

*Principales Resultados Descriptivos del Constructo Desempeño Exportador
(Escala 1: Totalmente en Desacuerdo a 5: Totalmente De acuerdo)*

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	PROMEDIO	MEDIANA	MODA	DESV STD	COEF VAR (%)	CASOS	ALPHA DE CRONBACH
DESEMPEÑO EXPORTADOR	4.0	4.0	4.0	0.45	11%	100.0	0.79
DESEMPEÑO ECONÓMICO	3.9	4.0	4.0	0.63	16%	100.0	0.80
DESEMPEÑO NO ECONÓMICO	4.1	4.0	4.0	0.44	11%	100.0	0.7

Al observar los resultados de este constructo, se observa que el nivel de dispersión es bajo en las dimensiones evaluadas, este resultado es positivo porque permite concluir que a nivel general se puede afirmar este constructo Desempeño Exportador es de 4.0 lo cual significaría que existe una opinión positiva con el enunciado de este constructo.

Uso de Alpha de Cronbach

Como se ha definido el Alpha de Cronbach es un estadístico que permite validar la consistencia interna de un constructo.

En ese sentido, si se tiene un conjunto de variables que permiten definir inicialmente un constructo, el Alpha de Cronbach permitiría saber si esas variables realmente definen esa idea (constructo).

3.1.13 Resultados de Alpha de Cronbach de las dimensiones del Constructo Gestión de Conocimiento

Como se ha definido el Constructo Gestión del Conocimiento está compuesto por constructos o dimensiones como (Creación de Conocimiento, Identificación y Adquisición de Conocimiento, Clasificación y Almacenamiento del Conocimiento, Aplicación del Conocimiento, Actualización y Transferencia de Conocimiento y Medición del Conocimiento). A continuación, se presenta los resultados de este estadístico.

Tabla 18

Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Gestión del Conocimiento

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	ALPHA DE CRONBACH
GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	0.95
CREACIÓN DE CONOCIMIENTO	0.90
IDENTIFICACIÓN Y ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTO	0.88
CLASIFICACIÓN Y ALMACENAMIENTO DE CONOCIMIENTO	0.93
APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO	0.89
ACTUALIZACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO	0.88
MEDICIÓN DEL CONOCIMIENTO	0.89

Al observar los resultados de valores de Alpha de Cronbach se concluye que el constructo Gestión de Conocimiento está bien definido por las variables usadas en el cuestionario, a diferencia de las otras dimensiones.

3.1.14 Resultados de Alpha de Cronbach de las dimensiones del Constructo Competitividad Empresarial

En esta oportunidad, se presenta los resultados de este estadístico para este constructo.

Tabla 19

Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Competitividad Empresarial

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	ALPHA DE CRONBACH
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	0.97
PLANEACION ESTRATEGICA	0.895
PRODUCCION Y OPERACIONES	0.93
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	0.955
COMERCIALIZACION	0.902
CONTABILIDAD Y FINANZAS	0.865
RECURSOS HUMANOS	0.913
GESTION AMBIENTAL	0.927
SISTEMAS DE INFORMACION	0.95

Al observar los resultados de valores de Alpha de Cronbach se concluye que el constructo Competitividad Empresarial está bien representado por las dimensiones

definidas, en ese sentido, definir el constructo en evaluación como el promedio de estas dimensiones es válido y sirve para verificar los objetivos de la investigación.

3.1.15 Resultados de Alpha de Cronbach de la dimensión del Desempeño Exportador

A continuación, se presenta los resultados de este estadístico para este constructo

Tabla 20

Principales Resultados Alpha de Cronbach - Constructo Desempeño Exportador

DIMENSIONES EVALUADAS EN LA INVESTIGACIÓN	ALPHA DE CRONBACH
DESEMPEÑO EXPORTADOR	0.79
DESEMPEÑO ECONOMICO	0.80
DESEMPEÑO NO ECONOMICO	0.70

Al observar los resultados, se puede decir que se encuentra que el constructo Desempeño Exportador, resulta bien definido por las variables empleadas en la investigación.

Uso de Coeficiente de Correlación de Pearson /Spearman

Como se ha definido el coeficiente de Correlación de Pearson es un estadístico que permite explorar la existencia de una relación lineal entre las dimensiones evaluadas. A continuación, se presentan los resultados respectivos.

Tabla 21

Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Modelo Propuesto

CONSTRUCTO	ESTADÍSTICO	DESEMPEÑO EXPORTADOR	GESTIÓN DE CONOCIMIENTO	COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
Desempeño Exportador	Correlación de Spearman	1		
Gestión de Conocimiento	Correlación de Spearman	,500**	1	
Competitividad Empresarial	Correlación de Spearman	,591**	,804**	1
Desempeño Económico	Correlación de Spearman		,272**	,393**
Desempeño no Económico	Correlación de Spearman		,647**	,663**

Tabla 22

Regla de Decisión respecto a el Coeficiente de Correlación del Modelo Propuesto

Regla de Decisión – Coeficiente de Correlación	Resultados e Interpretación										
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Rango de valores de r_{XY}</th> <th>Interpretación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>$0.00 \leq r_{XY} < 0.10$</td> <td>Correlación nula</td> </tr> <tr> <td>$0.10 \leq r_{XY} < 0.30$</td> <td>Correlación débil</td> </tr> <tr> <td>$0.30 \leq r_{XY} < 0.50$</td> <td>Correlación moderada</td> </tr> <tr> <td>$0.50 \leq r_{XY} < 1.00$</td> <td>Correlación fuerte</td> </tr> </tbody> </table>	Rango de valores de r_{XY}	Interpretación	$0.00 \leq r_{XY} < 0.10$	Correlación nula	$0.10 \leq r_{XY} < 0.30$	Correlación débil	$0.30 \leq r_{XY} < 0.50$	Correlación moderada	$0.50 \leq r_{XY} < 1.00$	Correlación fuerte	<p>1. Existe una intensidad de la relación lineal (Correlación fuerte: 0.50) entre el constructo de Gestión de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.</p> <p>2. Existe una intensidad de la relación lineal (Correlación fuerte: 0.591) entre la dimensión Competitividad Empresarial y el constructo Desempeño Exportador.</p> <p>3. Existe una intensidad de la relación lineal (Correlación fuerte: 0.804) entre la dimensión Gestión de Conocimiento y el constructo de Competitividad Empresarial.</p> <p style="text-align: center;">Conclusión: Existe relación estadística en los constructos definidos.</p>
Rango de valores de r_{XY}	Interpretación										
$0.00 \leq r_{XY} < 0.10$	Correlación nula										
$0.10 \leq r_{XY} < 0.30$	Correlación débil										
$0.30 \leq r_{XY} < 0.50$	Correlación moderada										
$0.50 \leq r_{XY} < 1.00$	Correlación fuerte										

Tabla 23

Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Constructo Desempeño Exportador y el Constructo Gestión del Conocimiento y sus componentes

CONSTRUCTO	ESTADÍSTICO	DESEMPEÑO EXPORTADOR	DESEMPEÑO ECONÓMICO	DESEMPEÑO NO ECONÓMICO
Desempeño Exportador	Correlación de Spearman	1		
Gestión de Conocimiento	Correlación De Spearman	,500**	,272**	,647*
Creación de Conocimiento	Correlación De Spearman	,455**	,275**	,550**
Identificación y Adquisición de Conocimiento	Correlación De Spearman	,560**	,394**	,597**
Clasificación y Almacenamiento de Conocimiento	Correlación De Spearman	,477**	,287**	,577**
Aplicación de Conocimiento	Correlación De Spearman	,619**	,433**	,662**

Actualización y Transferencia de Conocimiento	Correlación De Spearman	,365**	0.078	,645**
Medición del Conocimiento	Correlación De Spearman	,220**	0.002	,453**

Resultados e Interpretación:

1. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación fuerte: 0.50**) entre el constructo de Gestión de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
2. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación moderada: 0.455**) entre el constructo Creación de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
3. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación fuerte: 0.56**) entre el constructo Identificación y Adquisición de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
4. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación moderada: 0.477**) entre el constructo Clasificación y Almacenamiento del Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
5. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación fuerte: 0.619**) entre el constructo Aplicación de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
6. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación moderada: 0.365**) entre el constructo Actualización y Transferencia de Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.
7. Existe una intensidad de la relación lineal (**Correlación débil: 0.22**) entre el constructo Medición del Conocimiento y el constructo Desempeño Exportador.

Todos estos resultados de las correlaciones entre los constructos Desempeño de Exportador y Gestión de Conocimiento, permiten determinar que existen una relación

directa, es decir, si incrementamos los niveles de conocimientos de la empresa incide directamente en el desempeño positivo de las exportaciones.

Tabla 24

Principales Resultados Matriz Coeficiente de Correlación de Constructo Desempeño Exportador y el constructo Competitividad Empresarial y sus componentes

CONSTRUCTO	ESTADÍSTICO	DESEMPEÑO EXPORTADOR	DESEMPEÑO ECONÓMICO	DESEMPEÑO NO ECONÓMICO
Desempeño Exportador	Correlación de Spearman	1	,901**	,783**
Competitividad Empresarial	Correlación De Spearman	,591**	,393**	,663*
Planeación Estratégica	Correlación De Spearman	,614**	,560**	,470**
Producción y Operaciones	Correlación De Spearman	,709**	,546**	,687**
Aseguramiento de La Calidad	Correlación De Spearman	,577**	,379**	,652**
Comercialización	Correlación De Spearman	,644**	,451**	,689**
Contabilidad y Finanzas	Correlación De Spearman	,347**	0.148	,508**
Recursos Humanos	Correlación De Spearman	,338**	0.148	,488**
Gestión Ambiental	Correlación De Spearman	,637**	,425**	,711**
Sistemas de Información	Correlación De Spearman	,455**	0.194	,666**

Resultados e Interpretación:

1. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.591***) entre el constructo Competitividad Empresarial y el constructo Desempeño Exportador.
2. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.614***) entre el constructo Planeación Estratégica y el constructo Desempeño Exportador.
3. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.709***) entre el constructo Producción y Operaciones y el constructo Desempeño Exportador.
4. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.577***) entre el constructo Aseguramiento de la Calidad y el constructo Desempeño Exportador.

5. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.644***) entre el constructo Comercialización y el constructo Desempeño Exportador.
6. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación moderada: 0.347***) entre el constructo Contabilidad y Finanzas y el constructo Desempeño Exportador.
7. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación moderada: 0.338***) entre el constructo Recursos Humanos y el constructo Desempeño Exportador.
8. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación fuerte: 0.637***) entre el constructo Gestión Ambiental y el constructo Desempeño Exportador.
9. Existe una intensidad de la relación lineal (***Correlación moderada: 0.455***) entre el constructo Sistemas de Información y el constructo Desempeño Exportador.

Todos estos resultados de las correlaciones entre los constructos Desempeño de Exportador y Competitividad Empresarial, permiten determinar que existen una relación directa, es decir, si se incrementa los niveles de adecuada gestión en la Competitividad Empresarial en la empresa incide directamente en el desempeño positivo de las exportaciones.

Uso de Regresión Múltiple

Si el objetivo es encontrar que existe una influencia entre Gestión del Conocimiento y el constructo Competitividad Empresarial con el Desempeño Exportador, a continuación, se aplica la técnica de análisis de regresión múltiple.

En ese sentido, si se parte del modelo planteado:

Desempeño Exportador (Y) = f (X's) = F (Gestión de Conocimiento, Competitividad Empresarial) =

Desempeño Exportador (Y) = b1 (Gestión de Conocimiento) + b2 (Competitividad Empresarial)

Este modelo planteado, tuvo la ventaja de obtener índices de Alpha de Cronbach altos para las dimensiones definidas, en esta oportunidad, se aplicará el análisis de regresión múltiple para validar los objetivos específicos.

Resultados de Análisis de Regresión Múltiple considerando el siguiente Modelo:

Desempeño Exportador (Y) = b1 (Gestión de Conocimiento) + b2 (Competitividad Empresarial)

Si se tiene presente que existe una alta correlación (0.84) entre los constructos Gestión de Conocimiento y Competitividad Empresarial, plantear un modelo con estas dos dimensiones de forma conjunta como variables Regresoras, no deben considerarse debido a que uno de los supuestos en el uso de análisis de regresión múltiple es que las variables Regresoras o explicativas deben ser independientes.

A continuación, se presenta los resultados estadísticos considerando el aporte de constructo Desempeño Exportador con cada uno de los constructos considerados y sus componentes respectivos.

Se inicia el análisis de regresión múltiple considerando el aporte e influencia del constructo Gestión de Conocimiento en el Desempeño Exportador:

Resultados de Análisis de Regresión Múltiple considerando el siguiente Modelo:

Desempeño Exportador (Y) = F(Constructo Gestión de Conocimiento)

Desempeño Exportador (Y) = b1 (Creación de Conocimiento) + b2 (Identificación y

Adquisición de Conocimiento) + *b3 (Clasificación y Almacenamiento del Conocimiento)* + *b4 (Aplicación de Conocimiento)* + *b5 (Transferencia del Conocimiento)* + *b6 (Medición de Conocimiento)*

A continuación, se presenta los resultados de análisis de regresión múltiple para este modelo:

Tabla 25

Resultados de Modelos de Regresión según propuesta Constructo Gestión de Conocimiento y Desempeño Exportador

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado ^b	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,986 ^a	,973	,971	,68000

a. Predictores: MEDICION DEL CONOCIMIENTO, CREACION DE CONOCIMIENTO, APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO, CLASIFICACION Y ALMACENAMIENTO DEL CONOCIMIENTO, ACTUALIZACION Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO, IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO

Este resultado permite concluir que la variación en la variable de predicción es explicada por el modelo, lo cual es muy positivo para los objetivos de la presente investigación.

