



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

**COMPETITIVIDAD Y POTENCIAL EXPORTADOR DEL
SECTOR TEXTIL EN LAS PYME DEL EMPORIO
COMERCIAL GAMARRA, LA VICTORIA, LIMA, 2023**

PRESENTADO POR

RONY EDWIN CASIMIRO LAMAS

ASESOR

WALTER ABEL URTEAGA FARFÁN

TESIS

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

LIMA – PERÚ

2023



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

TESIS

**COMPETITIVIDAD Y POTENCIAL EXPORTADOR DEL SECTOR
TEXTIL EN LAS PYME DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA,
LA VICTORIA, LIMA, 2023**

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

**PRESENTADO POR
RONY EDWIN CASIMIRO LAMAS**

**ASESOR:
MG. WALTER ABEL URTEAGA FARFÁN**

**LIMA, PERÚ
2023**

DEDICATORIA

Dedicado a mi hijo Pierin que lo quiero bastante y el que me motiva a ser mejor, a mis padres por su amor y apoyo incondicional: María Teresa Lamas y Edwin Casimiro, a mi hermano y su familia, a mis abuelos maternos y paternos, finalmente, a Dios que nos da un día más de vida y que nos cuida, sé que este es el comienzo de muchos logros académicos y profesionales.

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÒN	4
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	11
1.1 Antecedentes de la investigación.....	11
1.1.1. Antecedentes internacionales.....	11
1.1.2. Antecedentes nacionales.....	15
1.2 Bases teóricas	19
1.2.1. Competitividad	19
1.2.1.1. Definición.....	19
1.2.1.2. Importancia.....	20
1.2.1.3. Aspectos teóricos de la competitividad.....	20
1.2.1.4. Dimensiones de la competitividad	22
1.2.1.4.1. Capital humano.....	22
1.2.1.4.2. Financiamiento.....	23
1.2.1.4.3. Calidad y organización.....	23
1.2.1.4.4. Tecnología	24
1.2.2. Potencial exportador.....	25
1.2.2.1. Definición.....	25
1.2.2.2. Importancia.....	26
1.2.2.3. Aspectos teóricos del potencial exportador	27
1.2.2.4. Dimensiones del potencial exportador.....	28
1.2.2.4.1. Mercado.....	28
1.2.2.4.2. Aprendizaje y Crecimiento	29

1.2.2.4.3. Clientes	29
1.2.2.4.4. Procesos Internos	30
1.3 Definición de términos básicos	30
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	34
2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	34
2.2 Variables y definición operacional.....	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	36
3.1 Diseño metodológico.....	36
3.2 Diseño muestral	38
3.2.1 Población	38
3.2.2 Muestra.....	39
3.3 Técnicas de recolección de datos	42
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	47
3.5 Aspectos éticos	48
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	49
4.1 Fiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach	49
4.2 Prueba de normalidad.....	50
4.3 Resultados	51
4.3.1 Análisis exploratorio de los datos con tabla de frecuencia y figura de pie	51
4.3.2 Análisis exploratorio de los datos con histogramas, media y desviación estándar	116
4.3.3 Correlaciones no paramétricas	118
4.3.3.1 Coeficiente de Spearman	118
4.3.4 Contrastación de la hipótesis mediante gráficos de dispersión (Spearman).....	121
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	129

CONCLUSIONES.....	133
RECOMENDACIONES	135
FUENTES DE INFORMACIÓN	136
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	145
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	148
ANEXO 3: VALIDACION DE EXPERTOS.....	152
ANEXO 4: INSTRUMENTO MEJORADO A PARTIR DEL JUICIO DE EXPERTOS.....	173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Criterios de inclusión y exclusión de las pyme exportadoras del Emporio Comercial de Gamarra	39
Tabla 2 Valores numéricos de la formula estadística muestral	40
Tabla 3 Muestra poblacional del estudio de investigación	42
Tabla 4 Alfa de Cronbach del primer instrumento de la variable independiente competitividad	46
Tabla 5 Alfa de Cronbach del segundo instrumento de la variable dependiente potencial exportador	47
Tabla 6 Consistencia de Alfa de Cronbach	49
Tabla 7 Alfa de Cronbach entre competitividad y potencial exportador	50
Tabla 8 Prueba de normalidad (Kolmogórov-Smirnov)	50
Tabla 9 Opinión sobre financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.....	51
Tabla 10 Opinión sobre si evalúa constantemente las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.	53
Tabla 11 Opinión sobre si la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio	54
Tabla 12 Opinión sobre si las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable	56
Tabla 13 Opinión sobre si la empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios.....	58
Tabla 14 Opinión sobre si la empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados	59
Tabla 15 Opinión sobre si se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora	61
Tabla 16 Opinión sobre si se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa.....	62
Tabla 17 Opinión sobre si la empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos	64
Tabla 18 Opinión sobre si la empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas	65

Tabla 19 Opinión sobre si la empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales.....	67
Tabla 20 Opinión sobre si se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomente la capacitación de los colaboradores.....	69
Tabla 21 Opinión sobre si el personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente	70
Tabla 22 Opinión sobre si se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas	72
Tabla 23 Opinión sobre si la empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación	74
Tabla 24 Opinión sobre si se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante	76
Tabla 25 Opinión sobre si al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.	78
Tabla 26 Opinión de si existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros	80
Tabla 27 Opinión sobre si la empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo	82
Tabla 28 Opinión sobre si los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales	84
Tabla 29 Opinión sobre si la empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior.....	86
Tabla 30 Opinión sobre si la empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino.....	88
Tabla 31 Opinión sobre si la empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro	90
Tabla 32 Opinión sobre si la empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad.....	92

Tabla 33 Opinión sobre si antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto.....	94
Tabla 34 Opinión sobre si la empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio	96
Tabla 35 Opinión sobre si la empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica	98
Tabla 36 Opinión sobre si se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente.....	100
Tabla 37 Opinión sobre si la empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos.....	102
Tabla 38 Opinión sobre si la empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes	104
Tabla 39 Opinión sobre si existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales.	105
Tabla 40 Opinión sobre si la empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable.....	107
Tabla 41 Opinión sobre si existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes.....	109
Tabla 42 Opinión sobre si se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística.....	111
Tabla 43 Opinión sobre si la empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros	112
Tabla 44 Opinión sobre si la empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas	114
Tabla 45 Correlación de Spearman entre la variable independiente y dependiente	119
Tabla 46 Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable independiente y la variable dependiente	119
Tabla 47 Rangos del coeficiente de Spearman	120
Tabla 48 Análisis de regresión lineal	127

Tabla 49 ANOVA	128
-----------------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de relación de las variables	37
Figura 2 Modelo de presentación de recolección de datos	43
Figura 3 Estructura de la encuesta	44
Figura 4 Opinión sobre financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.....	52
Figura 5 Opinión sobre si evalúa constantemente las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.	53
Figura 6 Opinión sobre si la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio	55
Figura 7 Opinión sobre si las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable	57
Figura 8 Opinión sobre si la empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios	58
Figura 9 Opinión sobre si la empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas	60
Figura 10 Opinión sobre si se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora	61
Figura 11 Opinión sobre si se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa.....	63
Figura 12 Opinión sobre si la empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos.....	64
Figura 13 Opinión sobre si la empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas	66

Figura 14 Opinión sobre si la empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales.....	68
Figura 15 Opinión sobre si se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomente la capacitación de los colaboradores.....	69
Figura 16 Opinión sobre si el personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente	71
Figura 17 Opinión sobre si se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas.....	73
Figura 18 Opinión sobre si la empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación	75
Figura 19 Opinión sobre si se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante	77
Figura 20 Opinión sobre si al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.....	79
Figura 21 Opinión de si existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros	81
Figura 22 Opinión sobre si la empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo	83
Figura 23 Opinión sobre si los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales	85
Figura 24 Opinión sobre si la empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior.....	87
Figura 25 Opinión sobre si la empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino.....	89
Figura 26 Opinión sobre si la empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro	91
Figura 27 Opinión sobre si la empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad.....	93

Figura 28 Opinión sobre si antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto.....	95
Figura 29 Opinión sobre si la empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio	97
Figura 30 Opinión sobre si la empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica	99
Figura 31 Opinión sobre si se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente.....	101
Figura 32 Opinión sobre si la empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos.....	103
Figura 33 Opinión sobre si la empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes	104
Figura 34 Opinión sobre si existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales.	106
Figura 35 Opinión sobre si la empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable	108
Figura 36 Opinión sobre si existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes.....	110
Figura 37 Opinión sobre si se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística.....	111
Figura 38 Opinión sobre si la empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros	113
Figura 39 Opinión sobre si la empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas	115
Figura 40 Histograma de la variable financiamiento.....	116
Figura 41 Histograma de la variable Calidad y Organización	117
Figura 42 Histograma de la variable Capital Humano	118
Figura 43 Correlación positiva considerable entre la competitividad y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra 2023	122

Figura 44 Correlación positiva considerable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra 2023	123
Figura 45 Correlación positiva media entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra 2023	124
Figura 46 Correlación positiva media entre el capital humano y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra 2023	126

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general identificar la relación existente entre la competitividad y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, distrito La Victoria, Lima, 2023.

El tipo de investigación fue descriptiva correlacional y el diseño fue cuantitativa. La metodología se basó en un enfoque no experimental, y su nivel fue aplicada. La muestra poblacional se compone de 117 pyme exportadores del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra. Para elaborar la medición de las variables de la presente tesis se empleó una encuesta conformada por 36 ítems, 18 ítems para cada una de las variables: independiente (competitividad) y dependiente (potencial exportador).

Se realizó el análisis estadístico de los datos extraídos del trabajo de campo y se pudo identificar que existe una relación significativa, donde se obtuvo un p valor menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de Spearman dio 0.636 con lo cual afirmamos que existe una correlación positiva considerable, entre la variable independiente (competitividad) y la variable dependiente (potencial exportador). Eso significa que existe una relación directamente proporcional entre la competitividad y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra. Por otro lado, se logró rechazar la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa, la cual corresponde a la hipótesis planteada en el presente trabajo de investigación.

Palabras claves: Competitividad, potencial exportador.

ABSTRACT

The general objective of this investigation is to identify the relationship between the competitiveness and the export potential of the exporting small and medium companies of the textile sector of “Emporio Comercial de Gamarra”, Distrito La Victoria, Lima, 2023. The type of research was descriptive and the design was quantitative. The methodology was based on a non-experimental approach, and its level was applied. The population sample consists of 117 exporting small and medium companies in the textile sector of “Emporio Comercial de Gamarra”.

To elaborate the measurement of the variables of the present thesis, a survey was used consisting of 36 items, 18 items of the independent variable (competitiveness) and 18 items for the dependent variable (export potential). We performed the statistical analysis of the data extracted from the fieldwork and we were able to identify that there is a significant relationship, where we were able to obtain a p value less than 0.05 and a Spearman correlation coefficient gave 0.636 with which we affirm that there is a considerable positive correlation, between the independent variable (competitiveness) and the dependent variable (export potential). This means that there is a directly proportional relationship between the competitiveness and export potential of small and medium companies in the textile sector of “Emporio Comercial de Gamarra”. On the other hand, the null hypothesis was rejected and the alternative hypothesis was accepted, which corresponds to the hypothesis raised in the present research work.

Keywords: Competitiveness, export potential.