Tabla 26

Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado

ANOVA ^{a,b}						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1558,992	6	259,832	561,922	,000 ^c
	Residuo	43,003	93	,462		
	Total	1601,995 ^d	99			

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

b. Regresión lineal a través del origen

c. Predictores: MEDICION DEL CONOCIMIENTO, CREACION DE CONOCIMIENTO, APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO, CLASIFICACION Y ALMACENAMIENTO DEL CONOCIMIENTO, ACTUALIZACION Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO, IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO

Este resultado permite concluir que al menos una de las variables regresoras influye en la variable de predicción.

Tabla 27

Resultados de Estimación de Coeficientes de Variables Regresoras de Gestión del Conocimiento y Constructo Desempeño Exportador

Modelo	Coeficientes ^{a,b}				
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Error estándar	Beta	T	Sig.
1 CREACION DE CONOCIMIENTO	,238	,161	,225	1,473	,144
IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO	1,032	,315	,918	3,274	,001
CLASIFICACION Y ALMACENAMIENTO DEL CONOCIMIENTO	-,676	,323	-,547	-2,095	,039
APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO	,532	,141	,405	3,769	,000
ACTUALIZACION Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO	,013	,241	,010	,055	,956
MEDICION DEL CONOCIMIENTO	-,030	,211	-,024	-,142	,888

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

b. Regresión lineal a través del origen

Como se puede observar de los valores de los coeficientes y su respectiva significancia, se puede concluir que estas variables independientes definidas inicialmente influyen de forma directa en el nivel de desempeño exportador. Estos significados significan lo siguiente:

1. La variable Creación de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.

2. La variable Identificación y Adquisición de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
3. La variable Clasificación y Almacenamiento de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
4. La variable Aplicación de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
5. La variable Actualización y Transferencia de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
6. La variable Medición del Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.

Ahora, con fines de encontrar un modelo satisfactorio, se aplicó el análisis factorial exploratorio para encontrar dimensiones latentes y así encontrar un modelo consistente.

Resultados de Análisis de Regresión Múltiple considerando el siguiente Modelo:

Desempeño Exportador (Y)= F (Constructo Competitividad Empresarial)

Desempeño Exportador (Y)= b1 (Planeación Estratégica) + b2 (Producción y Operaciones) + b3 (Aseguramiento de la Calidad) + b4 (Comercialización) + b5 (Contabilidad y Finanzas) + b6 (Recursos Humanos) + b7 (Gestión Ambiental) + b8 (Sistemas de Información)

A continuación, presentamos los resultados de análisis de regresión múltiple para este modelo:

Tabla 28

Resultados de Modelos de Regresión según propuesta Constructo Competencia Empresarial y Desempeño Exportador

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado ^b	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,997 ^a	,995	,994	,30741

a. Predictores: SISTEMAS DE INFORMACION, PLANEACION ESTRATEGICA, CONTABILIDAD Y FINANZAS, GESTION AMBIENTAL, COMERCIALIZACION, RECURSOS HUMANOS, ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD, PRODUCCION Y OPERACIONES

Este resultado permite concluir que la variación de la variable de predicción es explicada por el modelo, lo cual es muy positivo para los objetivos de esta investigación.

Tabla 29

Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado

ANOVA ^{a,b}						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1607,363	8	200,920	2126,143	,000 ^c
	Residuo	8,694	92	,094		
	Total	1616,057 ^d	100			

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

b. Regresión lineal a través del origen

c. Predictores: SISTEMAS DE INFORMACION, PLANEACION ESTRATEGICA, CONTABILIDAD Y FINANZAS, GESTION AMBIENTAL, COMERCIALIZACION, RECURSOS HUMANOS, ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD, PRODUCCION Y OPERACIONES

Este resultado permite concluir que al menos una de las variables Regresoras influye en la variable de predicción

Tabla 30

Resultado de Estimación de Coeficientes de Variables Regresoras de Competitividad Empresarial y Constructo Desempeño Exportador

Coeficientes ^{a,b}	
-----------------------------	--

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error estándar	Beta	t	
1	PLANEACION ESTRATEGICA	,159	,142	,153	1,116	,267
	PRODUCCION Y OPERACIONES	,588	,364	,598	1,616	,109
	ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	-,255	,266	-,258	-,959	,340
	COMERCIALIZACION	1,102	,296	1,116	3,728	,000
	CONTABILIDAD Y FINANZAS	,245	,141	,256	1,737	,086
	RECURSOS HUMANOS	-,813	,167	-,819	-4,870	,000
	GESTION AMBIENTAL	,261	,124	,268	2,112	,037
	SISTEMAS DE INFORMACION	-,310	,146	-,320	-2,128	,036

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

Como se puede observar, los valores de los coeficientes y su respectiva significancia, se puede concluir que estas variables independientes definidas inicialmente influyen de forma directa en el nivel de desempeño exportador. Estos resultados significan lo siguiente:

1. La variable Planeación Estratégica como parte del constructo Competitividad Empresarial **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
2. La variable Producción y Operaciones como parte del constructo Competitividad Empresarial **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
3. La variable Aseguramiento de la Calidad como parte del constructo Competitividad Empresarial **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
4. La variable Comercialización como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
5. La variable Contabilidad y Finanzas como parte del constructo Competitividad Empresarial **NO INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
6. La variable Recursos Humanos como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE** en el Desempeño Exportador.

7. La variable Gestión Ambiental como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador
8. La variable Sistemas de Información como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE** en el Desempeño Exportador.

Resultados de Análisis de Regresión Múltiple considerando el siguiente Modelo:

$$\text{Desempeño Exportador (Y)} = b1 (\text{IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO}) + b2 (\text{APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO}) + b3 (\text{COMERCIALIZACION}) + b4 (\text{RECURSOS HUMANOS}) + b5 (\text{GESTION AMBIENTAL}) + b6 (\text{SISTEMAS DE INFORMACION})$$

A continuación, se presenta los resultados de análisis de regresión múltiple para este modelo:

Tabla 31

Resultados de Modelo de Regresión según propuesta de variables Regresoras seleccionadas y Desempeño Exportador

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado ^b	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,997 ^a	,995	,994	,29916

a. Predictores: SISTEMAS DE INFORMACION, APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO, IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO, GESTION AMBIENTAL, RECURSOS HUMANOS, COMERCIALIZACION

Este resultado permite concluir que la variación en la variable de predicción es explicada por el modelo, lo cual es muy positivo para los objetivos de la presente investigación.

Tabla 32*Resultados de Análisis de Varianza modelo planteado*

ANOVA ^{a,b}						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1607,645	6	267,941	2993,952	,000 ^c
	Residuo	8,412	94	,089		
	Total	1616,057 ^d	100			

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

b. Regresión lineal a través del origen

c. Predictores: SISTEMAS DE INFORMACION, APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO, IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO, GESTION AMBIENTAL, RECURSOS HUMANOS, COMERCIALIZACION

Este resultado permite concluir que al menos una de las variables Regresoras influye en la variable de predicción.

Tabla 33*Resultados de Estimación de Coeficientes según propuesta de variables Regresoras seleccionadas y Desempeño Exportador*

Coeficientes ^{a,b}						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Sig.
		B	Error estándar	Beta	t	
1	IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO	,158	,060	,141	2,631	,010
	APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO	-,229	,061	-,174	-3,763	,000
	COMERCIALIZACION	1,722	,116	1,744	14,830	,000
	RECURSOS HUMANOS	-,714	,116	-,720	-6,173	,000
	GESTION AMBIENTAL	,379	,103	,389	3,686	,000
	SISTEMAS DE INFORMACION	-,376	,092	-,388	-4,074	,000

a. Variable dependiente: DESEMPEÑO EXPORTADOR

Como se puede observar los valores de los coeficientes y su respectiva significancia se puede concluir que estas variables independientes definidas inicialmente influyen de forma directa en el nivel de desempeño exportador. Estos resultados significan lo siguiente:

1. La variable Identificación y Adquisición de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
2. La variable Aplicación de Conocimiento como parte del constructo Gestión de Conocimiento **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
3. La variable Comercialización como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
4. La variable Recursos Humanos como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE** en el Desempeño Exportador.
5. La variable Gestión Ambiental como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE DE FORMA POSITIVA** en el Desempeño Exportador.
6. La variable Sistemas de Información como parte del constructo Competitividad Empresarial **SI INFLUYE** en el Desempeño Exportador.

Como conclusión se puede afirmar que el modelo propuesto de regresión final planteado considera las variables Regresoras que, sí inciden en el Desempeño Exportador, además, este modelo presenta una consistencia interna satisfactoria lo cual da una justificación teórica a este modelo para predecir el constructo Desempeño Exportador. Este hallazgo en términos prácticos permitirá tomar mejores decisiones a los directivos focalizando esfuerzos en las variables seleccionadas.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo, tiene como finalidad dar a conocer las conclusiones a las cuales se ha llegado a partir de la ejecución de un proceso sistemático y empírico el cual tuvo como objetivo analizar la relación entre la gestión del conocimiento, la competitividad empresarial y el desempeño exportador de empresas productoras y exportadoras de prendas de vestir de Perú. El tipo de estudio de esta investigación ha sido cuantitativo, de alcance correlacional, de diseño no experimental. La recolección de datos se realizó a través de una encuesta la cual se aplicó a 100 empresas del rubro, cuestionario desarrollado con escala de Likert.

Así mismo, se presentan algunas recomendaciones para los empresarios textiles, así como para interesados que aspiren a llevar a cabo nuevas investigaciones sobre el tema.

4.1 Conclusiones

1. El modelo conceptual planteado del Desempeño Exportador (DE) en esta investigación buscó relacionar y determinar el efecto sobre el desempeño económico y no económico de las principales empresas productoras y exportadoras de prendas de vestir del Perú en base a la aplicación de los constructos Gestión del Conocimiento (GC) y Competitividad Empresarial (CE), determinar la importancia que representa para el objeto de investigación cada uno de los regresores a través de sus dimensiones. El trabajo constituye un intento por estudiar las razones que determinan una baja diversificación de mercados y por ende Desempeño Exportador, desde la Gestión del Conocimiento y la Competitividad Empresarial como variables explicativas.

Para ello se consideraron para el constructo Gestión del Conocimiento, las dimensiones: 1) creación del conocimiento, 2) identificación y adquisición del conocimiento, 3) clasificación y almacenamiento, 4) aplicación y actualización, 5) transferencia, y 6) medición del conocimiento, y para el constructo Competitividad Empresarial, las dimensiones 1) Planeación, 2) Producción y Operaciones, 3) Aseguramiento de la Calidad, 4) Comercialización, 5) Contabilidad y Finanzas, 6) Recursos Humanos, 7) Gestión Ambiental y 8) Sistemas de Información.

En la evaluación del Modelo conceptual del DE [$DE = f(GC) + f(CE)$], se concluye que existe una relación directa entre los niveles de GC y DE siendo que al incrementarse los niveles de GC, se incrementará el nivel de DE. A esta misma conclusión se llega luego del análisis de los resultados, en cuanto a la relación entre la Competitividad Empresarial y el Desempeño Exportador, pudiendo establecerse que, de incrementarse adecuadamente la gestión de CE, se incrementará el resultado del DE.

2. Las pruebas demostraron así mismo, que entre las variables Regresoras GC y CE existe una alta correlación (0.84) por lo que no se pudo realizar un análisis de regresión múltiple de estas dos variables juntas. Este resultado era el esperado pues coinciden con los resultados de diversas investigaciones cuyo objetivo estuvo enfocado en evaluar la relación entre ambas variables, lo que fue confirmado como puede leerse en algunos de los estudios en el capítulo II del presente estudio.
3. Desde un punto de vista de gestión, esta investigación proporciona además un interesante resultado con el cual los empresarios podrán comprender mejor lo qué deberían desarrollar para optimizar su gestión del conocimiento y su

competitividad de modo tal que les permita mejorar su desempeño exportador y ampliar su mercado hacia otros destinos.

Según resultados del análisis de regresión múltiple con cada variable. Se trabajaron los modelos:

$$DE(Y)=f(\text{Constructo GC}) \text{ y}$$

$$DE(Y)=f(\text{Constructo CE}),$$

en ambos casos se determinó que al menos una dimensión de cada variable regresora influye en el DE. Por lo que luego de un análisis más profundo, se halló cuáles de las dimensiones de cada variable son las que sí influyen directamente sobre el DE. De la GC, se identificaron: a) la Identificación y Adquisición de conocimiento, b) la Aplicación de conocimiento. Mientras que, de la Competitividad Empresarial, fueron identificadas a) la Comercialización; b) Recursos Humanos; c) Gestión ambiental y d) Sistemas de Información.

4. Conociendo las dimensiones con efecto sobre la variable dependiente, se planteó un nuevo modelo el cual luego fue comprobado, llegándose a la conclusión de que las dimensiones mencionadas en el párrafo precedente efectivamente sí influyen en el DE (variable de predicción).

El modelo propuesto de regresión final planteado que considera variables Regresoras que sí inciden en el DE, se presenta a continuación:

$$\text{Modelo: } DE(Y)=b1(\text{Identificación y Adquisición}) + b2(\text{Aplicación}) + b3(\text{Comercialización}) + b4(\text{Recursos Humanos}) + b5(\text{Gestión Ambiental}) + b6(\text{Sistemas de Información})$$

De estas dimensiones, todas, salvo RRHH y TIC tienen una influencia de forma positiva sobre la variable de predicción. Cabe recalcar que las evaluaciones, análisis y la validación de este último modelo planteado y de todo el estudio han

sido realizadas en base a las respuestas obtenidas de las 100 encuestas llevadas a cabo a las principales empresas exportadoras de prendas del Perú, lo cual no permitiría generalizar los resultados a todo el sector.

5. El estudio así mismo demuestra que estas empresas encuestadas, del sector textil exportador de prendas, no desarrollan ni aplican todas las dimensiones del modelo de Gestión del Conocimiento utilizado, al parecer de los encuestados, éstas no son significativas para obtener los resultados que la organización espera y no se relacionan con éste.
6. Las empresas, con el objetivo de no salir del mercado, se ven forzadas a incrementar su eficiencia y reforzar su competitividad mejorando su calidad, siendo más flexibles y teniendo mayor velocidad de reacción (Esser et al.,1996). Hoy los retos para las empresas son mayores debido entre otros factores, a la globalización que trae mayor competencia con más productos en el mercado, demanda diferenciada, menores ciclos productivos, nuevos y radicales cambios tecnológicos, diversos tipos de materiales, que requieren de toma de nuevas acciones y cambios al interior de las organizaciones que las lleve a lograr competir y ser parte del mercado internacional. Este es uno de los factores observados en el presente estudio, donde no todos los elementos (dimensiones) de la competitividad empresarial (competitividad a nivel micro) tienen el mismo peso o importancia para los objetos de estudio. El desarrollar únicamente algunas de las áreas dentro de las organizaciones es insuficiente pues el desarrollo debe de ser de modo integral, de lo contrario, no se llegará a un nivel de competitividad óptimo para poder incursionar y expandirse a nuevos mercados en cualquier parte del mundo, quedando limitados a unos cuantos. Como menciona Esser et al., (1996) “las crecientes exigencias a las empresas

van de la mano con requerimientos cada vez mayores a su entorno” (p. 44), por lo que sin duda se requiere fortalecer todos los procesos de gestión al interior de las empresas del rubro exportador de prendas de vestir.

7. Puede mencionarse así mismo, que un aporte de esta investigación lo constituye el hecho que, si bien los estudios son generalmente enfocados en empresas pequeñas o MYPES, este, sin embargo, se avoca en las principales y grandes empresas, que son líderes y ejemplo para las pequeñas y medianas, por lo que estudiar y analizar su comportamiento a través de la GC y CE, resulta de gran valor para otras, especialmente hoy en que el panorama competitivo global es más intenso y complejo.

4.2 Recomendaciones

1. Siguiendo los resultados de este estudio, y considerando la relación que se comprueba entre el DE y la GC y la CE, se recomienda desarrollar habilidades analíticas para mejorar las interacciones de intercambio de conocimientos en todos los niveles, así como tomar acciones en cuanto a la competitividad empresarial en las dimensiones analizadas.
2. Estos hallazgos evidencian la existencia de debilidades en las empresas objeto de estudio y que a través de un análisis FODA pueden convertirse en amenazas dada la gran globalización que hoy se vive y que genera como se ha mencionado anteriormente, mayor competencia. Se recomienda por ello a las empresas revisarlas a profundidad y tomar acción a fin de lograr el fortalecimiento de sus capacidades en las áreas más débiles y en las dimensiones de las variables GC y DE que han mostrado tener poca relevancia en el modelo planteado.
3. Con la finalidad de profundizar en el tema y reconfirmar los hallazgos

encontrados en la presente investigación, se sugiere la realización de mayores estudios, no sólo en el sector de prendas de vestir, sino en otros, lo que contribuiría a incrementar la evidencia y determinar si el comportamiento y el modelo se repite en estos nuevos sectores de modo que se identifiquen y confirmen las áreas, dimensiones, en que las organizaciones deberán realizar mejoras o poner mayor empeño en su desarrollo para lograr un mejor desempeño a nivel local como en el mercado internacional.

4. Se recomienda así mismo una revisión por parte de investigadores de metodologías posibles para el fortalecimiento y aplicación de todos los campos de la Gestión del Conocimiento y de la Competitividad Empresarial ya que suele ser complejo para algunas organizaciones implementarlos y desarrollarlos, especialmente cuando se trata de activos intangibles, lo que impide un resultado exitoso.
5. Se sugiere a los empresarios productores y exportadores de prendas de vestir revisar la necesidad de mayor inversión y enfoque en la creación de conocimiento como en la clasificación, almacenaje, actualización y transformación del conocimiento, que hoy están ausentes o no se les otorga importancia suficiente en las organizaciones, según se aprecia en los resultados obtenidos de las encuestas. Esta recomendación práctica servirá junto con las contribuciones teóricas al interior del estudio, para lograr objetivos comerciales estratégicos y un mejor Desempeño exportador. Por lo que puede concluirse que existen áreas dentro de las organizaciones estudiadas que requerirían ser fortalecidas si se tiene como finalidad alcanzar un mejor desempeño a nivel internacional.
6. Así mismo, se sugiere un estudio de mayor profundidad para determinar la

apreciación de los empresarios exportadores en cuanto al rol que juegan la planeación, la producción y operaciones así como la calidad de producto como factor importante para la competitividad empresarial. Resulta extraño, que no estén contenidos como influyentes en la competitividad especialmente cuando diversos autores, hacen referencia a la necesidad de dichas acciones y procesos para obtener economías de escala, diferenciación y por ende ventajas competitivas que llevan a las organizaciones a lograr un mejor desempeño tanto a nivel nacional como internacional. No sin dejar de lado el papel de la gestión contable y de finanzas en las empresas, especialmente en empresas industriales donde el control de costos y el uso de las finanzas es fundamental.

7. Se recomienda la aplicación de un estudio similar, más amplio que incluya a las empresas medianas y pequeñas, con el fin de determinar, primero qué dimensiones de la GC y la Competitividad Empresarial consideran importantes para el desempeño exportador, por otro lado, qué tan preparadas podrían estar para expandir sus mercados por último, confirmar si el modelo podría generalizarse a todas las empresas del sector de prendas de vestir de exportación.

REFERENCIAS

- Abdel, G. & Romo, D. (2004). *Sobre el concepto de competitividad. Serie de documentos de trabajo en estudios de competitividad*. México: ITAM.
- Ahumada-Tello, E., Tovar-Zamora, R. M., Perusquia Velasco, J. M. A., & Zarate Cornejo, R. (2017). *Gestión De Conocimiento En La Competitividad Del Sector De Ti. El Caso De La Región Tijuana – San Diego (Knowledge Management in the IT Sector Competitiveness. The Case of the Tijuana – San Diego Region)* (SSRN Scholarly Paper ID 3207664). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3207664>
- Alavi, M. y D.E. Leidner (2001), Revisión: Gestión del conocimiento y conocimiento Sistemas de gestión: fundamentos conceptuales y cuestiones de investigación, *MIS Quarterly* 25 (1), 107-136
- Alvarado Espinoza, J. O. (2021). *Cultura exportadora en el desempeño exportador de las agroexportadoras de espárragos de la región La Libertad 2020*.
- Arbonies, Ángel. (2006). “*El conocimiento para innovar: cómo evitar la miopía en la gestión del conocimiento*”. 2da Ed. Madrid: Díaz de Santos.
- Arkolakis, C.; Costinot, A. & Rodríguez-Clare, A. (2012): Nuevo modelo económico en América Latina ¿Las mismas ganancias de siempre?, *American Economic Review*, 102, 94-130.
- Asociación de Exportadores de Perú (ADEX) (2018). Asociación de Exportadores. <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-organizara-el-xvi-foro-textil-2020-en-el-marco-de-peru-moda/>
- Azorca Diaz, R. A., & Chacón Gutiérrez, C. E. (2020). Impacto del Acuerdo Comercial Perú–EE. UU en la exportación de polos y camisetas de algodón peruano de la subpartida arancelaria 6109.10. 00.31 en el periodo 2009–2019.
- Banco Mundial (s.f.). <https://www.bancomundial.org/es/home>
- Babativa, A., Celis, C. y Duque, D. (2018). Factores y estrategias del sector textil confección-diseño y moda de Antioquia para aprovechar competitivamente

las oportunidades comerciales que ofrece el TLC con los estados unidos
<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/Facto=1>

- Baltazar, L., y Velázquez, P. (2018). *La gestión del conocimiento y sus implicaciones en la competitividad de las empresas del sector aeronáutico en Querétaro, México*. En *Administración y Organizaciones*, 21 (40), 29-49.
- Banales, D. L. G. and H. P. B. Andrade. Exploring Business Competitiveness in high technology sectors: an empirical analysis of the Mexican software industry. *JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag. (Online)* 2011, VOL.8, N.2, PP.269-290. ISSN 1807-1775. <https://doi.org/10.1590/S1807-17752011000200001>.
- Barandiaran, K. (2017). Comercio internacional y competitividad de pelo fino de vicuña peruana 2012 – 2016. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13128/Barandiaran_AKM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barney, J.B.; Hesterly, W.S (2011). *Gestión estratégica y ventaja competitiva*. Pearson Prentice Hall.
- Barnham, C., (2015). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Revista Internacional de Investigación de mercado*, 57 (6), págs. 837-854.
- Bell, J. (2017). Realización de su proyecto de investigación: una guía por primera vez. *Investigadores en Educación y Ciencias Sociales*. (3er ed.) Milton Keynes, Prensa Universitaria Abierta. <http://www.revistaeducacion.educacion.es/re356/re356.pdf>
- Berumen, S. A. (2006). *Competitividad y desarrollo local en la economía global*. ESIC Editorial.
- Bierut, B. K., & Kuziemska-Pawlak, K. (2017). Competitiveness and export performance of CEE countries. *Eastern European Economics*, 55(6), 522-542.
- Bignetti, L. (2014) El proceso de innovación en empresas intensivas en conocimiento. *Revista de Administración Contemporánea - Scielo*, v. 6, no. 3, pág. 33-53.
- Blyde, J. S. (2014): *Fábricas sincronizadas - América Latina y el Caribe en la era de las cadenas de valor mundiales*, Informe especial sobre integración y comercio, Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

- Briceño (2013), Ejes y modelos en la etapa actual de la integración económica regional en América Latina. Estudios Internacionales. Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile, no. 175: 9-39.
- Brown, L. D. (2015). Managing conflict at organizational interfaces. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bryman, A. y Bell, E. (2011). Métodos de investigación empresarial. 3 ed. Nueva York: Oxford Prensa Universitaria.
- Bowen, GA (2019). El análisis de documentos como método de investigación cualitativa. Revista de investigación cualitativa, 9 (2), 27-40. doi: 10.3316 / QRJ0902027
- Cajavilca Lagos, W. O. (2019). *Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017*.
- Carbajal, G. (2018) Consulting report-Creditex SAA-go to market for the apparel division.
- Carlucci, D., Marr, B. y Schiuma, G. (2016). La cadena de valor del conocimiento: cómo afecta el capital intelectual al rendimiento empresarial. Revista Internacional de Gestión de Tecnología, 27 (6/7), 575-90.
- Carrillo, F. (2006). De la organización del conocimiento a la sociedad del conocimiento. Revista *Semana Internacional de la Gestión del conocimiento*. Memorias Semana Internacional de la Gestión del Conocimiento. Barranquilla, Colombia.
- CEPAL Anuario estadístico de América Latina y el Caribe 2013. Santiago: CEPAL, 2020. Disponible en: <<http://www.cepal.org/>>.
- Charter, M & Clark, T, (2017). Innovación sostenible. Centro de Diseño Sostenible. Reino Unido.
- Chauvel, D., Despres, C., (2000). Horizontes del conocimiento. Butterworth Heinemann. ISBN0-7506-7247-1.
- Chesbrough, H. W. (2013). Innovación abierta. El nuevo imperativo para crear y sacar provecho de la tecnología. Prensa de la Escuela de Negocios de Harvard. Boston MA

- Chuqui, J. (2017). Ventaja Competitiva de diferenciación y el posicionamiento de mercado de la corporación textil http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/12088/chuqui_mj.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chura Lucar, R. G. A. (2020). *El financiamiento de la Cadena de Suministro y el desempeño exportador en las empresas del sector agroexportador del Perú, 2019*.
- Cohen, W. M. y Levinthal, D.A. (2010) Capacidad de absorción: Una nueva perspectiva sobre el aprendizaje y la innovación. *Ciencia Administrativa Trimestral*, vol. 35, N ° 1, Asunto: Tecnología, Organizaciones e Innovación. (Mar., 1990), págs.128-152
- Collis, J. y Hussey, R. (2014). *Investigación de negocios*. 4ª ed. Londres: Palgrave Macmillan.
- Comex Perú, (2020). <https://dialogochino.net/es/comercio-y-inversiones-es/29018-los-desafios-de-un-acuerdo-de-comercio-peru-china-optimizado/>
- Coombs R., R. Hull (2006), Prácticas de gestión del conocimiento y dependencia de la trayectoria en innovación, *Política de investigación* 27, 237-253.
- Cotton Incorporated (s.f.). *El Arte del Tejido de Punto*. Cottonworks. <https://www.cottonworks.com/en/topics/en-espanol/procesos-de-algodon/el-arte-del-tejido-de-punto/>
- Dagnino, J. (2014). Coeficiente de correlacion lineal de pearson. *Chil Anest*, 43(1), 150-153. https://www.sachile.cl/upfiles/revistas/54e63a1a778ff_15_correlacion-2-2014_edit.pdf
- Davenport T.H., L. Prusak (2008), *Conocimiento práctico*, Harvard Business School Press, Bostón
- Davis, T., Maggie, C. y Neil, F. (2017). *Evaluación del talento, una nueva estrategia para la gestión del conocimiento* Gower, Estados Unidos
- Díaz, D., Armas, M., & Valladares, I. (2005). GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU IMPORTANCIA EN LAS ORGANIZACIONES. *Ingeniería Industrial*, 26.