Reporte de similitud

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**TESIS AL 100 % RONY CASIMIRO LAMA
S VERSION B.docx**

RECuento DE PALABRAS

29900 Words

RECuento DE CARACTERES

166918 Characters

RECuento DE PÁGINAS

204 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.2MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 2, 2023 4:52 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 2, 2023 4:57 PM GMT-5

● 10% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

INTRODUCCIÒN

El potencial exportador de una empresa está determinado por distintos factores, puede explicarse por su tamaño, su madurez, el bagaje de conocimiento acumulado, su acceso a recursos financieros, entre otros. En ese sentido, se ha observado en otras investigaciones que cuando son más antiguas, tienen mayor propensión a las exportaciones, debido a que cuenta con un tiempo y experiencia en el que ha construido relaciones con otras empresas (Mota et al., 2021, p. 6). En esa línea, la competitividad es la cualidad que le permite a la empresa sobresalir en un sector económico, ya sea porque lideran en costos o por la diferenciación de sus productos. Aspectos que le añaden mayor confianza a las compañías para ingresar a mercados con más competencia (Jaya et al., 2020, p. 3).

A nivel internacional, Croacia vende el 43.7 por ciento de sus exportaciones totales a la Unión Europea, el 22.9 por ciento lo exporta a Europa Central y Oriental y el 17.9 por ciento lo envía a los países de Europa Central y Sudoriental. El país comprobó que sus exportaciones se veían reducidas en periodos de crisis como en el 2008 y mejoraron cuando realizaron alianzas económicas con otros países. Las empresas croatas, en ese contexto, tuvieron que evaluar decisiones de cambios de estrategias en entornos fluctuantes, en los periodos de recesión son necesarios mayores esfuerzos en los factores de competitividad. Es por ello que las alianzas estratégicas contribuyen a recuperaciones más rápidas y al mantenimiento de la estabilidad de la empresa (Buturac et al., 2018, pp. 111-113).

En Colombia, se encontró que el 82 por ciento de las pyme no cuenta con certificados de calidad, el 43 por ciento de ellas no conoce la oferta exportable para

sus productos, el 46 por ciento no tiene clientes en el extranjero, el 54 por ciento no conoce el tiempo en el que se desarrollan nuevos productos, el 76 por ciento no ha segmentado geográficamente al país al que planea vender, el 52 por ciento no ha consultado la situación del mercado del producto que ofrecerá en el extranjero y el 62 por ciento no ha realizado un estudio del mercado objetivo; al mismo tiempo, dichos negocios no evalúan sus razones por las que los gastos y costos varían, tampoco le dan seguimiento al comportamiento de sus costos (Barbosa et al., 2018, pp. 444-448).

A nivel nacional, en Lima, el 60 por ciento de los empleados de una empresa refiere que no se segmenta geográficamente al país que se exporta para mejorar el posicionamiento, solo a veces se invierte en mejorar la calidad de los productos que se exportan (43.3 por ciento), mientras que el 16.7 por ciento percibe que esto último casi nunca se hace, la mayoría piensa que, solo a veces, se pretende disminuir los costos, el 50 por ciento dice que no se invierte en la capacitación de los trabajadores, el 53.3 por ciento señala que nunca se busca contratar a empleados con altos niveles académicos, el 70 por ciento cree que la empresa no está lista para acceder a los mercados internacionales (Torres, 2021, pp. 29-33).

A nivel local, el Emporio Comercial Gamarra es el principal sector de industria de la moda y fabricación de prendas de vestir. No obstante, se mantuvo algunas conversaciones con emprendedores de sus galerías, de donde se extrajo que no manejan conocimientos para acceder a mercados internacionales, aunque varios han mostrado deseos de poder expandir sus ventas, creen que los costos para exportar son muy elevados, refieren que el procedimiento toma mucho tiempo y no

están seguros de lo estables o rentables que puedan ser las ventas de los productos con los que cuentan actualmente. Tales inseguridades podrían estar provocándose porque los emprendedores no tendrían capacitación sobre el proceso para ingresar a mercados extranjeros, faltaría capacitar al personal y prepararlo para enfrentar escenarios más fluctuantes, habría escasez de financiamiento y conocimiento de la propia evaluación contable, no se estaría considerando acuerdos estratégicos con otras empresas en los países de destino, ni se habría delimitado formas de acercarse a los clientes potenciales en aquellos territorios. Habiendo dicho esto, la tendencia actual llevaría al Emporio Comercial de Gamarra a un escenario prolongado de estancamiento en sus ventas, que los vuelve más dependientes del mercado local, estando expuestos a los cambios en la situación económica de Lima. Además, si se encuentra un mercado ya saturado por la competencia, no podría expandir más su número de clientes, sino que, con el tiempo, vería reducir sus ventas.

El problema general de la investigación es ¿Cuál es la relación entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023? y sus problemas específicos de investigación son los siguientes:

¿Cuál es la relación entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?

¿Cuál es la relación entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?

¿Cuál es la relación entre el capital humano y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra,2023?

El objetivo principal y general de la presente tesis es: Determinar la relación entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023, asimismo, se plantean los objetivos específicos. Establecer la relación entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023, el segundo objetivo específico es: Establecer la relación entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023 y el tercer objetivo específico es establecer la relación entre el capital humano y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra,2023.

Para la investigación propuesta, ha sido necesaria la construcción de dos instrumentos para medir las variables de potencial exportador y competitividad. En referencia a ello, el investigador pondrá a disposición dichos cuestionarios para estudios futuros que lo ameriten, ya que serán validados con anticipación por un grupo de expertos. Asimismo, el tema que se desarrollará servirá de base para que las pyme del Emporio Comercial de Gamarra tomen decisiones en cuanto a los aspectos a mejorar en su condición de exportadores y su competitividad como empresas. Ello trasciende más allá de estas personas jurídicas, ya que la expansión beneficia a sus trabajadores y las familias de ellas, dándoles la posibilidad de mejorar su calidad de vida. Adicionalmente, se podrán contrastar los resultados a

la luz de la teoría de la visión basada en los recursos, explicada por Gupta et al. (2018).

El estudio será viable, debido a que el investigador cuenta con los recursos financieros requeridos para la culminación del tema, los materiales también le han parecido accesibles, posee disponibilidad de tiempo y acceso de la información relevante sobre las variables que aborda.

Una primera limitación del estudio es por el instrumento elegido, debido a que el cuestionario tiene como supuesto que la percepción de las personas encuestadas manifiesta la realidad de las variables de estudio, sin embargo, por razones tales como la predisposición de los encuestados, su tiempo, o su estado de ánimo, los resultados podrían no reflejar fielmente la realidad. Otra limitación surge del diseño de la investigación, al ser esta correlacional, no se puede afirmar que una variable suceda primero y la otra actúe en consecuencia. Asimismo, dicha asociación de las variables solo puede ser inferida para la población de pymes del Emporio Comercial de Gamarra.

La investigación es de enfoque no experimental y tipo descriptivo. La población son las empresas pyme exportadoras, se aplicó criterios de inclusión y exclusión del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra a 170 empresas, de los cuales, se muestreo con una técnica estadística de muestreo y como por resultado dio 118 empresas, a quienes se le aplico la encuesta, esta es una técnica de recolección de datos del trabajo de campo.

El presente trabajo de investigación cuenta con la siguiente estructura:

En el capítulo I se realiza el marco teórico, dentro de este capítulo se desarrollan las bases teóricas y los antecedentes nacionales e internacionales. Las bases teóricas sirven como guía sobre las definiciones, glosario y todo el conocimiento previo de los conceptos utilizados en esta tesis tales como la competitividad y el potencial exportador, también, se puede observar referencias de trabajos de investigación y tesis pasados tanto de Perú como del resto del mundo, sobre la relación que hay entre competitividad y el potencial exportador de diversos sectores productivos.

En el capítulo II se desarrollan las hipótesis y las variables, referente a las hipótesis, esta posee una hipótesis general e hipótesis específicas, con respecto a las variables, se definen en variable independiente y variable dependiente, ambas poseen su definición operacional, sirven para iniciar el punto de partida de nuestra investigación y mantener la coherencia e integridad de la misma.

En el capítulo III se muestra la metodología que se utilizó para el desarrollo de la presente tesis, esta sección contiene el diseño muestral, el diseño metodológico, la forma de recolección de datos, que es por medio de encuestas, por último, las técnicas estadísticas para la presentación, análisis y procesamiento de los datos, cabe resaltar los aspectos éticos que se mencionan al final.

En el capítulo IV se muestran los resultados finales que fueron recogidos por medio de los instrumentos contruidos y validados por un grupo de expertos. Se aplican técnicas estadísticas para la validación del instrumento que es el alfa de Cronbach y la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov para determinar su distribución y en base a esto se aplican las técnicas estadísticas de coeficiente de correlación

de Spearman, para contrastar las hipótesis planteadas y verificar su validez o nulidad.

En el capítulo V se realiza la discusión de los resultados obtenidos y se compara con las bases teóricas y los antecedentes anteriormente mencionados para determinar su validez y aporte al campo de investigación.

Para concluir la presente tesis se realizan las conclusiones y recomendaciones que son importantes para incentivar más a la investigación y fomentar el cuestionamiento de nuevos problemas de investigación que serán abordados por futuros investigadores.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes internacionales

Un primer antecedente corresponde a Montealegre et al. (2022) en su estudio realizado en Colombia, “La competitividad de las pyme en el sector agrícola y su potencial exportador” siguieron una metodología de enfoque mixto, con predominancia de lo cualitativo, de un alcance descriptivo, sirviéndose de una guía de análisis documental y como muestra usaron una serie de artículos y reportes del gobierno. En sus resultados hicieron constar que, para incrementar su productividad, las pyme optaron por disminuir los desperdicios para lograr mayores proporciones de frutas de exportación, tecnificaron el campo, capacitaron a su personal, rompieron las barreras sanitarias para acceder a mercados internacionales, generaron centros logísticos agrícolas e implementaron el Benchmarking. El 50 por ciento dice no exportar por los altos costos en logística, distancias y transporte, otro 25 por ciento habla de la falta de capacitación y las tasas impositivas. Se concluyó que las pyme necesitan ser capacitadas en cuanto al desarrollo productivo y mejora en estándares de calidad.

La investigación citada se vincula a la planteada, ya que implica que la capacitación del personal, la tecnología y mejorar los estándares de calidad, es decir mejorar sus procesos productivos y con esto se logra la productividad, la cual puede lograr aumentar el potencial exportador de las mipyme.

Un segundo antecedente corresponde al estudio de Olyanga et al. (2022) *“Innovativeness and export competitiveness in the East African Community. Modern Supply Chain Research and Applications”* se describió como cuantitativo y de nivel explicativo, longitudinal. Su muestra fue tomada de los indicadores del Banco Mundial, mediante una guía de análisis documental. En sus resultados se implicó que se observaron bajos niveles en la transformación del producto para agregarle valor, las empresas ven incrementar su competitividad cuando mejoran su innovación, además, el proteger los derechos de patente y el uso de internet en el país que exporta también afectan su productividad. Se concluyó que la competitividad de las exportaciones son predichas por la innovación en el país importador y exportador, además de los derechos de patente en las exportaciones.

La investigación citada se vincula a la planteada porque relaciona la innovación, calidad, los derechos de autor, patentes y el uso de la tecnología de información que en este caso es el acceso a internet con la competitividad.

Un tercer antecedente corresponde a la investigación de Irshad et al. (2018) *“Competitiveness of Pakistani rice in international market and export potential with global world: A panel gravity approach”* siguió un enfoque cuantitativo y descriptivo. Atendió una muestra de 144 países, basado en el análisis documental del Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. En sus resultados, obtuvo que la mayor competitividad según su indicador RCA (ventaja comparativa revelada) , que mide la relación entre el total de exportaciones de un commodity de un país y en el denominador el total de exportaciones del mismo commodity del mundo. Pakistán

obtuvo a nivel de todos los exportadores evaluados, que se encuentran por encima del 60 por ciento; así también, cabe destacar que Pakistán tiene el quinto lugar entre los grandes exportadores de arroz de Asia con una contribución del 9.2 por ciento. Se concluyó en el presente estudio que Pakistán tiene una gran ventaja comparativa y competitiva, con un RCA (ventaja comparativa revelada) promedio de 66.4, entre los exportadores de arroz en el mundo y su primer lugar en competitividad que se ven reflejados en sus beneficios de sus exportaciones.