- Dima, I. C., Grabara, J., & Modrak, V. (2014). *Sustainable Logistics and Business Competitiveness*. International Letters of Social and Humanistic Sciences; SciPress Ltd. <https://doi.org/10.18052/www.scipress.com/ILSHS.26.148>
- Drucker P. (2007). *Innovación y emprender el turismo*. Elsevier, Butterworth-Heinemann, Burlington, Mass, EE. UU., Clásico Colección
- Earl, L. (2010) *¿Estamos gestionando nuestro conocimiento? La experiencia canadiense. Medir la gestión del conocimiento en el sector empresarial*. OCDE, ministro de industria, Canadá.
- Eccles, R.G., Loannou, I., y Serafeim, G. (2012). *El impacto de una cultura sostenible sobre el comportamiento y rendimiento de una organización*, documento de trabajo 17950, documento de trabajo de la Oficina Nacional de Investigaciones Económicas Serie, Cambridge, Massachusetts, marzo
- Edler, J. (2015), *La gestión del conocimiento en la industria alemana. Medir el conocimiento gestión en el sector empresarial*. OCDE, ministro de industria, Canadá.
- El cálculo de la muestra fue realizado a través de SSPropor (<https://www.openepi.com/SampleSize/SSPropor.htm>)
- Escobar Castillo, A., Velandia Pacheco, G., & Navarro Manotas, E. (2018). *Gestión del conocimiento y competitividad en las cooperativas con sección de ahorro y crédito*. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 127. Recuperado de: <https://doi.org/10.5209/REVE.59769>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). *Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política*. *Revista de la CEPAL*.
- Esty D. C. y Winston A. S., (2016). *Verde a dorado*. Yale University Press, New Haven y Londres, 2006.
- Ezekiel Emanuel (2019) *¿Qué hace que la investigación clínica sea ética? Siete requisitos éticos*. Obtenido de https://www.bioeticacs.org/iceb/seleccion_temas/investigacionEnsayosClinicos/Emanuel_Siete_Requisitos_Eticos.pdf

- Fajnzylber, F. (1988). *Competitividad internacional: Evolución y lecciones*.
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/11714>
- García, J. M., Álvarez, L. (2015). *Industria Textil y Confecciones*. San Isidro, Lima: Ministerio de la Producción
- García Ochoa, J., León Lara, J. y Nuño De La Parra, J. (2017). Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial. *Contaduría y Administración*, N°3, Vol.62, pp.775-791:
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2017.04.003>
- Gates, B. (1999). *Bill Gates: Los negocios en la era digital*. New Media Spanish Language
- Ghemawat, P. (2007) *Estrategia y escenario empresarial: Textos y Casos*. Porto Alegre: Bo-okman.
- Gil Martínez, Cristina (2018). *Regresión Lineal Múltiple*.
https://github.com/CristinaGil/Ciencia-de-Datos-R/blob/master/PDF/Regresion_lineal_multiple.pdf
- Glasmeyer, A.K. y Leichenko, R.M. (2012), De la libre retórica del mercado a la realidad del libre mercado: el futuro de la economía en una era de globalización, *Revista internacional de Investigación Urbana y Regional*, vol. 20, págs. 601-15
- González Macías, C., Guerrero, R., & Aréchiga, J. (2019). *Gestión del conocimiento enfocado a la competitividad en Empresas Familiares Turísticas (EFT) de Guanajuato, México*. 2019, 13-34.
<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2019.n13.0>
- Goodrick, (2017). " Estudios de caso comparativos: Resúmenes metodológicos - Evaluación de impacto No. 9 ", Papers innpub754, Resúmenes metodológicos.
- Gómez (2016). *Análisis de datos cuantitativos*. Fedumar Pedagogía Y Educación, 3(1).
<http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/fedumar/article/view/1122>

- Gómez Hernández, M. (2009). *Desarrollo de un modelo de evaluación de la gestión del conocimiento en empresas de manufactura* [Phd, E.T.S.I. Industriales (UPM)]. <http://oa.upm.es/5972/>
- Gordon H. y Robertson R., (2007). China and the Manufacturing Exports of Other Developing Países [en línea] <http://www.nber.org/books_in_progress/china07/cwt07/hanson.pdf>
- Hamel, G.; Prahalad, C.K (2012). *Competir por el futuro: estrategias innovadoras para obtener el control de su industria y crear los mercados del mañana*. 13ª ed. Río de Janeiro: Campus.
- Hatten, K. y Hatten, M. (2016): “Strategic groups , barriers and contestability”. *Strategic Management Journal*, vol. 8, n. 4, pp. 329-342.
- Hautamäki, A. (2010). *Innovación sustentable. Una nueva era de Innovación y política de innovación de Finlandia*. Sitra (Fondo de Innovación de Finlandia) Informes 87. Helsinki, Finlandia.
- Hayes, R.H.; Upton, D.; Pisano, G. (2016) *Producción, estrategia y tecnología: en busca de ventaja competitiva*. Bookman.
- Hax y Majluf (2017) *Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas*. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/7073/6758/>
- Heimen, S. J. y Colleen, O. N. (2014). *Gestión del conocimiento para maximizar el rendimiento: publicado en línea en wiley interscience*. www.intersciencewiley.com.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri Roberto. *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill- educación, 2018.
- Heizer, J.H.; Render, B. (2014) *Administración de operaciones: bienes y servicios*. LTC

- Hont, Istvan. (2012). Celos del comercio: competencia internacional y el estado-nación en perspectiva histórica. Cambridge: Cambridge University Press.
- Horn, R., (2015). Investigación y redacción de disertaciones. Una guía completa para empresas y estudios de gestión. Londres: Chartered Institute of Personnel and Development.
- INEI, (2020). Estado de la población Peruana. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1743/Libro.pdf
- INEI (2021). Informe técnico, producción nacional. N°5 mayo 2021. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/05-informe-tecnico-produccion-nacional-mar-2021.pdf>
- Ivancevich y Lorenzi (2015). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. <https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf>
- Jantarajaturapath, P., Imsuwan, T., & Wongsim, M. (2016). Knowledge management, organizational innovativeness, business competitiveness and potential operations of electric and electronics businesses in Thailand. *Journal of Business and Retail Management Research*, Volume 11(Issue 1). <http://jbrmr.com/details&cid=242>
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493-511.
- Kelm, M.S. (2015) La innovación como estrategia competitiva para las organizaciones: un ensayo teórico. *Revista de administración IMED, Passo Fundo, RS*, v. 4, no. 3, pág. 274-285.
- Krugman, (2012), rendimientos crecientes, competencia monopolística y Comercio Internacional, *Revista de Economía internacional*, vol. 9, págs. 469-79.
- Krugman, Paul R. (2006), *Economía Internacional: teoría y política*, Madrid.
- Laguna Inocente, R., Orozco Ávalos, Álvaro, Piedra Habrahamshon, K., & Olarte Melchor, G. (2020). Análisis de las exportaciones del sector textil

- peruano. *ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO*, 3(1), 32-49.
<https://doi.org/10.24265/raef.2020.v3n1.20>
- Lawler, E. E. (2018). *Talento: Hacer de las personas su ventaja competitiva*. San Francisco: Jossey-Bass
- Lee, V. H., Foo, A. T. L., Leong, L. Y., & Ooi, K. B. (2016). Can competitive advantage be achieved through knowledge management? A case study on SMEs. *Expert Systems with Applications*, 65, 136-151.
- Leichenko, R.M. (2010), Exportaciones, empleo y Producción: una evaluación causal de los estados y regiones de EE. UU. *Geografía económica*, vol. 76, no. 4, págs.303-25
- Lewis, R. E. y Heckman, R. J. (2016). Gestión del conocimiento: una revisión crítica. *Revisión de la gestión de recursos humanos*, 16 (2), 139-154.
- Lindgren, J. Ralph. (1973). *La filosofía social de Adam Smith*. La Haya: Martinus Nijhoff.
- Liu, Gloria. (2018). *Inventando la mano invisible: Adam Smith e ideas económicas en Política Americana, 1776 al presente*. Ph.D. inédito Disertación, Departamento de Ciencias Políticas, Universidad de Stanford
- Loarte, J. P., Atúncar, C. Q., Caballero, M. L., & Ramos, M. B. (2005). POSICIÓN COMPETITIVA Y MODELO PRODUCTIVO EN EL PERÚ. *Industrial Data*, 8(2), 042-051. <https://doi.org/10.15381/idata.v8i2.6183>
- Lozano, R. (2015). Una perspectiva holística de las empresas impulsores de la sostenibilidad. *Responsabilidad Social Corporativa y Gestión medioambiental*, 22 (1), 32-44.
- Macas, Angel Aurelio Morocho, Carchi, Sonia Marlene Bonilla, Valencia, Hugo Javier Ordoñez, Urgiles, Cristian Danilo Urgiles (2019). Gestión del Conocimiento en las organizaciones una visión sistémica conceptual. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informacão*; Lousada N° E21 (Jul 2019): 327-340.
<https://search.proquest.com/openview/79375ff0d1508d97a8957d3234a0d319/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

- Machado D. C.L.; Barbosa, S. (2017) Estrategia, factores de competitividad y contexto de referencia de las organizaciones: un análisis arquetípico. *Revista de Administración Contemporánea*, vol. 6, no. 3, pág. 7-32.
- Marina Textil (s.f.). *Tejido de Punto y Tejido no tejido*. <https://marinatextil.com/es/tejidos-tecnicos/tejido-de-punto-y-no-tejido>
- Martínez, D. L. (2021). *Estrategias para la comercialización de productos agropecuarios en el Distrito de Turbo, a partir de la vigilancia tecnológica*. [Monografía]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/44572>.
- Mathur, S. (2014): "How firms Compete: a new Classification of Generic Strategies". *Journal of General Management*, vol.14, pp.30-60.
- McLean, (2006). *Adam Smith, Radical e igualitario: una interpretación del siglo veintiuno*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Milgate, Murray y Shannon Stimson. (2017). *Después de Adam Smith: un siglo de Transformación en Política y Economía Política*. Princeton, Nueva Jersey: Princeton Prensa Universitaria.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (s.f.). <https://www.gob.pe/mincetur>
- Mohamad, M. R., & Mat Zin, N. (2019). Knowledge management and the competitiveness of small construction firms: Innovation as mediator. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 29(5), 534-550.: <https://doi.org/10.1108/CR-03-2018-0027>
- Monroe, K. (2003) *Precios Tomando decisiones rentables*. 3er. Edición, Mc Graw Hill Irwin, edición internacional.
- Myrdal, G. (2011), *Teoría económica y subdesarrollado de las regiones*, Duckworth, Londres.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (2015). *La empresa creadora de conocimiento*. Nueva York: Oxford Prensa Universitaria
- Nonaka, & Takeuchi. (1999). *La Organización Creadora de Conocimiento*. Oxford University Press.

- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-creating company. How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York, EE. UU: Oxford University Press.
- North, D. C. (2016) Teoría de la ubicación y economía regional en crecimiento. *Revista de Economía Política* vol. 63, no. 3, págs. 243-58
- Lucero Ortiz, A., Gómez, M., & Carlos Rodríguez, J. (2018). Competitividad de la industria textil y de la confección en México 1990-2015. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 13(2).
- Papadopoulos, N., & Martín, O. M. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review*, 19(4), 388-406.
- Park, J. y Park, M., (2016). Métodos de investigación cualitativos versus cuantitativos: descubrimiento ¿o Justificación? *Journal of Marketing Thought*, 3 (1), págs. págs. 1-7
- Peláez Gómez, M. (2018a). *Importancia de la Gestión del Conocimiento para la continuidad y competitividad de las empresas familiares, en etapa de madurez, en Lima Metropolitana* [Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://doi.org/10.19083/tesis/624776>
- Pérez, S. (2017). Sector textil en problemas por dumping. *Diario La República*
- Peris, F., Fernández, R. y Tarazona, F. (2015): *Curso de dirección y organización de empresas*. Editorial Tirant lo Blanch, Valencia-España.
- Perrotta, Cosimo (2015). *Producción y trabajo productivo en el mercantilismo y la Ilustración*. Congedo editor, Galatina.
- Porter, M. E (1996). *Estrategia competitiva*. 7. ed. Río de Janeiro: Campus.
- Porter, M. (2008) Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, N°1, Vol. 86, pp. 58-77. Recuperado de: https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-michael_porter-libre.pdf

- Porter, M.E. (2004) *Ventaja competitiva: crear y mantener un rendimiento superior*. 26. ed. Río de Janeiro: Elsevier.
- Porter, M.E. y Kramer M.R. (2006). Estrategia y sociedad. Vínculo entre ventaja competitiva y Responsabilidad social. *Harvard Business Review*, Diciembre (2006) Pags. 72-87. Escuela de Negocios de Harvard Corporación Editorial.
- Probst, T., Carnevale, P.J. y H.C. Triandis. (2016). Valores culturales en intergrupo y dilemas sociales de un solo grupo. *Comportamiento organizacional y procesos de decisión humana*. (3), 171-191.
- Qué es el análisis descriptivo (2022). Questionpro. <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-descriptivo/>
- Quinlan, C., (2019). *Métodos de investigación empresarial*. Dublín: Cengage Learning.
- Ramírez Molina, R. I., & Ampudia Sjogreen, D. M. (2018). Factores de competitividad empresarial en el sector comercial.
- Reig, E., Mas, M., Paluzie, E., Pons, J., Quesada, J., Robledo, J. C., & Tirado, D. A. (2000). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. 21.
- Reina, M. R. B., & Pedraza-Nájar, X. L. (2018). La gestión del conocimiento y su aporte a la competitividad en las organizaciones: Revisión sistemática de literatura. *SIGNOS - Investigación en sistemas de gestión*, 10(2), 175-191. Recuperado de: <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2018.0002.10>
- Reig, E., Mas, M., Paluzie, E., Pons, J., Quesada, J., Robledo, J. C., & Tirado, D. A. (2000). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. 21.
- Rodríguez Jaume, M. J., & Mora Catalá, R. (2001). *Estadística informática: casos y ejemplos con el SPSS*. Publicaciones de la Universidad de Alicante. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/8143/1/Regresion%20MUTIPLE.pdf>
- Rua, O., França, A., & Ortiz, R. F. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*.

- Saavedra García, M. L., Milla Toro, S., & Sánchez, B. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*, 2. : <https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>
- Sánchez, R. (2015). Procesos culturales e identidad étnica en Perú y Ecuador, Allpanchis, vol. II, n.º 43-44, Sicuani (Cusco).
- Scarborough, H., Swan. J., Preston. J. (2014), Problemas en la gestión de personas, conocimiento administración. Una revisión de la literatura, instituto de personal y desarrollo.
- Schein, E. H., (2009). Liderazgo y cultura organizacional: Una vista dinámica. 2ª ed. Jossey-Bass, San Francisco
- Schumpeter J. A. (1934). La teoría del Desarrollo Económico. Prensa de la Universidad de Harvard. Cambridge.
- Serpa, D.A.F.; Avila, (2006). Efectos de la responsabilidad social empresarial en la percepción del consumidor sobre el precio y el valor: un estudio experimental. Reunión De La Asociación Nacional De Posgrado E Investigación En Administración - Enanpad, v. 30.
- Smith, Adam (2011) La Riqueza De Las Naciones: Libros I – II - III y selección d los libros IV y V. Alianza Editorial. 9788420650968.
- Soler Cárdenas, Silvio Faustino, & Soler Pons, Lisbet. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 34(1), 01-06. Recuperado en 29 de mayo de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242012000100001&lng=es&tlng=es.
- Soniewicki, M., & Szymkowiak, M. (2017). KNOWLEDGE MANAGEMENT AND COMPETITIVENESS OF MANUFACTURING COMPANIES. *GLOBAL ECONOMY AND GOVERNANCE*, 112.
- Soros (2015). Reflexiones sobre la globalización. Obtenido de <https://elcultural.com/Globalizacion>

- Stal, E. (2017) La innovación como palanca de internacionalización: el caso Microsiga. En: BER-NARDES, R. (ed.). Innovación en servicios intensivos en conocimiento. São Paulo: Sarai-va. p. 387-409.
- Steinweg, S. (2015). Gestión sistemática del conocimiento: utilice las habilidades de forma estratégica. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Stewart, Dugald. 1793 [1982]. Relato de la vida y los escritos de Adam Smith, LL.D The Transactions of the Royal Society of Edinburgh (editado por I.S. Ross)
- SUNAT (2020) Estadísticas de Comercio Exterior
- Sundbo, Sorensen & Fuglsang (2016) Innovación en el sector de la experiencia. En: J. Sundbo y F. Sorensen (Eds.), Manual sobre la economía de la experiencia (págs. 228-247). Cheltenham: Edward Elgar
- Surinach, Jordi, Manuel Artis y Enrique Lopez, (2015), Análisis económico regional: nociones básicas de la teoría de la cointegración, España, Antoni Bosch.
- Sveiby, K.-E. (2001). A Knowledge-based Theory of the Firm to guide Strategy Formulation. *Journal of Intellectual Capital*, 2, 15. <https://doi.org/10.1108/14691930110409651>
- Teece, D. J., Pisano, G. y Shuen, A. (2015). Capacidades dinámicas y administración estratégica. *Revista de gestión estratégica*, 18 (7), 509-533.
- Tidd, J. y Bessant, J. (2008). Integración del cambio tecnológico, de mercado y organizativo (4ª ed.). Estados Unidos: Gestión de la innovación.
- Vasconcelos, F.C.; Cyrino, A. B. (2018) Ventaja competitiva: modelos teóricos actuales. *RAE*, v. 40, no. 4, pág. 21.
- Vila, A., Sedano, M., López, A., & Juan, A. (2004). Correlación lineal y análisis de regresión. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37985300/RegresionLineal-with-cover-page-2.pdf?Expires=1668673616&Signature=OMSYo4syBSqvS8m-rqn-IY7R5l0wwmSPIOkXupnSS7F68XQQdM8YlH2ea6dZfFbINZ0v9clG77lJrMDLKxqCEfgNEn2IsGfHxxRCcZYrXsnbkNSIkCY02EwkOfrs7Ba2ZzJwruzyQ~pYCQdygC06WtHRInVM3GZIU2Z0BT8uZ5ZNUXTxF1qq3QC>

quc71NIuLx18zDixzmUFLUEHL5aXeGHMCALu~OVIeiHCZTuqI5a1aQ
 MZsvnW8Ei4FRhULV6bfw8vMZGzO5PZXLUeSfzj-
 C~fWfWJeUSSTUU0vf0S7EiRCY0vl2GZCL1XX6McGf~WXG3Dbsyb5T
 cW07x9nNbQ6A__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Wallace, M. (2016) Investigación de acción para profesores de idiomas. Cambridge, Prensa de la Universidad de Cambridge. <https://cvc.cervantes.es/literatura/esedll/pdf/02/08.pdf>
- Wiig, K.M. (2010), Gestión del conocimiento: ¿De dónde vino y adónde irá?, Sistemas expertos con aplicaciones 13, No. 1, 1-14
- Willard, B. (2002). La ventaja de la sostenibilidad: Beneficios del caso de negocio de un triple resultado. Gabriola, B.C.: Editorial de la Nueva Sociedad
- Your ultimate guide to quantitative research [Su guía definitiva para la investigación cuantitativa]. (2022). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/experience-management/research/quantitative-research/?rid=ip&prevsite=es&newsite=en&geo=PE&geomatch=en>
- Zack, M.H., (2003). Repensar la organización basada en el conocimiento. MT Sloan Revisión de gestión. Verano de 2003 págs. 67-70.
- Zeithaml, V.A. (2010) Percepciones de los consumidores sobre el precio, la calidad y el valor: un modelo de medios y fines y síntesis de pruebas. Journal of Marketing, Vol. 52. p.2-22.
- Zott, C. (2015). Capacidades dinámicas y el surgimiento del desempeño diferencial de la empresa dentro de la industria: Insights de un estudio de simulación. Revista de gestión estratégica, 24 (2), 116-123.

ANEXOS

Anexo 1: Declaración de Autenticidad

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

ESCUELA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO

DECLARACIÓN DEL GRADUANDO

Por el presente, el graduando:

ORTEGA MENESES, MARIELA BEATRIZ

En condición de egresado del Programa de Posgrado:

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBALES

Deja constancia que ha elaborado la tesis intitulada:

La Competitividad Empresarial y la Gestión del Conocimiento en el Desempeño Exportador de empresas textiles en el Perú

Declara que el presente trabajo de tesis ha sido elaborado por el mismo y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso o similar) presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica, de investigación, profesional o similar.

Deja constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no ha asumido como suyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de la internet.

Asimismo, ratifica que es plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asume la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y es consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, el graduando se somete a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y los dispositivos legales vigentes.

Mariela Ortega

Firma de graduando

Fecha, **27 noviembre 2021**

Anexo 2. Instrumento

Presentación

Nos dirigimos a Vd. para solicitar su colaboración en un proyecto de investigación sobre la Competitividad Empresarial y la Gestión del Conocimiento en el Desempeño Exportador de las empresas exportadoras de prendas de vestir en tejido de punto. A grandes rasgos se trata de determinar cuál es la relación entre estas tres variables, evaluando cada una de sus dimensiones.

El cuestionario es anónimo, se hará mención exclusivamente al sector, tamaño de empresa y antigüedad en el mercado. El tiempo para llevarlo a cabo será aproximadamente de unos 15 minutos. Sólo debe marcar del 1 al 5 la opción que más se ajuste a su empresa, siendo 1= Totalmente en desacuerdo; 2= en desacuerdo; 3= ni en desacuerdo ni de acuerdo; 4= de acuerdo; 5=Totalmente de acuerdo.

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
1	La organización tiene mecanismos para adquirir conocimiento de diferentes fuentes como empleados, clientes, socios comerciales y competidores					
2	La organización tiene mecanismos para crear conocimientos de diferentes fuentes como empleados, clientes, socios comerciales y competidores.					
3	La organización cuenta con procesos para el intercambio de ideas y conocimientos entre individuos y grupos					
4	La organización fomenta con procesos para el intercambio de ideas y conocimientos entre individuos y grupos					
5	La organización recompensa a los empleados por sus nuevas ideas y conocimientos.					
6	La organización tiene mecanismos para crear nuevos conocimientos a partir de los conocimientos existentes y utiliza lecciones aprendidas y mejores prácticas de proyectos para mejorar proyectos sucesivos					
7	La organización responde a las ideas de los empleados y las documenta para un mayor desarrollo.					
8	La organización cuenta con mecanismos para absorber conocimientos de los empleados					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
9	La organización cuenta con mecanismos para transferir conocimientos de los empleados					
10	La organización cuenta con mecanismos para convertir el conocimiento en planes de acción y diseño de nuevos productos y servicios					
11	La organización cuenta con políticas que permiten a los empleados presentar nuevas ideas y conocimientos sin miedo y ridículo.					
12	La organización muestra nuevas ideas de los empleados al resto del personal.					
13	La organización tiene una política para revisar el conocimiento de forma regular.					
14	Los empleados tienen la tarea especial de mantener conocimientos actualizados.					
15	La organización cuenta con mecanismos de filtrado, listado cruzado e integración de diferentes fuentes y tipos de conocimiento					
16	La organización brinda retroalimentación a los empleados sobre sus ideas y conocimientos.					
17	La organización tiene procesos para aplicar el conocimiento aprendido de las experiencias y empareja las fuentes de conocimiento a problemas y desafíos.					
18	La organización utiliza bases de datos, repositorios y aplicaciones de tecnología de la información para almacenar conocimiento para un fácil acceso por parte de todos los empleados.					
19	La organización utiliza varios dispositivos escritos, como boletines y manuales, para almacenar el conocimiento que fue capturado por los empleados					
20	La organización tiene diferentes publicaciones para mostrar el conocimiento capturado.					
21	La organización tiene mecanismos para patentar y aplicar derechos de autor sobre nuevos conocimientos.					
22	La organización tiene conocimiento (por ejemplo, a través de Intranets, Internet, etc.) en una forma fácilmente accesible a los empleados que lo necesitan.					
23	La organización envía informes oportunos con los conocimientos recogidos a los empleados, clientes y otras organizaciones importantes.					
24	La organización tiene bibliotecas, centros de recursos y otros foros para mostrar y difundir conocimientos.					
25	La organización realiza simposios, exposiciones, conferencias y sesiones de capacitación regulares para compartir conocimientos.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
26	La organización tiene diferentes métodos para que los empleados desarrollen aún más sus conocimientos y los apliquen a nuevas situaciones					
27	La organización tiene mecanismos para proteger el conocimiento del uso inadecuado o ilegal dentro y fuera de la organización					
28	La organización aplica el conocimiento a las necesidades competitivas críticas y vincula rápidamente las fuentes de conocimiento en resolución de problemas					
29	La organización tiene métodos para analizar y evaluar críticamente el conocimiento para generar nuevos patrones y conocimiento para uso futuro					
1	La empresa ha realizado un proceso de planeación estratégica en los dos últimos años					
2	La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por quienes deben ejecutarla					
3	La empresa tiene como política involucrar a las personas responsables en su ejecución y cumplimiento					
4	La planeación estratégica es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento					
5	Se definen los objetivos tomando en cuenta que sean medibles y que se cumplan en un plazo definido					
6	Al planear se desarrolla un análisis que considere las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y su mercado (FODA)					
7	Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando los nuevos cambios que pudieran ser introducidos en este					
8	Al analizar el desempeño de su empresa utiliza la técnica de compararse con el líder del sector (Benchmarking)					
9	El personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos					
10	Se cuenta con un plan o instructivo de implementación de las estrategias de la empresa					
11	Se asignan los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa					
12	El proceso de producción es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos					
13	La empresa formula un programa de adquisición de maquinaria y tecnología.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
14	El proceso de producción es suficientemente flexible para admitir cambios en los productos					
15	La planeación de la producción está basada en los pedidos futuros que se esperan					
16	Existen medidas de control para el flujo de la producción desde la recepción de los materiales hasta la entrega de los productos terminados					
17	La empresa evalúa con frecuencia la posibilidad de procesar su materia prima o componentes con el fin de disminuir sus costos (integración vertical o subcontratación)					
18	La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel internacional, en calidad y precio					
19	La empresa tiene registrado todos los tiempos de los procesos de producción					
20	La empresa conoce la capacidad total de producción de su maquinaria y equipo por cada línea de producción					
21	La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción actual					
22	Se realiza y registra con frecuencia el mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria					
23	La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos importantes					
24	Los operarios de los equipos participan en su mantenimiento					
25	La empresa establece como política un programa de mantenimiento preventivo					
26	La empresa se asegura de que la maquinaria sea utilizada de manera óptima con el fin de mejorar su rendimiento					
27	La empresa dispone de un seguro contra incendio, así como de la indemnización adecuada.					
28	La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera muy importante para su supervivencia					
29	Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas.					
30	Existe un proceso formal de investigación de procesos de producción					
31	La empresa se preocupa por investigar sobre nuevas tecnologías que puede aplicar en su proceso productivo.					
32	La empresa tiene un programa de adquisición de maquinaria, equipo y tecnología.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
33	La empresa tiene un programa de modernización de sus procesos de producción.					
34	Se planifica la compra de materias primas, materiales y repuestos.					
35	Existe un sistema de abastecimiento flexible y adaptable a la producción.					
36	La empresa tiene un plan de contingencia para proveerse de materias primas.					
37	El criterio principal para seleccionar proveedores de materia prima y materiales es la calidad.					
38	Se coordina con los proveedores los plazos de entrega en materias primas para no incurrir en faltantes.					
39	Se cuida que los inventarios mantengan un nivel óptimo para evitar las pérdidas originadas por su deficiente manejo.					
40	El almacenamiento y control de inventarios es eficiente para garantizar un adecuado nivel de materiales disponibles.					
41	Se compara el inventario físico de materia prima, materiales y productos terminados con el inventario llevado en el kardex (tarjetas o electrónico).					
42	La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra la distribución del producto terminado.					
43	La infraestructura e instalaciones de nuestra planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.					
44	La gerencia impulsa programas de calidad para los empleados.					
45	La gerencia y capacita a los empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.					
46	Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas					
47	Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas por el sector.					
48	El sistema de calidad identifica las necesidades del cliente y trata de adaptar su producto y servicio a las mismas.					
49	El sistema de calidad controla, identifica y mide los defectos en el proceso productivo implementando acciones correctivas.					
50	Existen especificaciones técnicas para la selección de materias primas.					
51	Los resultados de las pruebas e inspecciones se documentan a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
52	La empresa genera un plan anual de exportaciones escrito y detallado.					
53	La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo para la exportación.					
54	Los precios de venta están determinados con base a sus costos totales.					
55	La empresa diseña sus productos para la exportación en forma diferente a como se diseña para el mercado local.					
56	La empresa cumple las normas de calidad y de identificación (rotulación) que deben cumplir sus productos de exportación.					
57	El área responsable del desarrollo de nuevos productos cuenta con recursos necesarios para realizar su trabajo.					
58	La empresa tiene procedimientos para explotar nuevos mercados de exportación.					
59	En los últimos dos años, las exportaciones han generado un porcentaje importante de utilidades.					
60	La empresa tiene conocimiento de sus competidores en su mercado de exportación.					
61	La empresa hace un seguimiento a sus exportaciones para medir el nivel de satisfacción del cliente.					
62	Se dispone de catálogos de productos, folletos publicitarios y especificaciones técnicas para el mercado de exportación (preferiblemente en inglés o en el idioma del mercado de destino).					
63	El personal que tiene contacto con el cliente tiene suficiente autonomía para resolver las necesidades del cliente.					
64	La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente.					
65	La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.					
66	La empresa conoce el manejo de la distribución física internacional					
67	La empresa cumple con los tiempos de entrega al cliente internacional.					
68	La empresa toma las precauciones suficientes para evitar la introducción de drogas ilícitas en su mercancía de exportación.					
69	La empresa conoce las condiciones del sector que le permiten negociar con el cliente.					
70	La empresa ha participado en misiones comerciales a otros países.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
71	La empresa ha participado como observador en ferias internacionales (relacionadas con el negocio) en los últimos dos años.					
72	El sistema de contabilidad y costos provee información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.					
73	La Gerencia General recibe los informes de resultados contables en los 10 primeros días del mes siguiente.					
74	Periódicamente (quincenal, mensualmente) se preparan reportes de cuentas por cobrar, organizados de acuerdo con su antigüedad.					
75	La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios.					
76	Existe un sistema claro para definir los costos de la empresa dependiendo de las características de los productos y de los procesos.					
77	El sistema de costos puede costear rápidamente pedidos para el mercado nacional o internacional, con base en datos confiables.					
78	La empresa realiza con frecuencia presupuestos, de ingresos y egresos flujos de caja y los analiza.					
79	La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de producto.					
80	Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestados, y se analizan las variaciones.					
81	La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones en maquinaria y equipo.					
82	El registro formal de la sociedad y sus modificaciones se encuentran al día y archivadas.					
83	Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la Cámara empresarial respectiva.					
84	Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.					
85	La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias.					
86	La empresa conoce los montos aproximados por pagar en el período gravable de los diferentes impuestos.					
87	La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.					
88	La empresa tiene políticas y manuales de procedimientos escritos.					
89	Existe una junta directiva que lidera la empresa.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
90	La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes.					
91	La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y al personal nuevo se le proporciona una inducción.					
92	Las habilidades personales constituyen criterios claves para establecer una escala remunerativa y promover al personal.					
93	Existe una buena comunicación oral y escrita a través de los diferentes niveles de la empresa.					
94	La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.					
95	El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa.					
96	La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.					
97	La empresa realiza actividades sociales, recreativas y deportivas y busca vincular a la familia del trabajador en estos eventos.					
98	La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).					
99	La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.					
100	La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo y los documenta.					
101	La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.					
102	En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.					
103	La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.					
104	La cultura y la estrategia de la compañía involucran aspectos, impactos y riesgos ambientales.					
105	La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares pre-acordados.					
106	La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos y servicios.					
107	Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones ambientales.					
108	Se definen y documentan las tareas que aseguren el cumplimiento de las regulaciones ambientales.					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
109	La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos.					
110	La empresa ha medido la cuantía del desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.					
111	El sistema de información de la empresa satisface los requerimientos de información en forma oportuna y confiable.					
112	La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.					
113	El diseño del sistema responde a las necesidades de información de la empresa					
114	Se generan y archivan adecuadamente los documentos de soporte (órdenes de producción entradas y salidas de almacén, comprobantes de egresos, recibos de caja, facturas, etc.) en las diferentes áreas de la empresa.					
115	La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación.					
116	Como política la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo (back-ups) de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.					
117	Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico o fallas en el equipo de proceso.					
118	La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.					
119	La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de toma de decisiones.					
120	La empresa ha tenido un crecimiento continuo en su nivel de ventas					
121	La empresa se ha expandido estratégicamente a nuevos mercados en los últimos años					
122	La empresa ha incrementado su rentabilidad de manera constante					
123	La empresa alcanza el margen de utilidad proyectado					
124	El ingreso por la venta de nuevos productos está acorde a lo que se proyecta					
125	Sus clientes importadores son leales a su empresa					