La investigación citada se vincula a la planteada, ya que el RCA es la ventaja comparativa revelada es un indicador de competitividad que está relacionado a lo financiero porque son los resultados de las exportaciones en cifras de lo que exporta Pakistán con el resto del mundo y al tenerlo en una magnitud alta y tratar de aumentarlo puede lograr un potencial exportador en otros mercados internacionales.

Un cuarto antecedente corresponde al trabajo de Marcel y Liseras (2020) "Mejorar el desempeño innovando y exportando: evidencia en empresas industriales argentinas" fue cuantitativo, longitudinal y tuvo alcance explicativo. Su muestra se conformó con 315 pequeñas y medianas empresas. Se obtuvo sus datos con cuestionarios y documentos relevantes. En sus resultados, para el primer modelo estimado, se reconoció que el comportamiento innovador se ve impactado por las exportaciones, la innovación también incide en la internacionalización de las firmas, tanto la exportación, como la innovación se complementan para mejorar el desempeño de las empresas. Se concluyó que las políticas de gobierno deben

enfocarse en integrar a las empresas para añadir conocimiento proveniente de mercados extranjeros.

La investigación citada se vincula a la planteada porque hay una relación entre la innovación y organización de la empresa enfocada a mejorar la productividad y el potencial exportador que es la internacionalización que conduce a la apertura de nuevos mercados extranjeros.

Un quinto antecedente se refiere a el estudio de Barbosa et al. (2018) "Diagnóstico financiero y desempeño exportador de las mipymes colombianas". Fue de enfoque mixto, con predominancia de lo cualitativo y llega a un nivel exploratorio. La muestra fue constituida por 28 compañías mipyme, a quienes se les aproximó con cuestionarios. En sus resultados se conoció que el 82 por ciento de empresas no tiene certificados de calidad, el 43 por ciento no presenta conocimiento de la oferta exportable para sus productos, el 32 por ciento no identifica su posición arancelaria y el 46 por ciento todavía no posee clientes en mercados externos, el 64 por ciento no tiene políticas de inventarios y el 57.1 por ciento no tiene política de cartera, el 71 por ciento no mide su rotación de cuentas por pagar. Se concluyó que la condición financiera de estas firmas no garantiza que esten preparadas para exportar.

La investigación citada se vincula a la planteada porque se observa que la condición financiera se vincula estrechamente con el potencial exportador

1.1.2. Antecedentes nacionales

Un primer antecedente es la tesis de Torres (2021) “Cultura exportadora y su relación con la competitividad comercial de la empresa World Fruit Peruvian Products del distrito de Hualmay, 2020” tuvo en su metodología, un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, alcance correlacional y tipo básico. Para recolectar sus datos necesarios, usó el cuestionario en un total de 30 empleados de una empresa. En sus resultados se conoció que, con un 40 por ciento de empleados, la empresa se informa de los nuevos mercados internacionales que puede aprovechar, el 50 por ciento dice que, solo a veces, la empresa muestra habilidad para identificar oportunidades de expansión, el 60 por ciento considera que tiene un nivel regular en las certificaciones necesarias para exportar, el 66.7 por ciento dice no conocer el marco regulatorio internacional, casi nunca invierte en educar a sus trabajadores (50 por ciento) y nunca contrata personal de alta preparación (53.3 por ciento), el 80 por ciento observó que, solo a veces, se optimizan costos. Se concluyó una cultura exportadora y una competitividad comercial relacionadas positivamente con un coeficiente de correlación en R igual a 0.67.

La investigación citada se vincula a la planteada porque al capital humano le falta preparación y este se encuentra vinculado al potencial exportador. Por otro lado, en el caso de la calidad se requiere obtener las certificaciones con la finalidad de implementar procesos sobre una base de estándares de calidad y poder exportar. Finalmente, con respecto a la organización no existen políticas de la empresa

enfocados a la cultura exportadora, que son necesarias para poder internacionalizarse.

Un segundo antecedente es la tesis de Castro (2019) "Potencial exportador de la Asociación de Artesanos Productores del Fundo El Fierro Arequipa, Perú, 2019" fue cualitativa, transversal con un diseño no experimental. El cuestionario fue el instrumento empleado para recoger datos de 40 artesanos. Sus resultados mencionaron que el potencial exportados de la asociación de artesanos evaluada fue bajo-medio, a razón de su desfavorable condición financiera, posibilidad de mejora en cuanto a la relación con sus clientes, poca proactividad para responder a las oportunidades y amenazas de mercado, falta de información actualizada de los clientes. Por lo cual, se concluyó que existió poca factibilidad de acceder a mercados internacionales para los asociados

La investigación citada se vincula a la planteada porque se menciona al factor financiamiento y en este estudio en particular es un elemento que carece la asociación y le genera poco acceso a mercados internacionales. Por otro lado, es importante mencionar que la asociación carece de un nivel competitivo debido a la falta de políticas orientadas a la buena relación con los clientes y un análisis FODA sobre mercados internacionales que les permita internacionalizarse.

Un tercer antecedente es la tesis de Mendivil (2021) "Relación entre la competitividad y el potencial exportador de una empresa exportadora de prendas de vestir de fibra de Alpaca, Cusco, 2021" fue cuantitativo, corte transversal, diseño no experimental, con un nivel correlacional y descriptivo. Se aplicó el cuestionario en un total de 45 empleados de la empresa. En sus resultados se comprobó que la

competitividad y el potencial exportador tuvieron un desempeño regular, la primera variable en su dimensión performance tuvo relación positiva con el potencial exportador ($r=0.74$), lo mismo que la dimensión de recursos ($r=0.78$) y el potencial de innovación y creación de valor ($r=0.79$). La conclusión fue que la competitividad se relaciona positivamente con el potencial exportador ($r=0.74$).

La investigación citada se vincula a la planteada porque el performance, dimensión de recursos e innovación y creación de valor son factores de competitividad y se relacionan con el potencial exportador. Por otro lado, en la presente tesis se analizan otras dimensiones indirectamente relacionadas como son: el capital humano, financiamiento, calidad, organización y tecnología que son también factores de competitividad y estas se relacionan con el potencial exportador.

Un cuarto antecedente es la tesis de Oliva y Tavera (2019) "Impacto en la competitividad de las exportaciones de uva en la Región Ica a raíz del desarrollo portuario del Puerto General San Martín" se definió con un enfoque mixto, con una etapa cualitativa y otra cuantitativa, y con un alcance descriptivo. La muestra de 14 empresas fue abordada mediante cuestionarios y entrevistas. En sus resultados describió que el 71 por ciento ve en la innovación un elemento de importancia para su rubro, las mejoras en el terminal portuario de San Martín harían que disminuyan costos, ya que dejaría de exportar desde el Callao, el 71 por ciento cree que se necesita de investigación y desarrollo para darle competitividad al sector de la uva, el mismo porcentaje no cree que los costos logísticos del puerto sean competitivos. Se concluyó que hubo relación significativa entre el desarrollo del puerto y la competitividad exportadora de uva en la región de Ica.

La investigación citada se vincula a la planteada porque se mencionan temas de costos logísticos que están relacionados a temas financieros, precio final competitivo que se relacionan a la competitividad. Además, el conocimiento de los mercados, clientes, procesos internos y el aprendizaje y crecimiento también se encuentran relacionados con el potencial exportador

Un quinto antecedente es la investigación de Márquez et al. (2020) "Competitividad de la tara peruana en el comercio internacional, período 2010-2018. Fue cuantitativa, con un nivel descriptivo y transversal. Como instrumento se optó por la guía de análisis documental en una serie de reportes e informes de instituciones gubernamentales. En sus resultados confirmó que no hay competitividad en la tara peruana, ya que su producción ha ido descendiendo desde 2010 hasta 2018, mientras que su valor FOB ha ido incrementándose en el mismo periodo, asimismo, no alcanzó a cumplir con los doce pilares de competitividad del Foro Económico Mundial. Se concluyó que todavía no se puede referir el avance a la obtención de ventajas competitivas, en lugar de comparativas en el sector de la Tara peruana.

La investigación citada se vincula a la planteada porque analiza el tema de la competitividad de la tara y sus 12 pilares y esto está relacionado a su valor FOB de exportación que va en aumento y para ser más competitivo el precio de exportación debería disminuir y está relacionado a los costos que son parte del factor financiero y el mercado que se relaciona con la competitividad del producto.

1.2 Bases teóricas

1.2.1. Competitividad

1.2.1.1. Definición

La competitividad es un concepto que engloba dos niveles principales, el nivel empresarial y el nivel nacional. El primer caso (enfoque de la presente investigación), referencia a cómo se desempeñan las empresas en cuanto a su gestión estratégica. La competitividad empresarial se define como la capacidad de una compañía de equilibrar sus beneficios con la satisfacción de las preferencias de sus clientes. Esto significa que necesariamente se tendrá que ofrecer bienes y servicios valorados por sus clientes, por encima de los que ofrece la competencia, adicionalmente, reconoce que la empresa deberá adaptarse a los cambios sociales y económicos de su entorno (Chikán et al., 2022, p. 2).

El enfoque macroeconómico de la competitividad apunta al crecimiento de la productividad de una nación, para ello, estudia las políticas económicas adecuadas para promover ambientes que mejoren el desempeño de las empresas; mientras que el enfoque microeconómico se concentra en el logro de eficiencia de las empresas, así como en la optimización de sus tasas de retorno al capital y la participación en el mercado, para ello tendrá que propiciar esfuerzos en crear ventajas competitivas mediante estrategias empresariales (Ubieta y Leiva, 2019, p. 96).

La competitividad se entiende como una cualidad de las compañías eficientes y se asocia al proceso en el que varias empresas compiten entre ellas. Es su capacidad para mantener su funcionamiento en ambientes competitivos, de ofrecer y

efectivizar ventas de productos en mercados en los cuales su competencia también coloca productos semejantes (Stawasz, 2019, p. 63).

1.2.1.2. Importancia

La competitividad empresarial sirve como característica que asegura su desarrollo sostenible. Su importancia ha derivado en la búsqueda de conocer sus determinantes. En este aspecto, se ha reconocido que hay factores internos y externos que influyen. Los externos implican no solamente a las empresas competidoras, sino al entorno microeconómico y macroeconómico. Los internos agrupan las capacidades propias de la entidad, que van desde sus recursos, hasta sus conocimientos y competencias (Stawasz, 2019, pp. 63-64). Las estrategias escogidas en aras de la competitividad de una empresa, sirven para alcanzar beneficios competitivos, expanden las operaciones de la empresa, le suman participación en el mercado y rentabilidades elevadas (Liu et al., 2022, p. 3).

1.2.1.3. Aspectos teóricos de la competitividad

Teoría de las 5 fuerzas de Porter

En el mundo de los negocios se ha reconocido como uno de los modelos teóricos pilares de estrategia empresarial a la teoría de las cinco fuerzas. Su finalidad consiste en describir el ambiente competitivo de las compañías en función de cinco elementos, que corresponden a las cinco fuerzas de Porter que se crearon en la década de 1970 por Michael Porter. Dichas fuerzas son motivadoras de la competencia, a la vez son amenazas para la empresa y su capacidad de generar utilidades. Para el autor, si una firma es consciente de las fuerzas puede mantener una posición en la industria, exponiéndose poco a los ataques.

Las cinco fuerzas son: la rivalidad, los consumidores o compradores, el poder de negociación de los proveedores, los sustitutos y la amenaza de nuevas empresas entrantes (Shi et al., 2021, pp. 1-3).

Los compradores ejercen un poder sobre la empresa, dicho poder suele incrementarse en industrias que presentan pocos compradores de grandes volúmenes, además, sucede lo mismo en mercados con productos homogéneos con bajos costos de cambio, se puede actuar contra este poder mediante la diferenciación y fidelización. Los proveedores tienen el poder de subir sus precios y limitar la calidad de los bienes producidos con base en sus insumos, podrían incluso minimizar las ganancias de una industria, este poder se incrementa cuanto menor es el número de proveedores y para reducir la amenaza, la empresa puede integrarse hacia atrás, en un modo de integración vertical. Los productos sustitutos son una amenaza, porque los compradores perciben utilidades similares de ellos, por lo que suelen escoger los precios menores (Goyal, 2020, pp. 149-150)

En un contexto de globalización, la amenaza de nuevos entrantes es alta, esta ocasiona que la industria disminuya sus precios y rentabilidad, así como su cuota en el mercado, o incluso expulsar a empresas de él, ante ello, la empresa puede optar por construir lealtad de su marca o asegurarse de un mayor acceso a canales de distribución. Por último, la fuerza de la rivalidad hace que el potencial de rentabilidad de la industria disminuya, el grado en el que hay rivalidad varía según la cantidad de competidores, la cooperación entre ellas es poco plausible, aunque se puede enfrentar enfocándose en segmentos distintos de mercado (Goyal, 2020, p. 150).