PREGUNTAS		ALTERNATIVAS				
N.º	Ítem(s)	1	2	3	4	5
126	La empresa mantiene una relación sólida con sus clientes del exterior					
127	Todos los clientes del exterior se sienten satisfechos con los productos que reciben					

Anexo 3.

RESULTADOS PRUEBA 100 CASOS - ESTADISTICA DESCRIPTIVA POR VARIABLES

TEMAS TRATADOS EN LA INVESTIGACION	PROMEDIO	MEDIANA	MODA	DESV STD	COEF VAR (%)	CASOS
a1. La organización tiene mecanismos para ADQUIRIR conocimiento de diferentes fuentes como empleados, clientes, socios comerciales y competidores	3.9	4.0	5.0	1.15	30%	100.0
a2. La organización tiene mecanismos para CREAR conocimientos de diferentes fuentes como empleados, clientes, socios comerciales y competidores.	3.7	4.0	4.0	0.96	26%	100.0
a3. La organización cuenta con procesos para el INTERCAMBIO de ideas y conocimientos entre individuos y grupos	3.9	4.0	4.0	1.08	28%	100.0
a4. La organización fomenta con procesos para el INTERCAMBIO de ideas y	3.8	4.0	4.0	0.85	22%	100.0

conocimientos entre individuos y grupos						
a5. La organización recompensa a los empleados por sus nuevas ideas y conocimientos.	3.3	3.0	3.0	1.02	31%	100.0
a6. La organización tiene mecanismos para CREAR nuevos conocimientos a partir de los conocimientos existentes y utiliza lecciones aprendidas y mejores prácticas de proyectos para mejorar proyectos sucesivos	3.8	4.0	4.0	1.07	28%	100.0
a7. La organización responde a las ideas de los empleados y las documenta para un mayor desarrollo.	3.3	3.0	3.0	1.07	33%	100.0
a8. La organización cuenta con mecanismos para absorber conocimientos de los empleados	3.5	3.0	2.0	1.15	33%	100.0
a9. La organización cuenta con mecanismos para transferir conocimientos de los empleados	3.4	3.0	3.0	0.89	26%	100.0
a10. La organización cuenta con mecanismos para convertir el conocimiento en planes de acción y diseño de nuevos productos y servicios	3.8	4.0	4.0	0.97	25%	100.0
a11. La organización cuenta con políticas que permiten a los empleados presentar nuevas ideas y conocimientos.	3.4	3.0	4.0	1.08	32%	100.0
a12. La organización muestra nuevas ideas de los empleados al resto del personal.	3.6	4.0	4.0	0.89	25%	100.0
a13. La organización tiene una política para revisar el conocimiento de forma regular.	3.1	3.0	2.0	1.03	33%	100.0
a14. Los empleados tienen la tarea especial de mantener conocimientos actualizados.	3.1	3.0	3.0	0.88	28%	100.0

a15. La organización cuenta con mecanismos de filtrado, listado cruzado e integración de diferentes fuentes y tipos de conocimiento	2.9	3.0	2.0	1.06	36%	100.0
a16. La organización brinda retroalimentación a los empleados sobre sus ideas y conocimientos.	3.3	3.0	2.0	1.12	34%	100.0
a17. La organización tiene procesos para aplicar el conocimiento aprendido de las experiencias y empareja las fuentes de conocimiento a problemas y desafíos.	3.2	3.0	4.0	0.80	25%	100.0
a18. La organización utiliza bases de datos, repositorios y aplicaciones de tecnología de la información para almacenar conocimiento para un fácil acceso por parte de todos los empleados.	3.2	3.0	3.0	1.02	32%	100.0
a19. La organización utiliza varios dispositivos escritos, como boletines y manuales, para almacenar el conocimiento que fue capturado por los empleados	3.2	3.0	4.0	0.95	30%	100.0
a20. La organización tiene diferentes publicaciones para mostrar el conocimiento capturado.	2.7	2.0	2.0	0.86	31%	100.0
a21. La organización tiene mecanismos para patentar y aplicar derechos de autor sobre nuevos conocimientos.	2.7	2.0	2.0	1.05	39%	100.0
a22. La organización tiene conocimiento (por ejemplo, a través de Intranets, Internet, etc.) en una forma fácilmente accesible a los empleados que lo necesitan.	3.3	3.0	4.0	0.92	28%	100.0
a23. La organización envía informes oportunos con los conocimientos recogidos	2.9	3.0	4.0	0.94	32%	100.0

a los empleados, clientes y otras organizaciones importantes.						
a24. La organización tiene bibliotecas, centros de recursos y otros foros para mostrar y difundir conocimientos.	2.4	2.0	2.0	0.88	36%	100.0
a25. La organización realiza simposios, exposiciones, conferencias y sesiones de capacitación regulares para compartir conocimientos.	2.8	3.0	2.0	0.83	30%	100.0
a26. La organización tiene diferentes métodos para que los empleados desarrollen aún más sus conocimientos y los apliquen a nuevas situaciones	2.9	3.0	4.0	0.97	34%	100.0
a27. La organización tiene mecanismos para proteger el conocimiento del uso inadecuado o ilegal dentro y fuera de la organización	3.1	4.0	4.0	1.15	36%	100.0
a28. La organización aplica el conocimiento a las necesidades competitivas críticas y vincula rápidamente las fuentes de conocimiento en resolución de problemas	3.2	3.0	4.0	0.81	26%	100.0
a29. La organización tiene métodos para analizar y evaluar críticamente el conocimiento para generar nuevos patrones y conocimiento para uso futuro	3.0	3.0	3.0	1.10	36%	100.0
b1. La empresa ha realizado un proceso de planeación estratégica en los dos últimos años	3.8	4.0	5.0	1.05	28%	100.0
b2. La empresa tiene una estrategia básica de negocios escrita y conocida por quienes deben ejecutarla	4.0	4.0	4.0	0.92	23%	100.0
b3. La empresa tiene como política involucrar a las personas responsables en su ejecución y cumplimiento	3.9	4.0	4.0	0.88	23%	100.0

b4. La planeación estratégica es el resultado de un trabajo en equipo y participan en su elaboración quienes son responsables por su ejecución y cumplimiento	3.9	4.0	4.0	0.93	24%	100.0
b5. Se definen los objetivos tomando en cuenta que sean medibles y que se cumplan en un plazo definido	3.9	4.0	4.0	0.86	22%	100.0
b6. Al planear se desarrolla un análisis que considere las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y su mercado (FODA)	4.1	4.0	4.0	0.84	21%	100.0
b7. Se analiza con frecuencia el sector donde opera la empresa considerando los nuevos cambios que pudieran ser introducidos en este	3.8	4.0	5.0	1.11	29%	100.0
b8. Al analizar el desempeño de su empresa utiliza la técnica de compararse con el líder del sector (Benchmarking)	3.6	4.0	4.0	1.13	31%	100.0
b9. El personal está activamente involucrado en el logro de los objetivos	3.8	4.0	3.0	0.84	22%	100.0
b10. Se cuenta con un plan o instructivo de implementación de las estrategias de la empresa	3.6	4.0	4.0	1.07	29%	100.0
b11. Se asignan los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de la empresa	3.8	4.0	5.0	1.08	29%	100.0
b12. El proceso de producción es adecuado para fabricar productos con calidad y costos competitivos	4.0	4.0	5.0	0.82	21%	100.0
b13. La empresa formula un programa de adquisición de maquinaria y tecnología.	3.8	4.0	5.0	1.04	27%	100.0
b14. El proceso de producción es suficientemente flexible para admitir cambios en los productos	3.9	4.0	4.0	0.96	24%	100.0

b15. La planeación de la producción está basada en los pedidos futuros que se esperan	4.1	4.0	5.0	0.96	23%	100.0
b16. Existen medidas de control para el flujo de la producción desde la recepción de los materiales hasta la entrega de los productos terminados	4.4	5.0	5.0	0.78	18%	100.0
b17. La empresa evalúa con frecuencia la posibilidad de procesar su materia prima o componentes con el fin de disminuir sus costos (integración vertical o subcontratación)	4.0	4.0	4.0	1.05	27%	100.0
b18. La maquinaria y la tecnología de la empresa le permiten fabricar productos competitivos, a nivel internacional, en calidad y precio	4.1	4.0	4.0	0.83	20%	100.0
b19. La empresa tiene registrado todos los tiempos de los procesos de producción	4.4	4.0	5.0	0.62	14%	100.0
b20. La empresa conoce la capacidad total de producción de su maquinaria y equipo por cada línea de producción	4.4	4.0	4.0	0.49	11%	100.0
b21. La empresa tiene planes de contingencia para ampliar su capacidad de producción actual	4.1	4.0	4.0	0.78	19%	100.0
b22. Se realiza y registra con frecuencia el mantenimiento preventivo a todos los equipos y maquinaria	3.9	4.0	3.0	0.89	23%	100.0
b23. La empresa mantiene un inventario de partes y repuestos claves para equipos importantes	3.8	4.0	3.0	0.91	24%	100.0
b24. Los operarios de los equipos participan en su mantenimiento	3.9	4.0	5.0	0.95	24%	100.0
b25. La empresa establece como política un programa de mantenimiento preventivo	4.0	4.0	4.0	0.88	22%	100.0
b26. La empresa se asegura de que la maquinaria sea utilizada	4.0	4.0	4.0	0.71	18%	100.0

de manera óptima con el fin de mejorar su rendimiento						
b27. La empresa dispone de un seguro contra incendio, así como de la indemnización adecuada.	4.4	4.0	4.0	0.62	14%	100.0
b28. La innovación es incorporada en los diferentes procesos de la empresa y se considera muy importante para su supervivencia	4.0	4.0	5.0	1.00	25%	100.0
b29. Existe un proceso formal de investigación de nuevas materias primas.	3.5	3.0	3.0	1.15	33%	100.0
b30. Existe un proceso formal de investigación de procesos de producción	3.4	3.0	2.0	1.21	35%	100.0
b31. La empresa se preocupa por investigar sobre nuevas tecnologías que puede aplicar en su proceso productivo.	3.8	4.0	4.0	0.96	25%	100.0
b32. La empresa tiene un programa de adquisición de maquinaria, equipo y tecnología.	3.6	4.0	4.0	1.08	30%	100.0
b33. La empresa tiene un programa de modernización de sus procesos de producción.	3.6	4.0	4.0	1.02	29%	100.0
b34. Se planifica la compra de materias primas, materiales y repuestos.	4.4	4.0	4.0	0.59	14%	100.0
b35. Existe un sistema de abastecimiento flexible y adaptable a la producción.	4.1	4.0	4.0	0.68	17%	100.0
b36. La empresa tiene un plan de contingencia para proveerse de materias primas.	4.0	4.0	4.0	0.98	25%	100.0
b37. El criterio principal para seleccionar proveedores de materia prima y materiales es la calidad.	4.1	4.0	4.0	0.87	21%	100.0
b38. Se coordina con los proveedores los plazos de entrega en materias primas para no incurrir en faltantes.	4.3	4.0	4.0	0.68	16%	100.0

b39. Se cuida que los inventarios mantengan un nivel óptimo para evitar las pérdidas originadas por su deficiente manejo.	4.3	4.0	4.0	0.61	14%	100.0
b40. El almacenamiento y control de inventarios es eficiente para garantizar un adecuado nivel de materiales disponibles.	4.2	4.0	5.0	0.76	18%	100.0
b41. Se compara el inventario físico de materia prima, materiales y productos terminados con el inventario llevado en el kardex (tarjetas o electrónico).	4.1	4.0	4.0	0.73	18%	100.0
b42. La ubicación de la planta es ideal para el abastecimiento de materias primas, mano de obra la distribución del producto terminado.	4.1	4.0	4.0	0.82	20%	100.0
b43. La infraestructura e instalaciones de nuestra planta son adecuadas para atender sus necesidades actuales y futuras.	4.0	4.0	4.0	0.83	21%	100.0
b44. La gerencia impulsa programas de calidad para los empleados.	3.7	4.0	3.0	0.88	24%	100.0
b45. La gerencia y capacita a los empleados en aspectos de calidad y mejoramiento continuo.	3.6	3.0	3.0	0.96	27%	100.0
b46. Las normas de calidad para todos los productos de la empresa están debidamente documentadas	4.0	4.0	4.0	0.90	23%	100.0
b47. Los productos de la empresa cumplen con las normas técnicas establecidas por el sector.	4.2	4.0	4.0	0.66	16%	100.0
b48. El sistema de calidad identifica las necesidades del cliente y trata de adaptar su producto y servicio a las mismas.	4.2	4.0	4.0	0.66	16%	100.0
b49. El sistema de calidad controla, identifica y mide los defectos en el proceso	4.3	4.0	4.0	0.68	16%	100.0

productivo implementando acciones correctivas.						
b50. Existen especificaciones técnicas para la selección de materias primas.	4.4	4.0	4.0	0.59	14%	100.0
b51. Los resultados de las pruebas e inspecciones se documentan a través del proceso, desde la recepción de la materia prima hasta que los productos estén listos para su entrega.	4.4	4.0	4.0	0.59	14%	100.0
b52. La empresa genera un plan anual de exportaciones escrito y detallado.	3.8	4.0	4.0	0.84	22%	100.0
b53. La empresa tiene claramente definido su mercado objetivo para la exportación.	4.2	4.0	4.0	0.41	10%	100.0
b54. Los precios de venta están determinados con base a sus costos totales.	4.2	4.0	4.0	0.72	17%	100.0
b55. La empresa diseña sus productos para la exportación en forma diferente a como se diseña para el mercado local.	3.8	4.0	4.0	0.85	22%	100.0
b56. La empresa cumple las normas de calidad y de identificación (rotulación) que deben cumplir sus productos de exportación.	4.5	4.0	4.0	0.50	11%	100.0
b57. El área responsable del desarrollo de nuevos productos cuenta con recursos necesarios para realizar su trabajo.	3.9	4.0	4.0	0.87	22%	100.0
b58. La empresa tiene procedimientos para explotar nuevos mercados de exportación.	3.7	4.0	4.0	1.00	27%	100.0
b59. En los últimos dos años, las exportaciones han generado un porcentaje importante de utilidades.	4.0	4.0	4.0	1.00	25%	100.0
b60. La empresa tiene conocimiento de sus competidores en su mercado de exportación.	4.3	4.0	5.0	0.70	16%	100.0

b61. La empresa hace un seguimiento a sus exportaciones para medir el nivel de satisfacción del cliente.	4.2	4.0	5.0	0.88	21%	100.0
b62. Se dispone de catálogos de productos, folletos publicitarios y especificaciones técnicas para el mercado de exportación (preferiblemente en inglés o en el idioma del mercado de destino).	3.8	4.0	4.0	0.99	26%	100.0
b63. El personal que tiene contacto con el cliente tiene suficiente autonomía para resolver las necesidades del cliente.	3.9	4.0	4.0	0.73	19%	100.0
b64. La empresa tiene un sistema de investigación que le permite conocer el nivel de satisfacción del cliente.	3.5	3.0	3.0	0.96	28%	100.0
b65. La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos.	3.5	4.0	4.0	1.03	29%	100.0
b66. La empresa conoce el manejo de la distribución física internacional	4.0	4.0	4.0	0.83	21%	100.0
b67. La empresa cumple con los tiempos de entrega al cliente internacional.	3.9	4.0	4.0	0.94	24%	100.0
b68. La empresa toma las precauciones suficientes para evitar la introducción de drogas ilícitas en su mercancía de exportación.	4.4	4.0	5.0	0.77	18%	100.0
b69. La empresa conoce las condiciones del sector que le permiten negociar con el cliente.	4.4	4.0	5.0	0.61	14%	100.0
b70. La empresa ha participado en misiones comerciales a otros países.	4.2	4.0	5.0	0.88	21%	100.0
b71. La empresa ha participado como observador en ferias internacionales (relacionadas con el negocio) en los últimos dos años.	3.9	4.0	4.0	0.79	20%	100.0

b72. El sistema de contabilidad y costos provee información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.	4.2	4.0	5.0	0.80	19%	100.0
b73. La Gerencia General recibe los informes de resultados contables en los 10 primeros días del mes siguiente.	3.9	4.0	4.0	0.87	22%	100.0
b74. Periódicamente (quincenal, mensual) se preparan reportes de cuentas por cobrar, organizados de acuerdo con su antigüedad.	4.2	4.0	4.0	0.75	18%	100.0
b75. La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios.	4.3	4.0	5.0	0.86	20%	100.0
b76. Existe un sistema claro para definir los costos de la empresa dependiendo de las características de los productos y de los procesos.	4.2	4.0	5.0	0.92	22%	100.0
b77. El sistema de costos puede costear rápidamente pedidos para el mercado nacional o internacional, con base en datos confiables.	4.4	4.0	5.0	0.62	14%	100.0
b78. La empresa realiza con frecuencia presupuestos, de ingresos y egresos flujos de caja y los analiza.	4.3	4.0	4.0	0.79	18%	100.0
b79. La empresa conoce la rentabilidad de cada producto o línea de producto.	3.9	4.0	3.0	0.86	22%	100.0
b80. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestados, y se analizan las variaciones.	3.8	4.0	4.0	0.99	26%	100.0
b81. La empresa evalúa la utilidad de sus inversiones en maquinaria y equipo.	3.8	4.0	3.0	0.92	25%	100.0
b82. El registro formal de la sociedad y sus modificaciones se	4.3	4.0	4.0	0.67	16%	100.0

encuentran al día y archivadas.						
b83. Se ha evaluado la inscripción de la empresa ante la Cámara empresarial respectiva.	4.2	4.0	5.0	0.91	22%	100.0
b84. Se tiene claramente definido el calendario tributario de la empresa con fechas definidas de entrega de declaraciones y otros documentos.	4.4	4.0	5.0	0.62	14%	100.0
b85. La empresa aplica los respectivos indicadores a sus declaraciones tributarias.	4.4	4.0	4.0	0.49	11%	100.0
b86. La empresa conoce los montos aproximados por pagar en el período gravable de los diferentes impuestos.	4.4	4.0	4.0	0.49	11%	100.0
b87. La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas.	4.3	4.0	4.0	0.57	13%	100.0
b88. La empresa tiene políticas y manuales de procedimientos escritos.	4.4	5.0	5.0	0.71	16%	100.0
b89. Existe una junta directiva que lidera la empresa.	4.3	5.0	5.0	0.91	21%	100.0
b90. La empresa cumple con todos los requisitos legales vigentes.	4.5	5.0	5.0	0.61	14%	100.0
b91. La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y al personal nuevo se le proporciona una inducción.	3.8	4.0	4.0	1.00	27%	100.0
b92. Las habilidades personales constituyen criterios claves para establecer una escala remunerativa y promover al personal.	3.9	4.0	4.0	0.79	20%	100.0
b93. Existe una buena comunicación oral y escrita a través de los diferentes niveles de la empresa.	3.7	4.0	4.0	0.69	19%	100.0
b94. La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertenencia.	3.6	4.0	3.0	0.94	26%	100.0

b95. El trabajo en equipo es estimulado a través de todos los niveles de la empresa.	3.8	4.0	4.0	0.93	25%	100.0
b96. La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral.	3.3	3.0	3.0	0.95	28%	100.0
b97. La empresa realiza actividades sociales, recreativas y deportivas y busca vincular a la familia del trabajador en estos eventos.	3.6	4.0	4.0	0.95	27%	100.0
b98. La empresa tiene un programa de salud ocupacional implementado (plan de prevención de enfermedades ocupacionales, seguridad laboral, planes de emergencia, etc.).	4.0	4.0	4.0	0.85	21%	100.0
b99. La planta, los procesos y los equipos están diseñados para procurar un ambiente seguro para el trabajador.	4.3	4.0	4.0	0.67	16%	100.0
b100. La empresa tiene un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo y los documenta.	4.3	4.0	4.0	0.67	16%	100.0
b101. La empresa lleva un registro de ausentismo ocasionado por enfermedades, accidentes de trabajo y otras causas.	4.4	4.0	4.0	0.49	11%	100.0
b102. En el diseño de la planta, la empresa tuvo en cuenta las regulaciones ambientales y el bienestar de sus trabajadores.	4.2	4.0	4.0	0.61	15%	100.0
b103. La empresa conoce las normas ambientales que la controlan y establece los procedimientos y procesos para cumplirlas.	4.2	4.0	4.0	0.64	15%	100.0
b104. La cultura y la estrategia de la compañía involucran aspectos, impactos y riesgos ambientales.	4.3	4.0	4.0	0.67	16%	100.0

b105. La empresa mide el desempeño ambiental frente a metas y estándares pre-acordados.	3.7	4.0	4.0	0.94	25%	100.0
b106. La empresa considera las regulaciones ambientales cuando desarrolla nuevos productos y servicios.	4.0	4.0	5.0	0.96	24%	100.0
b107. Para la selección, instalación, operación y mantenimiento de los equipos se realizaron consideraciones ambientales.	4.0	4.0	4.0	0.80	20%	100.0
b108. Se definen y documentan las tareas que aseguren el cumplimiento de las regulaciones ambientales.	4.1	4.0	5.0	0.92	22%	100.0
b109. La empresa trata de minimizar el consumo de energía, agua y materias primas contaminantes mediante la mejora de sus procesos productivos.	4.0	4.0	4.0	0.84	21%	100.0
b110. La empresa ha medido la cuantía del desperdicio, sabe en qué etapa del proceso es generado y ha formulado planes para reducirlo.	4.0	4.0	5.0	1.03	26%	100.0
b111. El sistema de información de la empresa satisface los requerimientos de información en forma oportuna y confiable.	4.0	4.0	3.0	0.86	22%	100.0
b112. La empresa está actualizada en materia de nuevos desarrollos en programas y equipos de cómputo y tiene el personal capacitado para manejarlos.	3.8	4.0	3.0	0.99	26%	100.0
b113. El diseño del sistema responde a las necesidades de información de la empresa	3.8	4.0	5.0	1.13	30%	100.0
b114. Se generan y archivan adecuadamente los documentos de soporte (órdenes de producción entradas y salidas de almacén,	4.2	4.0	5.0	0.76	18%	100.0