1.2.1.4. Dimensiones de la competitividad

La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).

1.2.1.4.1. Capital humano

El capital humano hace referencia a las habilidades, el conocimiento y la salud acumulados por las personas, factores que posibilitan desarrollar el potencial de cada individuo. Adam Smith señalaba que estudiar, educarse y aprender son gastos que son el capital del hombre, debido a que, mediante estas acciones se adquieren talentos, suponen la fortuna de una comunidad (World Bank, 2018, p. 50). En entornos competitivos, la empresa debe ser capaz de gestionar el conocimiento, y cuanto más se internacionalice una empresa, será más crucial que invierta en capital humano. Es por esto que cada vez hay más conciencia sobre el rol que cumple el capital humano en las empresas, ello implica tomar en cuenta el valor humano y la inversión en la trayectoria profesional para impactar en la productividad (Benites et al., 2020, p. 212).

Sus indicadores son: (i) capacitación del personal, que se refiere a la participación del personal en charlas de capacitación o la apertura de programas para capacitarlos son de importancia para este indicador, además, de la adopción de prácticas que motiven el entorno de trabajo; (ii) evaluación del desempeño, es la forma en la que se rinden cuentas en las distintas áreas de una organización (Garengo et al., 2022, p. 3059). Busca la comparación entre la expectativa de los

empleados con sus resultados reales, es por ello que la empresa debe tener en claro lo que espera de sus empleados (Silva y Limão, 2020, p. 39405).

1.2.1.4.2. Financiamiento

La dimensión de financiamiento de las empresas se refiere a sus capacidades para generar sus propios fondos y para solicitar préstamos. Su relevancia se encuentra en que, gracias a los recursos financieros, podrá haber normalidad en las operaciones de la empresa, se logrará la planificación, medición y control de su desempeño y la compra de materiales y equipos (Rangel, 2018, p. 42). Además, gestionar adecuadamente los costos de la empresa facilita el desarrollo de ventajas competitivas y amplía la perspectiva para fijar más estrategias para emprender. Acceder a recursos financieros con menores costos y condiciones flexibles provee ventajas competitivas sólidas (Benites et al., 2020, p. 213).

Sus indicadores son: (i) evaluación contable, la empresa debe saber la situación en la que se encuentra internamente y en comparación a su entorno, para ello es importante que se mantenga una transparente y actualizada información financiera, las decisiones tienen que tomarse de acuerdo a la situación en la que se encuentre; (ii) financiamiento externo, se refiere a la capacidad de reconocer oportunidades de financiarse, ya sea con instituciones financieras o con proveedores, siempre evaluando su capacidad de pago y considerando si puede autofinanciarse en las nuevas innovaciones (Rangel, 2018, p. 42).

1.2.1.4.3. Calidad y organización

La calidad es el proceso a través del cual se busca que los productos y servicios que la empresa ofrece sean de alta calidad, promueve la reducción de costos y a

la vez, que los clientes estén satisfechos, para ello, mide resultados y fomenta que los empleados participen. Además, la organización se refiere a las capacidades de la empresa para desarrollarse en ambientes de competencia, se trata de la generación de estrategias, la búsqueda de formas para disminuir los costos y la captación de oportunidades para encontrar nuevos recursos (Zuñiga et al., 2019, pp. 200-201).

Sus indicadores son: (i) logística, incluye la planificación, implementación y control del flujo de materiales y productos que ofrece la empresa, desde un punto de partida hasta otros de destino, con el objeto de lograr la satisfacción del cliente al final, con un margen de ganancia (Klain y Verma, 2018, p. 3812) ; (ii) alianzas estratégicas, se definen como relaciones voluntarias establecidas entre dos o más entidades autónomas, que suelen ser empresa, con el fin de lograr objetivos que beneficien a todas las partes, tanto de manera individual como mutua (He et al., 2020, p. 590); (iii) convenios institucionales son acuerdos que le otorgan obligaciones específicas y beneficios a alguna entidad, puede tratarse de acuerdos de cooperación, intercambios institucionales o vínculos externos (Universidad de Costa Rica, 2020, pp. 1-3)

1.2.1.4.4. Tecnología

La innovación en la tecnología que usa una empresa puede determinar su extinción o supervivencia. La tecnología es una opción coherente con la reducción de costos y la adaptación a entornos nuevos, donde cada vez son más relevantes (Xu et al., 2019, pp. 4-5). Gracias a las tecnologías de información, las pequeñas y medianas empresas mejoran su comunicación con sus clientes y proveedores, además, que,

de forma interna, también logran optimizar sus flujos de información. En consecuencia, se ha observado en estudios anteriores que la tecnología aumenta la productividad, el valor de la empresa y su rentabilidad (Benites et al., 2020, p. 213).

Sus indicadores son: (i) correo electrónico, es un recurso para compartir publicidad y promociones sobre los productos de la empresa, cada vez se hace más relevante que los correos sean personalizados para retener al público objetivo, ofrece la ventaja de ser de bajo costo; (ii) página web, es un medio en línea, mediante el cual se puede difundir información sobre la empresa y los productos, es mejor si presenta videos, imágenes y formas de contacto con la fuerza de ventas, todo lo que facilite acercarse al cliente; (iii) redes sociales, sirven como un canal de contacto con los clientes potenciales de la compañía, gracias a las redes sociales ellos pueden conocer detalles sobre los productos y sobre el prestigio de la marca (Santistevan et al., 2022, p. 56); (iv) banca electrónica, se refiere al uso de los teléfonos, cajeros electrónicos y demás medios electrónicos que permiten llevar a cabo transacciones en bancos en tiempo real (Quintero y Mejía, 2022, p. 2), en general, el comercio electrónico genera ventajas para el negocio porque fomenta la mejor relación con los grupos de interés (Benites et al., 2020, p. 213).

1.2.2. Potencial exportador

1.2.2.1. Definición

Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital

social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados, también se suele evaluar que una empresa con potencial para exportar tenga disponibilidad de productos, clientes en otros países, conoce la posición de aranceles de los productos que ofrece (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445). Para que una firma califique con potencial para exportar debe, necesariamente, ser productiva, de modo que permita solventar sus costos por ingresar al mercado extranjero. Las empresas comienzan a exportar en cierto punto en el que las sobrepasan un umbral de productividad, sin embargo, otros autores han encontrado como un elemento determinante del éxito de dichas empresas, su tamaño, ya que permite acceder a préstamos internacionales (Brakman et al., 2020, p. 37).

1.2.2.2. Importancia

Las empresas requieren medir sus indicadores de eficiencia de todos aquellos factores que las habiliten de competir con más probabilidad de éxito en los mercados externos. Esto cobra mayor importancia al conocerse que las empresas que exportan tienen un desempeño más relevante que aquellas que no lo hacen, pagan salarios promedio más altos, buscan más la innovación, son más productivas y usan más capital (Brakman et al., 2020, p. 36). La notabilidad que se le ha entregado a las exportaciones es tal que los gobiernos siguen aplicando políticas públicas que promuevan el éxito de las empresas en mercados internacionales, mediante el ofrecimiento de oportunidades y la promoción de incentivos que faciliten el proceso de adaptación de estas empresas a nuevos ambientes de negocios (Faroque et al., 2021, p. 1371).

1.2.2.3. Aspectos teóricos del potencial exportador

Teoría de la visión basada en los recursos

Surgió con el propósito de explicar cuáles son las fuentes que explican las ventajas competitivas de las firmas. Plantea que las empresas tienen distintas distribuciones de recursos, lo cual tiene implicancias en su desempeño. Dichas diferencias serían las que expliquen por qué unas superan a otras. Las empresas se diferencian por las capacidades internas y recursos que poseen, los mismos que pueden desarrollarse o adquirirse, dependiendo de la estrategia que seleccionen e implementen (Ubieta y Leiva, 2019, pp. 96-97).

Se pueden descomponer los elementos de la teoría para expresarlos de forma clara: (i) las compañías tienen recursos de forma heterogénea, (ii) dichos recursos permiten disponer y ejecutar estrategias, (iii) estas estrategias podrían ser semejantes o distintas, más nunca iguales, (iv) las distintas estrategias reflejan diferentes niveles en su desempeño, (v) el desempeño depende de sus recursos, (vi) esos recursos son inimitables, no sustituibles, escasos, valiosos, apropiables, duraderos y móviles, y (vii) aquellas empresas con ventajas competitivas se benefician con mayores rendimientos de sus ingresos (Gupta et al., 2018, p. 2).

Además, los recursos de la empresa y su gestión predicen su desempeño. En diversos estudios previos se ha estudiado la relación que existen entre los programas que promueven la exportación y el reforzamiento de las capacidades de las pequeñas y medianas empresas. Los recursos con los que cuenta la empresa son la base para la provisión de estrategias que las ayuden a desenvolverse con eficiencia en los mercados internacionales. En ese sentido, los programas que

insten en la preparación de las pyme deben ayudar a crear estrategias eficaces a partir del uso de sus recursos, que conlleven a su mejor actuación en los mercados externos. Por lo tanto, el cómo administren sus recursos estas compañías influye en el desempeño de sus estrategias de internacionalización (Catanzaro y Teyssier, 2020, p.6).

1.2.2.4. Dimensiones del potencial exportador

El potencial exportador se dimensionó de acuerdo a Osejos y Baque (2022) y Ghiglione (2021) en cuatro elementos, el mercado, aprendizaje y crecimiento, clientes y procesos internos.

1.2.2.4.1. Mercado

Para ingresar a comercializar sus productos en el exterior, las empresas deben tener ciertas capacidades para explorar sus mercados, el conocimiento y la experiencia internacional son factores clave para ser más competitivo en tal entorno, de faltar ello, tendrá que enfrentar más dificultades en el proceso (Mota et al., 2021, p. 1). Sus indicadores son: (i) conocimiento del mercado, la empresa debe haber llegado a un nivel de madurez que le permita conocer distintos escenarios en el mercado, además, debe contar con un desarrollo organizativo sólido, es mejor si sus directivos tienen experiencia previa en mercados internacionales; (ii) comercio exterior, la empresa puede considerar alianzas estratégicas en el exterior para posicionarse en menos tiempo, debe considerar amenazas de tipo político o institucional en el país a exportar (Mota et al., 2021, p. 6); (iii) competitividad del producto.

1.2.2.4.2. Aprendizaje y Crecimiento

La empresa es capaz de identificar ciertos activos intangibles que le ayudarán a formular estrategias que creen valor en sus procesos interno. Para ello realiza un análisis a su capital humano, al capital de la organización (clima laboral) y al capital de información (los sistemas de la empresa) para ampliar su perspectiva (Berková et al., 2017, p. 1843). Sus indicadores son: (i) flujo de información, es el conocimiento que posee la empresa sobre sus distintas áreas y entorno, contribuye a su competitividad porque fundamenta la mejor toma de decisiones (Vásconez et al., 2020, p. 312); (ii) gestión de capacitación y competencias, se refiere a que, en un entorno competitivo, es menester que los trabajadores estén adecuadamente capacitados según las competencias que amerita su cargo (Tarazona, 2019, p. 94); (iii) condiciones colaborativas internas, se refiere al aprendizaje mutuo entre los empleados, al ingresar al mercado extranjero se necesita recorrer nuevos conocimientos prácticos y se necesitará la cooperación de todos para lograrlo, es importante que se respeten las ideas y se valoren los conocimientos (Lawrence et al., 2022, p. 9).

1.2.2.4.3. Clientes

La empresa debe definir quiénes serán sus clientes, es decir, a quiénes desea vender su producto. Para ello la empresa considera como indicadores a medir, a la cuota de mercado, la obtención de clientes nuevos, su satisfacción, su retención y la rentabilidad (Berková et al., 2017, p. 1842). Sus indicadores son: (i) análisis de proveedores, la empresa sigue un proceso para esto, identifica sus necesidades y especificaciones técnicas, luego identifican un conjunto de empresas proveedores que satisfacen sus criterios, para realizar después una selección final (Suraraksa y

Shin, 2019, p. 3); (ii) análisis de la satisfacción del cliente, la empresa debe construir encuestas recogiendo la percepción de los clientes respecto a sus productos, asimismo, contar con un indicador que mida la cantidad de quejas; (iii) calidad del servicio, la empresa debe medir sus tiempos de entrega, el porcentaje de productos comprados con devolución (Berková et al., 2017, p. 1842).

1.2.2.4.4. Procesos Internos

Los procesos internos se refieren a las actividades necesarias para la producción de un bien, se incluyen no solamente los procesos operativos y postventa, sino también las actividades de innovación que se añaden; se hace necesario medir los plazos de las entregas, producción buena entre la total, las tasas de pérdidas de desechos de los materiales, tasa de productos defectuosos, entre otros (Berková et al., 2017, p. 1843). Sus indicadores son: (i) operaciones productivas, como lo menciona el anterior autor, se debe evaluar las tasas de pérdidas de desecho de materiales, los productos defectuosos y los buenos; (ii) condiciones logísticas, que no incluyen solamente las entregas de los productos hasta los clientes desde la zona de producción, sino también cómo se genera valor en el proceso (Fontalvo et al., 2019, pp. 103-104); (iii) condiciones tecnológicas, evalúa si la empresa concibe la reestructuración tecnológica de sus áreas, para que circule mejor la información y comunicación, además de la inserción de software que faciliten la gestión y el control (Cano, 2018, p. 502).

1.3 Definición de términos básicos

Competencia: es el proceso en el que las empresas rivalizan. Se entiende como un proceso con dinamismo perpetuo en el que las empresas se involucran para ser

más eficientes que otras. Las que no llegan a ser suficientemente eficientes saldrán del mercado y serán sustituidas por otras entrantes con mayor eficiencia. En ese contexto, todas se amenazan para fomentar la mejora (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2021, p. 10).

Competitividad: La competitividad se entiende como una cualidad de las compañías eficientes y se asocia al proceso en el que varias empresas compiten entre ellas. Es su capacidad para mantener su funcionamiento en ambientes competitivos, de ofrecer y efectivizar ventas de productos en mercados en los cuales su competencia también coloca productos semejantes (Stawasz, 2019, p. 63).

Innovación: está comprendida como el desarrollo de nuevas ideas sobre productos, servicios o procesos. Su desempeño depende de la capacidad de las empresas de renovar o modificar sus actividades internas. Los trabajadores son parte del proceso innovador en las compañías (Saunila et al., 2020, p. 542).

Marketing digital: es una estrategia que usa las redes sociales, dispositivos, y otras herramientas para medir la satisfacción de los clientes, mejorar la relación con ellos por internet y ofrecer los productos por dichos canales, su uso adecuado contribuye a la productividad de los trabajadores (Santistevan et al., 2022, p. 55).

Potencial Exportador: Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia

entre mercados, también se suele evaluar que una empresa con potencial para exportar tenga disponibilidad de productos, clientes en otros países, conoce la posición de aranceles de los productos que ofrece (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445).

Productividad: se entiende como el resultado de un producto generado por un conjunto de insumos. Cuando se habla específicamente de productividad laboral, esto se refiere a la calidad del esfuerzo del factor de producción de mano de obra. La productividad total, por otro lado, es lo producido por las operaciones de una compañía (Saunila et al., 2020, p. 542).

Rentabilidad: es el indicador que refleja si una empresa tiene la capacidad de generar ingresos. La rentabilidad es un elemento de desempeño y es el objetivo principal de una empresa. Además, es el término que implica el progreso de ella, y su permanencia en el futuro cercano (Seissian et al., 2018, p. 126).

Cuota de mercado: es la división de los ingresos por ventas de una empresa entre el total de ventas del sector al que pertenece, multiplicado por cien. Además, este aspecto puede ser cuantificado con la cantidad de clientes o mediante el valor de las ventas en moneda (Freihat, 2020, p. 3210).

Transformación digital: se define como el cambio profundo y rápido de los procesos, competencias, actividades y modelos de comercio de las empresas, en aprovechamiento oportuno de las ventajas que otorgan las tecnologías digitales y su efecto en las sociedades (He et al., 2020, p. 590).

Ventaja absoluta: se muestra cuando hay una ventaja de costos absolutos entre dos países, si uno de ellos tiene un costo total menor, a este le convendrá producir dicho bien. El país que puede proveer un producto si puede producirlo y proveerlo al precio más costo más bajo en el mercado (Machado y Trigg, 2021, p. 378).

Ventaja comparativa: se refiere a la elección de qué producir se basa en el costo de oportunidad, aunque no exista ventaja absoluta en ningún bien, de optar por el bien con menor costo de oportunidad en relación con otro país, entonces ambos países se beneficiarán (Ren y Ma, 2018, p. 10).

Ventaja competitiva. Proviene de la aplicación de estrategias que una empresa realiza antes y a diferencia de sus competidores, lo cual permite que reduzca sus costos, explote oportunidades en el mercado y neutralice posibles amenazas propias del entorno competitivo (Zuñiga et al., 2019, p. 196).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

Hipótesis general

Existe relación significativa entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra,2023.

Hipótesis específicas

HE1: Existe relación significativa entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023.

HE2: Existe relación significativa entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023.

HE3: Existe relación significativa entre el capital humano y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra,2023.

2.2 Variables y definición operacional

Variable 1. Competitividad

La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).

Variable 2. Potencial exportador

Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está

determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados. (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Se optará por un diseño cuantitativo. El cual estudia los procesos de dinámica social, psicológica o económica desde la observación de patrones de números. Reúnen diversos datos numéricos, algunos intrínsecamente cuantitativos, como la edad, mientras que otros datos pueden tratarse de escalas, en ese caso solo son estructuras numéricas (como las encuestas de satisfacción) (University of Texas, 2022, p. 1). Los indicadores del trabajo de investigación se tratarán con escalas numéricas, por lo que será posible su tratamiento estadístico, lo que justifica el empleo de este diseño.

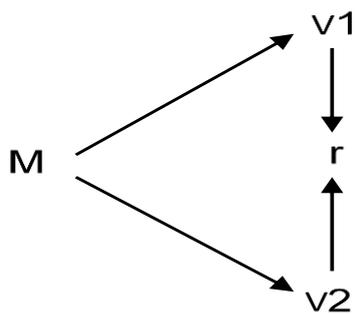
La investigación será de nivel aplicada. La cual se concentra en la producción de nuevo conocimiento, que sea más completo, gracias a que se comprenden mejor los principios que fundamentan los fenómenos. Normalmente, caracterizan a las investigaciones teóricas o las que recurren a la experimentación (Arispe et al., 2020, p. 62). Dicho ello, el estudio apuntará a comprender de mejor manera las teorías dadas respecto al tema para profundizarlas en un caso específico, que sirva de base a futuras investigaciones.

El tipo del estudio será correlacional. Tal estudio se propone observar la forma en la que se comporta una variable en relación con otra. Las hipótesis planteadas son también de correlaciones, además, no existen variables explicativas y explicadas, y ninguna de ellas es más importante que la otra (Arias y Covinos, 2021, p. 71). Se establecerá la asociación entre las variables de potencial exportador y la competitividad.

El enfoque de la metodología de la investigación será no experimental porque no se controlará las variables y ninguna es más relevantes que otra. Se considera que es apropiado el enfoque no experimental. El cual se caracteriza por investigar a las variables en su entorno natural, por eso también se llaman observacionales (Boon, 2019, p. 9). También se definirá como un estudio transversal. El mismo que reúne los datos convenientes al estudio en un único momento (Zangirolami et al., 2018, p. 357). Mencionado ello, las variables no se modificarán, solo se medirán tal cual su condición natural y esto se hará en una sola ocasión.

Figura 1

Esquema de relación de las variables



Fuente: Elaboración Propia

Donde:

M : Muestra

V1 : Competitividad

V2 : Potencial exportador

r : Relación.

Esta investigación se hará de forma presencial, encuestando a las empresas medianas y pequeñas exportadoras del Emporio Comercial de Gamarra, mediante encuestas impresas, el cual serán llenados de acuerdo a sus respuestas.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 Población

La población en las investigaciones es un conjunto de sujetos, instituciones, empresas u objetos a los que se pretende conocer. Para definirlos se deben mencionar características que ellos compartan, puede tratarse de etnia, nacionalidad, rango de edad, ocupación, profesión, entre otros (Casteel y Bridier, 2021, p. 343).

Para conocer más sobre la población en estudio y las características que tienen, revisaremos la siguiente referencia de hace 5 años del INEI.

En el 2017, En Gamarra existía un total de 1440 medianas y pequeñas empresas (pyme) con vinculación a la actividad de exportaciones e importaciones. Eran únicamente 99 empresas exportadoras, 212 empresas solo importadoras y 1129 empresas que se dedicaban a ambas actividades. (INEI 2017)

Ahora los datos del 2021 que son los más actualizados que brinda la Cámara de Comercio de Lima en su revista:

En el Emporio Comercial de Gamarra existían más de 40.000 locales que utilizaban 100.000 personas aproximadamente. En el 2021 las exportaciones del sector textil y confecciones llegaron a US\$ 1.728 millones FOB, representando un aumento del 65%, donde se comprometen 1.720 empresas que exportan a 110 mercados fuera del país. (CCL 2021).

3.2.2 Muestra

Con esto tenemos 1440 empresas en las 2017 y 1720 empresas en el 2021 que tienen rasgos de empresas solo exportadoras pequeñas y medianas, aun así, se ha considerado como población las empresas fabricantes y exportadoras que han exportado bajo los siguientes criterios de inclusión y exclusión:

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión de las pyme exportadoras del Emporio Comercial de Gamarra

Criterios de inclusión y exclusión

1. Perfil de empresa fabricante y exportadora
2. Empresas con más de 5 años comercializando sus prendas al mercado internacional
3. Que sean considerados exportadores frecuentes

Fuente: Hernández, 2014

El muestreo que se realizará será probabilístico. Toda vez que en la selección de quienes formarán parte de la muestra, se conoce sus probabilidades de ser incluidos. Su selección es al azar, por lo que es, igualmente, probable para todos ser escogidos (Casteel y Bridier, 2021, p. 347). A fin de los resultados sean representativos, eso quiere decir que el investigador escogerá al azar a quienes formarán parte de la encuesta, tomando en cuenta los criterios de inclusión y exclusión antes expuestos.

Como se menciona en el párrafo anterior, a partir de los criterios de inclusión y exclusión ha permitido que la población en estudio únicamente considere aquellas empresas que cumplan con la condición de ser potenciales exportadores, así como también como fabricantes y exportadoras, así como también con 5 años comercializando con el mercado internacional y de manera frecuente. Con lo cual se concluye que las demás empresas que se encuentren en las 1720 empresas como dice la INEI no se consideran dentro del presente estudio de investigación por los criterios antes expuestos.

La población que abordará el estudio son las pequeñas y medianas empresas exportadoras del Emporio Comercial de Gamarra según los criterios de inclusión y exclusión mencionados anteriormente que son 170, cabe resaltar que estas empresas cumplen con los criterios. La cantidad de elementos de la muestra se calculó por muestreo probabilístico para poblaciones finitas, con criterios de inclusión y exclusión de la siguiente manera:

Tabla 2

Valores numéricos de la formula estadística muestral

Carácter	Valor numérico
E (5%)	0.05
Z (95%)	1.96
P	0.5
Q	0.5
N	170

Fuente: Arias, 2021

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot xPxQxN}{E^2x(N-1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \cdot xPxQ}$$

Sustituyendo los valores numéricos en la fórmula estadística muestral: $n = 118$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z \alpha = 0.05 = 1.96$

P / Q: prevalencia esperada del parámetro a entrar en evaluación, en caso de no conocer ($p = 0.5$), que hace mayor el tamaño muestral q: $1 - p$ (si $p = 50\%$, $q = 50\%$)

E: margen error que se estima cometer si es del 5%, $e = 0.05$.

Con lo cual nuestra muestra con nivel de aceptación del 95% y margen de error del 5% se obtiene 118 empresas los cuales se ha podido encuestar en su totalidad.

La muestra son las unidades que se seleccionan para ser representativas del total de la población, por ello debe aclararse cuántas unidades se seleccionarán para ser las que realmente se evalúen (Casteel y Bridier, 2021, p. 350).

Tabla 3*Muestra poblacional del estudio de investigación*

Unidad de investigación	Población	Muestra
	Empresas pequeñas y medianas del sector textil bajo criterios de exclusión e inclusión	Muestra de las empresas pequeñas y medianas del sector textil bajo criterios de exclusión e inclusión
TOTAL	170	118

Fuente: Elaboración propia

3.3 Técnicas de recolección de datos

Ante la necesidad de contar con los datos suficientes expuestos en la muestra, se requerirá de una técnica, la cual será la encuesta. Gracias a ella, el estudioso tiene la posibilidad de recolectar los datos con encuestas diseñadas con anterioridad, su información se representa después, a través de tablas o gráficas (Guillén, 2020, p. 71). Además, como se mencionó su instrumento será la encuesta. Es un formato con interrogantes útiles para la medición de las variables, su aplicación podría ser presencial o por medio de internet (Sánchez et al., 2018, p. 41). Se ha preparado un par de encuestas para las mediciones de dos variables.

La encuesta de la variable de competitividad tiene 18 ítems, para medir un total de tres dimensiones y, a su vez, 9 indicadores. Cada uno de los ítems cuenta con cinco posibles respuestas, con una escala numérica del uno (1) al cinco (5), en el orden respectivo significan: totalmente en desacuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo. La segunda encuesta contiene 18 ítems para tres dimensiones y 9 indicadores. Las posibles respuestas también se encuentran en una escala numérica Likert del 1 al 5, con su siguiente significado: totalmente en desacuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo.

Ambos instrumentos pasarán por la evaluación de validez y confiabilidad. Estos conceptos están relacionados de forma cercana. El primero se refiere a la efectividad con la que el instrumento cumple su cometido de medir cierta variable. La confiabilidad, por otro lado, se refiere a cuán estable es el instrumento en sus resultados si se aplica en repetidas oportunidades para condiciones similares (Sürücü y Maslakçı, 2020, pp. 2696-2707). La validez será comprobada por un juicio de expertos, los resultados de sus evaluaciones se colocarán en los anexos de este documento. La confiabilidad se acreditará mediante el Alfa de Cronbach.

Figura 2

Modelo de presentación de recolección de datos

	TD	ED	NA	DA	TA	
Totalmente en desacuerdo						Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

1. **TD:** Totalmente en desacuerdo
2. **ED:** En desacuerdo
3. **NA:** Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. **DA:** De acuerdo
5. **TA:** Totalmente de acuerdo

Este cuestionario tiene como finalidad recolectar todos los resultados de las variables objetos de estudio, a continuación, se presentan la estructura de la encuesta.

Figura 3

Estructura de la encuesta

Financiamiento	Pregunta 1
	Pregunta 2
	Pregunta 3
	Pregunta 4
	Pregunta 5
	Pregunta 6
Calidad y Organización	Pregunta 7
	Pregunta 8
	Pregunta 9
	Pregunta 10
	Pregunta 11
	Pregunta 12
Capital Humano	Pregunta 13
	Pregunta 14
	Pregunta 15
	Pregunta 16
	Pregunta 17
	Pregunta 18
Mercado	Pregunta 19

	Pregunta 20
	Pregunta 21
	Pregunta 22
	Pregunta 23
	Pregunta 24
Clientes	Pregunta 25
	Pregunta 26
	Pregunta 27
	Pregunta 28
	Pregunta 29
	Pregunta 30
Procesos Internos	Pregunta 31
	Pregunta 32
	Pregunta 33
	Pregunta 34
	Pregunta 35
	Pregunta 36

Fuente: Elaboración propia

Validez

La validez del instrumento se determinó a partir de la valoración por parte de tres expertos en el área a estudiar en la presente investigación:

Experto 1

Nombre: Dra. Baca Neglia América Silvia

Cargo: Docente en Universidad de San Martín de Porres

Experto 2

Nombre: Mg. Edwar Soto Polo

Cargo: Docente en Universidad de San Martín de Porres

Experto 3

Nombre: Mg. Roberto Zagal Pastor

Cargo: Docente en Universidad de Lima

Confiabilidad

La confiabilidad se determinará de acuerdo con la prueba de Alfa de Cronbach, la cual se emplea con instrumentos con escala de Likert, ya que los valores numéricos que se obtienen van desde 0 hasta 1, donde el 0 significa que el instrumento tiene una confiabilidad nula y el 1 significa que el instrumento tiene una confiabilidad total. Posterior a la aplicación del análisis de Alfa de Cronbach para cada instrumento, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4

Alfa de Cronbach del primer instrumento de la variable independiente competitividad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.788	18

Fuente: Elaboración propia

Para aplicar mayor rigurosidad se elaboró en variables por separado. En el caso de la variable independiente es de 0.788 que es aceptable según la escala de alfa de Cronbach. En la siguiente tabla se aplica Alfa de Cronbach en la variable dependiente.

Tabla 5

Alfa de Cronbach del segundo instrumento de la variable dependiente potencial exportador

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.759	18

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la variable potencial exportador es de 0.759 que también es aceptable, por lo tanto, brinda confiabilidad en el instrumento, por lo tanto, los instrumentos son confiables antes de su aplicación.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Se ordenará una base de datos basada en las encuestas previamente aplicados, de manera que se pueda proceder al análisis descriptivo en el software de Excel, cuyos resultados se expresarán a través de gráficos de pie y tablas de frecuencia. Una segunda fase del tratamiento de datos será con la ayuda del programa SPSS, que

proporciona facilidades para la estadística inferencial, ahí se lleva a cabo la prueba de normalidad que permitió escoger entre una prueba paramétrica o no paramétrica para la comprobación de las correlaciones.

3.5 Aspectos éticos

El reporte de Belmont menciona tres principios que sirven de base para que las investigaciones se manejen en un paradigma ético: la beneficencia, el respeto y la justicia. La beneficencia, o también no maleficencia, busca que los beneficios sean maximizados, mientras que los daños sean minimizados. El respeto se refiere a la autonomía que todo ser humano debe tener, respetar su independencia y libertad, sin que se vea influenciado por otros, siempre que se le informe con la verdad. La justicia se aplica cuando la carga y beneficios se reparten de igual manera entre todos aquellos que participaron de la investigación (Tajir, 2018, pp. 2-7).

El investigador ha previsto que el tema de investigación no confiere riesgos para los participantes, en cambio, hay beneficios potenciales con sus resultados; asimismo, se respetará su libre decisión de ser parte del estudio previo consentimiento informado; los beneficios potenciales se reparten, porque los encuestados podrían mejorar su calidad de vida si aplican medidas con base en la información de los resultados del presente documento, además, los autores consultados han sido citados correctamente en Apa 6 para darles el reconocimiento debido.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Fiabilidad del instrumento mediante el Alfa de Cronbach

Para poder arrojar un análisis sobre los resultados del alfa de Cronbach se requiere los rangos y su respectiva interpretación en la siguiente tabla:

Tabla 6

Consistencia de Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	Consistencia Interna
$\alpha \geq 0.9$	Excelente
$0.8 \leq \alpha < 0.9$	Buena
$0.7 \leq \alpha < 0.8$	Aceptable
$0.6 \leq \alpha < 0.7$	Cuestionable
$0.5 \leq \alpha < 0.6$	Pobre
$\alpha < 0.5$	Inaceptable

Fuente: George, D. y Mallery, P. 2003

Según esta tabla el instrumento que mide las 2 variables en su totalidad es decir variable independiente (competitividad) y variable dependiente (potencial exportador) tiene que estar dentro del rango desde aceptable hasta excelente, es decir, desde el 0.7 como mínimo y 1 como máximo.

Luego de haber realizado el Análisis de Fiabilidad, arroja los siguientes resultados:

Tabla 7

Alfa de Cronbach entre competitividad y potencial exportador

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizado	Número de elementos
0.833	0.826	36

Fuente: Elaboración propia

Los resultados arrojan un 0.833 que quiere decir que tiene una consistencia interna buena, por lo tanto, se puede confiar en dicho instrumento.

4.2 Prueba de normalidad

Tabla 8

Prueba de normalidad (Kolmogórov-Smirnov)

	Estadístico	GI	Sig.
Financiamiento	0.220	118	<0.001
Calidad y Organización	0.178	118	<0.001
Capital Humano	0.224	118	<0.001
Potencial exportador	0.177	118	<0.001

Fuente: Elaboración propia

El resultado de la prueba de normalidad que se realizó con la prueba de Kolmogorov- Smirnov a las 118 empresas encuestadas con criterios de inclusión y exclusión, muestra que el valor p es menor 0.001, lo que significa que las hipótesis del estudio son válidas y presentan una distribución no normal.

4.3 Resultados

4.3.1 Análisis exploratorio de los datos con tabla de frecuencia y figura de pie

Se presento en forma ordenada las tablas de frecuencia y los gráficos de pie donde se puede observar la tendencia estadística.

Tabla 9

Opinión sobre financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.

pregunta 1

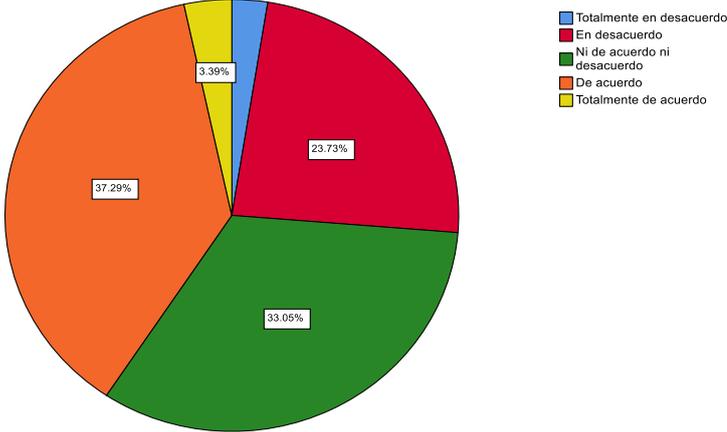
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	28	23.7	23.7	26.3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	39	33.1	33.1	59.3
	De acuerdo	44	37.3	37.3	96.6
	Totalmente de acuerdo	4	3.4	3.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

Opinión sobre financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.

pregunta 1



En cuanto se refiere al financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc., el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 23.7% están en desacuerdo, el 33.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 37.3% están de acuerdo, finalmente, el 3.4% están totalmente de acuerdo

El 73.8% de los participantes que son la mayoría poseen financiamiento con proveedores mediante letras de cambio, pagares, etc. Por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 10

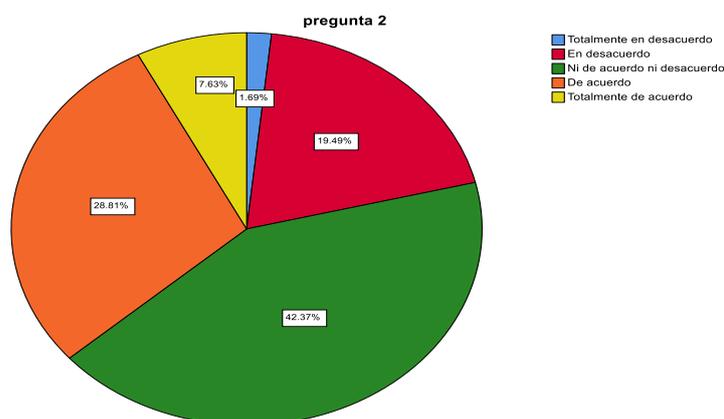
Opinión sobre si evalúa constantemente las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.

		pregunta 2			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1.7	1.7	1.7
	En desacuerdo	23	19.5	19.5	21.2
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	50	42.4	42.4	63.6
	De acuerdo	34	28.8	28.8	92.4
	Totalmente de acuerdo	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 5:

Opinión sobre si evalúa constantemente las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.



En cuanto se refiere a si evalúa constantemente las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.

El 1.7% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 19.5% están en desacuerdo, el 42.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 28.8% están de acuerdo, finalmente, el 7.6% está totalmente de acuerdo.

El 78.8% de los participantes que son la mayoría poseen evaluaciones constantes de las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 11

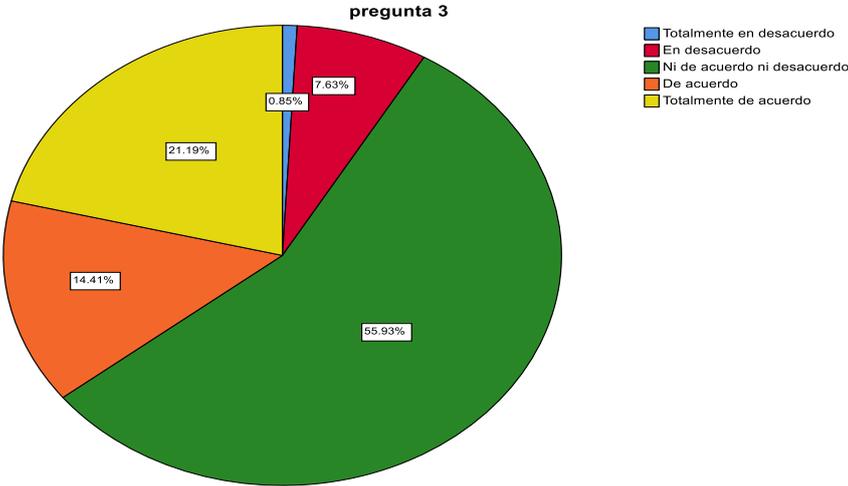
Opinión sobre si la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio

		pregunta 3			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	9	7.6	7.6	8.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	66	55.9	55.9	64.4
	De acuerdo	17	14.4	14.4	78.8
	Totalmente de acuerdo	25	21.2	21.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6

Opinión sobre si la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 7.6% están en desacuerdo, el 55.9% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 14.4% están de acuerdo, finalmente, el 21.2% están totalmente de acuerdo

El 91.6% de los participantes que son la mayoría poseen la información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio, por consecuencia,

estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 12

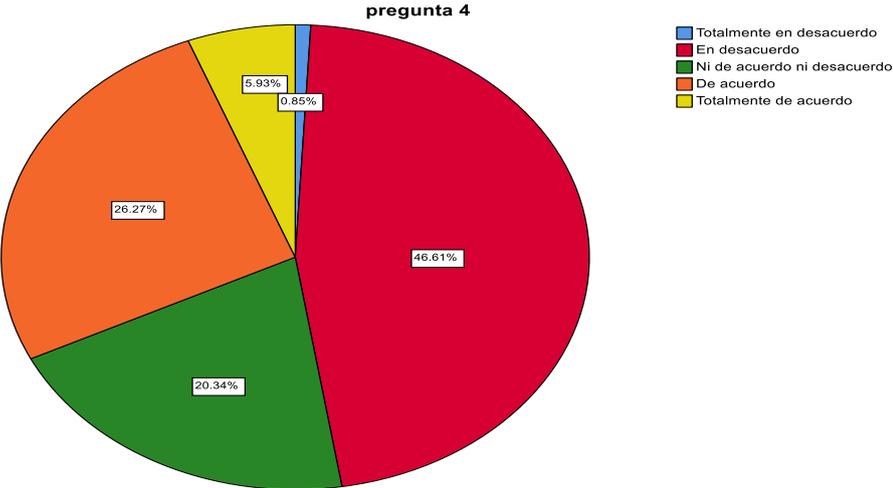
Opinión sobre si las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable

		pregunta 4			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	55	46.6	46.6	47.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	24	20.3	20.3	67.8
	De acuerdo	31	26.3	26.3	94.1
	Totalmente de acuerdo	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 7

Opinión sobre si las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 46.6% están en desacuerdo, el 20.3% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 26.3% están de acuerdo, finalmente, el 5.9% están totalmente de acuerdo.

El 52.6% de los participantes que son un poco más de la media muestral realizan nuevas decisiones de inversión o innovación con base en la evaluación contable, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 13

Opinión sobre si la empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios

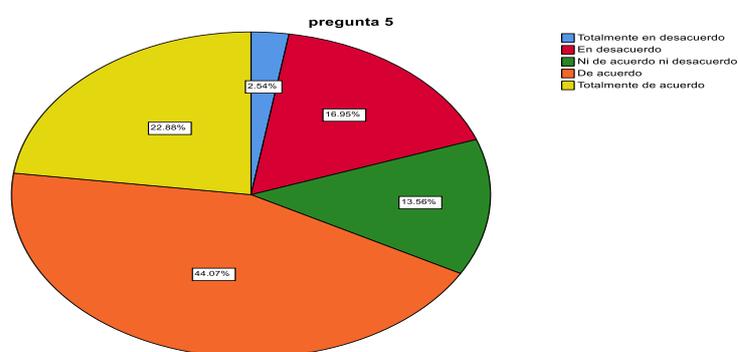
pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	20	16.9	16.9	19.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	16	13.6	13.6	33.1
	De acuerdo	52	44.1	44.1	77.1
	Totalmente de acuerdo	27	22.9	22.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

Opinión sobre si la empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios



En cuanto se refiere a si la empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 16.9% están en desacuerdo, el 13.6% están ni de

acuerdo ni desacuerdo, el 44.1% están de acuerdo, finalmente, el 22.9% están totalmente de acuerdo.

El 80.6% de los participantes que son la mayoría busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 14

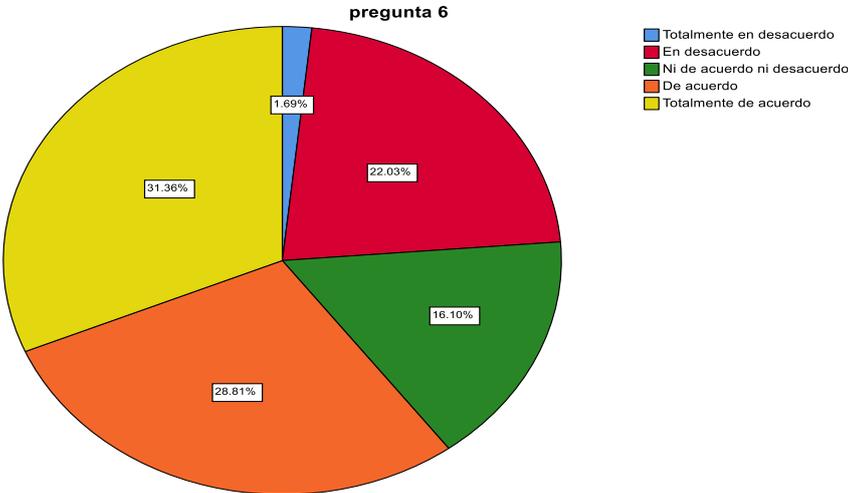
Opinión sobre si la empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados

		pregunta 6			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1.7	1.7	1.7
	En desacuerdo	26	22.0	22.0	23.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	19	16.1	16.1	39.8
	De acuerdo	34	28.8	28.8	68.6
	Totalmente de acuerdo	37	31.4	31.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

Opinión sobre si la empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados, el 1.7% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22% están en desacuerdo, el 16.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 28.8% están de acuerdo, finalmente, el 31.4% están totalmente de acuerdo

El 76.3% de los participantes que son la mayoría se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 15

Opinión sobre si se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora

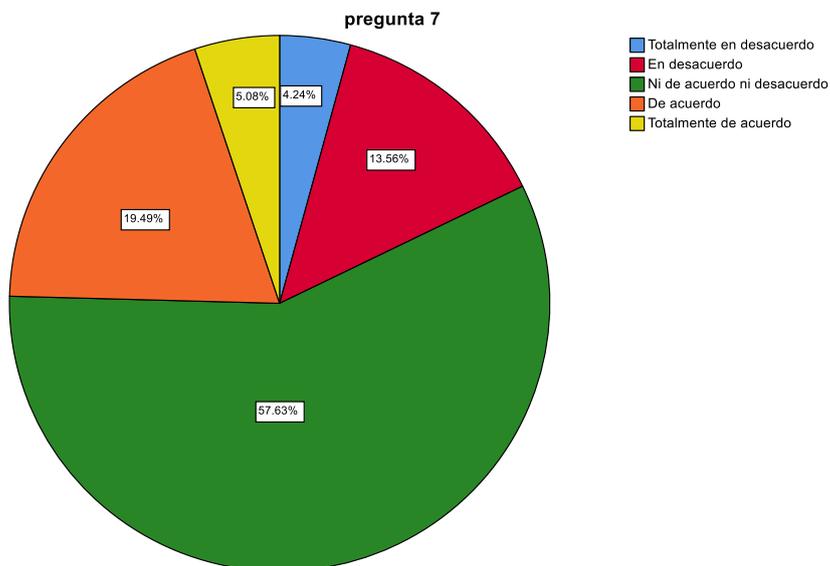
pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	16	13.6	13.6	17.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	68	57.6	57.6	75.4
	De acuerdo	23	19.5	19.5	94.9
	Totalmente de acuerdo	6	5.1	5.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Opinión sobre si se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora



En cuanto se refiere a si se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora, el 4.2% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 13.6% están en desacuerdo, el 57.6% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 19.5% están de acuerdo, finalmente, el 5.1% están totalmente de acuerdo.

El 82.2% de los participantes que son la mayoría, evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 16

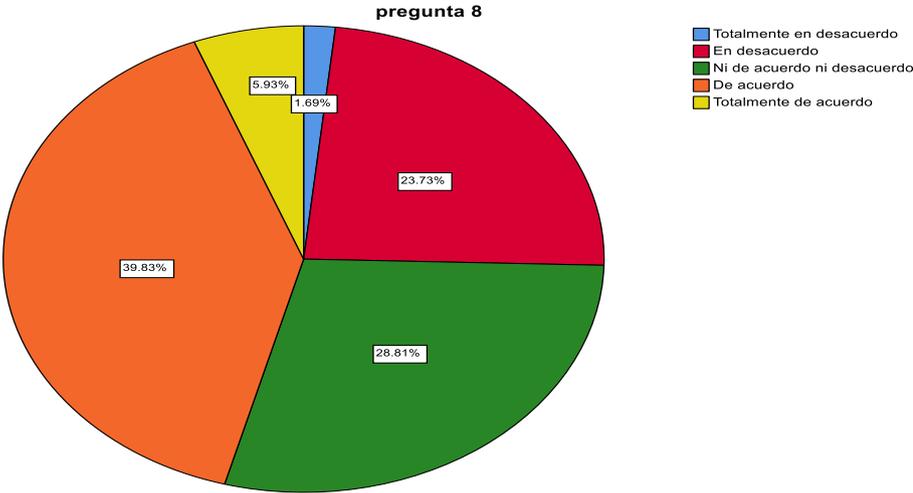
Opinión sobre si se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa

		pregunta 8			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1.7	1.7	1.7
	En desacuerdo	28	23.7	23.7	25.4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	34	28.8	28.8	54.2
	De acuerdo	47	39.8	39.8	94.1
	Totalmente de acuerdo	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

Opinión sobre si se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa, el 1.7% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 23.7% están en desacuerdo, el 28.8% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 39.8% están de acuerdo, finalmente, el 5.9% están totalmente de acuerdo

El 74.6% de los participantes que son la mayoría respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 17

Opinión sobre si la empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos

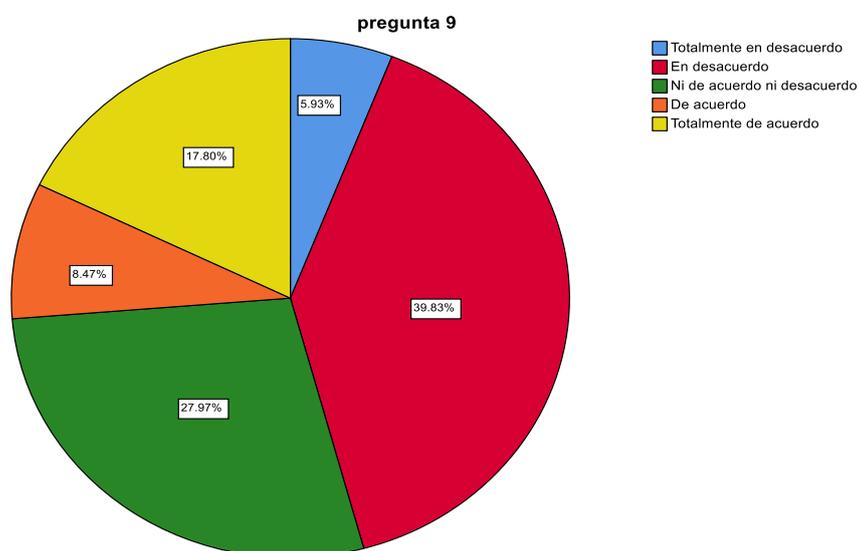
pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	5.9	5.9	5.9
	En desacuerdo	47	39.8	39.8	45.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	28.0	28.0	73.7
	De acuerdo	10	8.5	8.5	82.2
	Totalmente de acuerdo	21	17.8	17.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

Opinión sobre si la empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos, el 5.9% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 39.8% están en desacuerdo, el 28% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 8.5% están de acuerdo, finalmente, el 17.8% están totalmente de acuerdo

El 54.3% de los participantes que son un poco más de la media cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 18

Opinión sobre si la empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas

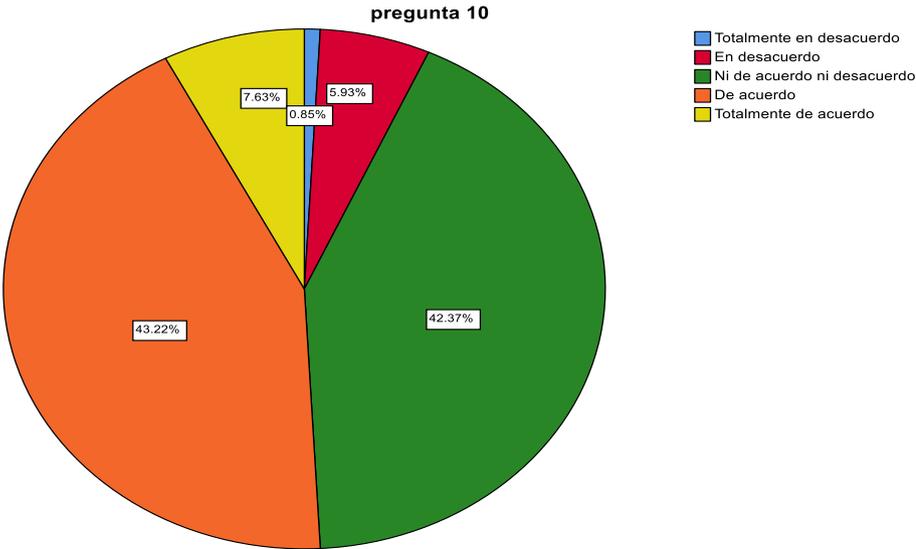
pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
En desacuerdo	7	5.9	5.9	6.8
Ni de acuerdo ni desacuerdo	50	42.4	42.4	49.2
De acuerdo	51	43.2	43.2	92.4
Totalmente de acuerdo	9	7.6	7.6	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

Opinión sobre si la empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 5.9% están en desacuerdo, el 42.4% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 43.3% están de acuerdo, finalmente, el 7.6% están totalmente de acuerdo.

El 93.3% de los participantes que son la mayoría busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 19

Opinión sobre si la empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales

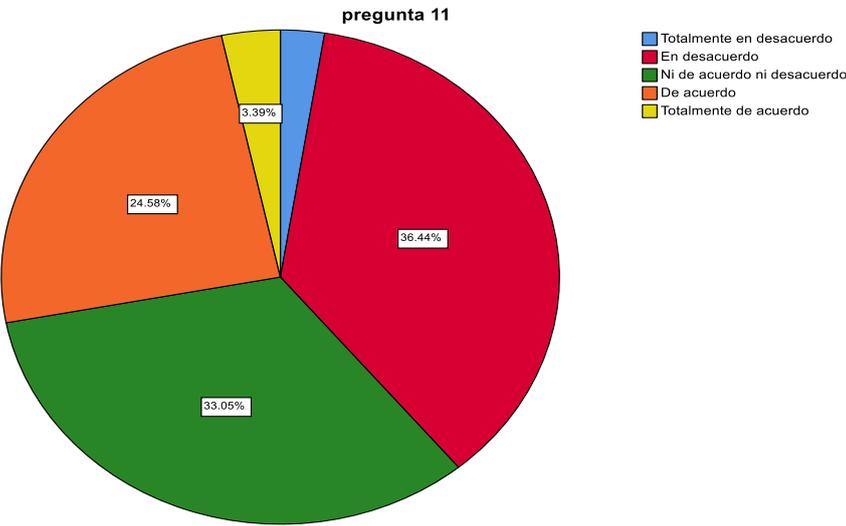
pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	43	36.4	36.4	39.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	39	33.1	33.1	72.0
	De acuerdo	29	24.6	24.6	96.6
	Totalmente de acuerdo	4	3.4	3.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 14

Opinión sobre si la empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 36.4% están en desacuerdo, el 33.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 24.6% están de acuerdo, finalmente, el 3.4% están totalmente de acuerdo.

El 61.1% de los participantes que son 10% más de la media posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 20

Opinión sobre si se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomente la capacitación de los colaboradores

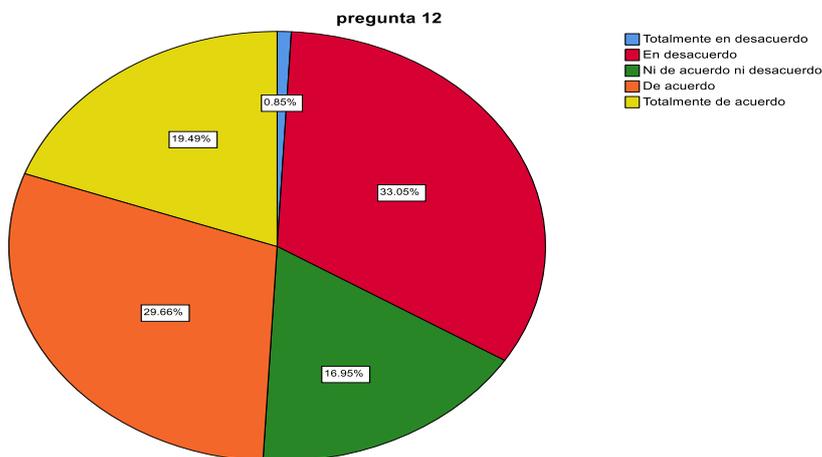
pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	39	33.1	33.1	33.9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	20	16.9	16.9	50.8
	De acuerdo	35	29.7	29.7	80.5
	Totalmente de acuerdo	23	19.5	19.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 15

Opinión sobre si se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomente la capacitación de los colaboradores



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomenten la capacitación de los colaboradores, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 33.1% están en desacuerdo, el 16.9% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.7% están de acuerdo, finalmente, el 19.5% están totalmente de acuerdo

El 66.1% de los participantes que son 16% más de la media cuentan con uno o más convenios institucionales que fomenten la capacitación de los colaboradores, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 21

Opinión sobre si el personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente

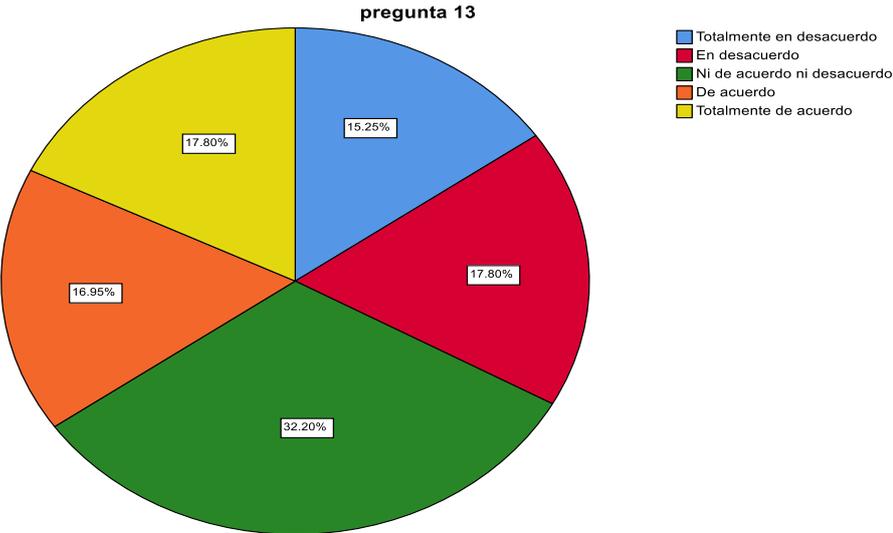
pregunta 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	18	15.3	15.3	15.3
	En desacuerdo	21	17.8	17.8	33.1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	38	32.2	32.2	65.3
	De acuerdo	20	16.9	16.9	82.2
	Totalmente de acuerdo	21	17.8	17.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 16

Opinión sobre si el personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si el personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente, el 15.3% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 17.8% están en desacuerdo, el 32.2% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.9% están de acuerdo, finalmente, el 17.8% están totalmente de acuerdo

El 66.9% de los participantes que son un poco más de la media su personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de

inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 22

Opinión sobre si se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas

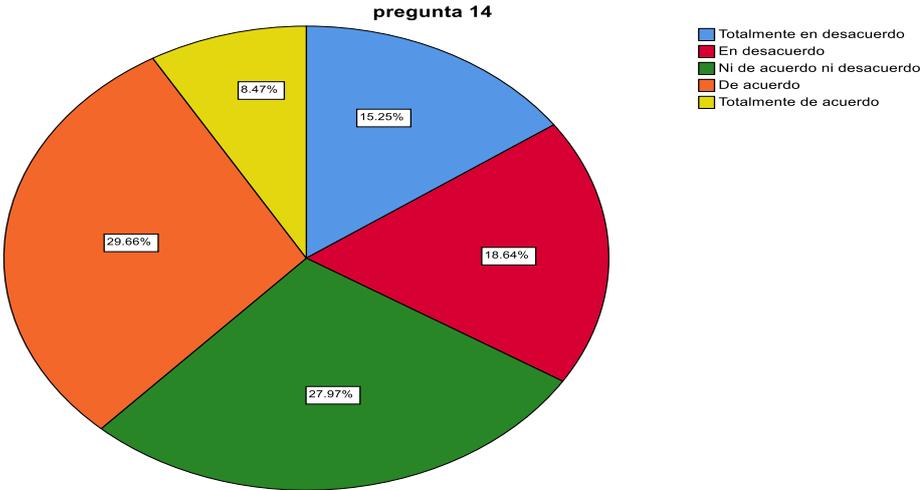
pregunta 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	18	15.3	15.3	15.3
	En desacuerdo	22	18.6	18.6	33.9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	28.0	28.0	61.9
	De acuerdo	35	29.7	29.7	91.5
	Totalmente de acuerdo	10	8.5	8.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 17

Opinión sobre si se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas, el 15.3% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