comprobantes de egresos, recibos de caja, facturas, etc.) en las diferentes áreas de la empresa.						
b115. La captura de información genera operaciones simultáneas en las diferentes áreas de la empresa evitando la doble digitación.	4.1	4.0	4.0	0.77	19%	100.0
b116. Como política la empresa realiza sistemáticamente copias de respaldo (back-ups) de sus archivos más importantes y los almacena en sitios seguros.	4.3	4.0	4.0	0.63	15%	100.0
b117. Existen procedimientos de contingencia, manuales o automatizados, en caso de pérdidas de fluido eléctrico o fallas en el equipo de proceso.	4.3	4.0	4.0	0.68	16%	100.0
b118. La información generada por el sistema es confiable, oportuna, clara y útil y es usada para la toma de decisiones.	4.1	4.0	5.0	0.85	21%	100.0
b119. La gerencia ha definido reportes que indiquen el tipo de datos requeridos para el proceso de toma de decisiones.	4.0	4.0	4.0	0.73	18%	100.0
c1. La empresa ha tenido un crecimiento continuo en su nivel de ventas	4.2	4.0	5.0	0.89	21%	100.0
c2. La empresa se ha expandido estratégicamente a nuevos mercados en los últimos años	3.7	4.0	3.0	0.87	24%	100.0
c3. La empresa ha incrementado su rentabilidad de manera constante	3.9	4.0	4.0	0.71	18%	100.0
c4. La empresa alcanza el margen de utilidad proyectado	4.0	4.0	4.0	0.67	17%	100.0
c5. El ingreso por la venta de nuevos productos está acorde a lo que se proyecta	3.8	4.0	4.0	0.78	21%	100.0
c6. Sus clientes importadores son leales a su empresa	3.9	4.0	4.0	0.57	15%	100.0

c7. La empresa mantiene una relación sólida con sus clientes del exterior	4.3	4.0	4.0	0.45	10%	100.0
c8. Todos los clientes del exterior se sienten satisfechos con los productos que reciben	4.2	4.0	4.0	0.63	15%	100.0

Anexo 4.

RESULTADOS PRUEBA 100 CASOS - ESTADISTICA DESCRIPTIVA POR DIMENSIONES / ALPHA DE CRONBACH

TEMAS TRATADOS EN LA INVESTIGACION	PROMEDIO	MEDIANA	MODA	DESV STD	COEF VAR (%)	CASOS	ALPHA DE CRONBACH
GESTION DE CONOCIMIENTO	3.2	2.8	2.1	0.75	23%	100.0	0.949
CREACION DE CONOCIMIENTO	3.7	3.8	4.5	0.83	22%	100.0	0.90
IDENTIFICACION Y ADQUISICION DE CONOCIMIENTO	3.5	3.5	3.0	0.81	23%	100.0	0.88
CLASIFICACION Y ALMACENAMIENTO DEL CONOCIMIENTO	3.1	2.8	2.4	0.86	28%	100.0	0.93
APLICACIÓN DE CONOCIMIENTO	2.9	2.8	2.0	0.84	29%	100.0	0.89
ACTUALIZACION Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO	2.9	2.5	3.5	0.76	27%	100.0	0.88
MEDICION DEL CONOCIMIENTO	3.0	3.3	3.5	0.88	29%	100.0	0.89

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL	4.0	3.8	3.5	0.59	15%	100.0	
PLANEACION ESTRATEGICA	3.8	3.8	5.0	0.77	20%	100.0	0.895
PROCESO DE PLANEACION ESTRATEGICA	3.9	3.9	3.9	0.77	20%	100.0	0.91
IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA	3.7	3.7	5.0	0.86	23%	100.0	0.82
PRODUCCION Y OPERACIONES	4.1	3.8	3.6	0.59	15%	100.0	0.93
PLANIFICACION Y PROCESO DE PRODUCCION	4.1	3.9	4.9	0.71	17%	100.0	0.88
CAPACIDAD DE PROCESO	4.3	4.0	4.0	0.49	11%	100.0	0.63
MANTENIMIENTO	4.0	4.0	4.0	0.67	17%	100.0	0.89
INVESTIGACION Y DESARROLLO	3.6	3.3	5.0	0.94	26%	100.0	0.94
APROVISIONAMIENTO	4.1	4.0	4.0	0.62	15%	100.0	0.79
MANEJO DE INVENTARIOS	4.2	4.0	5.0	0.59	14%	100.0	0.89
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	4.0	3.8	5.0	0.65	16%	100.0	0.96
ASPECTOS GENERALES DE LA CALIDAD	3.7	3.3	3.3	0.79	21%	100.0	0.82
SISTEMA DE CALIDAD	4.3	4.0	5.0	0.59	14%	100.0	0.96
COMERCIALIZACION	4.0	3.9	3.5	0.52	13%	100.0	0.90
MERCADO INTERNACIONAL PLAN DE EXPORTACION	4.1	4.0	4.0	0.56	14%	100.0	0.77
MERCADO DE EXPORTACION PRODUCTOS	4.1	4.0	4.0	0.50	12%	100.0	0.33
MERCADEO (MARKETING Y VENTAS)	4.0	4.0	3.8	0.68	17%	100.0	0.79
MERCADO INTERNACIONAL-SERVICIOS	3.6	3.7	3.3	0.75	21%	100.0	0.76
MERCADO EXPORTACION: DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL	4.1	4.0	4.3	0.70	17%	100.0	0.77

MERCADO DE EXPORTACION ASPECTO DE NEGOCIACION	4.4	4.0	5.0	0.61	14%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
MERCADO DE EXPORTACION: PARTICIPACION EN MISIONES Y FERIAS	4.0	4.0	4.0	0.75	19%	100.0	0.74
CONTABILIDAD Y FINANZAS	4.2	4.0	4.0	0.59	14%	100.0	0.87
MONITOREO DE COSTOS Y CONTABILIDAD	4.2	4.0	5.0	0.65	16%	100.0	0.89
ADMINISTRACION FINANCIERA	3.9	3.8	5.0	0.76	19%	100.0	0.87
NORMAS LEGALES Y TRIBUTARIAS	4.3	4.0	5.0	0.57	13%	100.0	0.92
RECURSOS HUMANOS	4.0	3.9	5.0	0.61	15%	100.0	0.91
ASPECTOS GENERALES	4.4	4.8	5.0	0.62	14%	100.0	0.90
CAPACITACION Y PROMOCION DEL PERSONAL	3.8	4.0	4.0	0.79	21%	100.0	0.69
CULTURA ORGANIZACIONAL	3.6	3.6	3.2	0.71	20%	100.0	0.85
SALUD Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	4.2	4.0	4.0	0.61	14%	100.0	0.92
GESTION AMBIENTAL	4.1	4.0	4.0	0.73	18%	100.0	0.93
POLITICA AMBIENTAL DE LAS EMPRESAS	4.1	4.0	4.0	0.64	16%	100.0	0.91
ESTRATEGIA PARA PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE	4.0	4.0	5.0	0.82	20%	100.0	0.85
CONCIENTIZACION Y RECAPACITACION DEL PERSONAL EN TEMAS AMBIENTALES	4.1	4.0	5.0	0.92	22%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
ADMINISTRACION DE DESPERDICIO	4.0	4.0	4.0	0.83	21%	100.0	0.73
SISTEMAS DE INFORMACION	4.1	3.8	5.0	0.72	18%	100.0	0.95
PLANEACION DEL SISTEMA	3.9	3.7	5.0	0.89	23%	100.0	0.87
ENTRADAS	4.2	4.0	5.0	0.72	17%	100.0	0.88
PROCESOS	4.3	4.0	4.0	0.68	16%	100.0	0.96

SALIDAS	4.1	4.0	4.0	0.76	19%	100.0	0.92
DESEMPEÑO EXPORTADOR	4.0	4.0	4.0	0.45	11%	100.0	0.79
DESEMPEÑO ECONOMICO	3.9	4.0	4.0	0.63	16%	100.0	0.80
VENTAS	4.2	4.0	5.0	0.89	21%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
PARTICIPACION DE MERCADO	3.7	4.0	3.0	0.87	24%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
RENTABILIDAD	3.9	4.0	4.0	0.60	15%	100.0	0.66
INGRESO POR VENTAS DE NUEVOS PRODUCTOS	3.8	4.0	4.0	0.78	21%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
DESEMPEÑO NO ECONOMICO	4.1	4.0	4.0	0.44	11%	100.0	0.70
LEALTAD DEL IMPORTADOR	3.9	4.0	4.0	0.57	15%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
SOLIDEZ DE LA RELACION IMPORTADOR / EXPORTADOR	4.3	4.0	4.0	0.45	10%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES
SATISFACCION GENERAL DE IMPORTADOR CON EL PRODUCTO	4.2	4.0	4.0	0.63	15%	100.0	SE REQUIERE AL MENOS DOS VARIABLES

LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE EMPRESAS TEXTILES EN EL PERÚ

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	1 %
2	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1 %
3	repositorio.cuc.edu.co Fuente de Internet	1 %
4	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1 %
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	1 %
6	repository.unad.edu.co Fuente de Internet	1 %
7	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
8	repositorio.uees.edu.ec	

	Fuente de Internet	1 %
9	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1 %
10	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1 %
11	1library.co Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad La Gran Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
15	Submitted to Universidad Científica del Sur Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
18	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %

19	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
20	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
21	bru- filosofapolticasociologaparatodos.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
22	www.pacificprints.com.pe Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to CONACYT Trabajo del estudiante	<1 %
24	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
25	Submitted to Instituto Tecnológico de Costa Rica Trabajo del estudiante	<1 %
26	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1 %
28	renatiqa.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
29	es.scribd.com	

	Fuente de Internet	<1 %
30	Pedro González Angulo. "Modelo explicativo de factores protectores socio ecologicos del consumo de alcohol en jóvenes universitarios", Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA), 2022 Publicación	<1 %
31	rayo.xoc.uam.mx Fuente de Internet	<1 %
32	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	mail.revistagestionar.com Fuente de Internet	<1 %
34	biblioteca2.icesi.edu.co Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Johnson and Wales University Trabajo del estudiante	<1 %
36	sired.udenar.edu.co Fuente de Internet	<1 %
37	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

39	doku.pub Fuente de Internet	<1 %
40	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
41	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	<1 %
42	www.cyta.com.ar Fuente de Internet	<1 %
43	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
44	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
45	datospdf.com Fuente de Internet	<1 %
46	MARÍA JOSÉ PELÁEZ CANO. "El desempeño exportador basado en la creación de capital social a través del uso de las tecnologías de la Información. Un estudio en el sector del plástico", Universitat Politecnica de Valencia, 2011 Publicación	<1 %
47	todosloshechos.es Fuente de Internet	<1 %

48	Submitted to Universidad Abierta para Adultos Trabajo del estudiante	<1 %
49	oa.upm.es Fuente de Internet	<1 %
50	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083 Fuente de Internet	<1 %
52	Submitted to Universidad Adolfo Ibáñez Trabajo del estudiante	<1 %
53	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
54	qdoc.tips Fuente de Internet	<1 %
55	repositorio.upsjb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
56	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
57	biblioteca.uteg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
58	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.upeu.edu.pe	

	Fuente de Internet	<1 %
60	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	<1 %
61	la-respuesta.com Fuente de Internet	<1 %
62	tesis.ipn.mx Fuente de Internet	<1 %
63	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
64	s3.amazonaws.com Fuente de Internet	<1 %
65	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
66	rinacional.tecnm.mx Fuente de Internet	<1 %
67	www.cien.adexperu.org.pe Fuente de Internet	<1 %
68	www.instituto127.com.ar Fuente de Internet	<1 %
69	acacia.org.mx Fuente de Internet	<1 %
70	scielo.senescyt.gob.ec Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
71	ugto.congresociemipyme.mx Fuente de Internet	<1 %
72	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1 %
73	biblioteca.utb.edu.co Fuente de Internet	<1 %
74	e-archivo.uc3m.es Fuente de Internet	<1 %
75	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
76	repositorio.uni.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
77	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
78	0489e3dc66.cbaul-cdnwnd.com Fuente de Internet	<1 %
79	Jorge Enrique Díaz-Pinzón. "Grado de correlación entre los hábitos de consumo de los videojuegos relacionado con el género", AiBi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería, 2023 Publicación	<1 %
	baixardoc.com	

80	Fuente de Internet	<1 %
81	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
82	www11.urbe.edu Fuente de Internet	<1 %
83	doaj.org Fuente de Internet	<1 %
84	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
85	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
86	GLADYS ELENA RUEDA BARRIOS. "Influencia de la cultura organizacional, la gestión del conocimiento y el capital tecnológico en la producción científica. Aplicación a grupos de investigación adscritos a Universidades en Colombia", Universitat Politecnica de Valencia, 2012 Publicación	<1 %
87	Victor Hugo Medina Garcia, Elmer Yesid Fajardo Rodriguez, Lina Maria Medina Estrada. "Knowledge management model and measurement of intellectual capital in the financial sector", 2018 13th Iberian	<1 %

Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), 2018

Publicación

88	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
89	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
90	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
91	lacamara.pe Fuente de Internet	<1 %
92	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
93	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
94	www.revistas.up.ac.pa Fuente de Internet	<1 %
95	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
96	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo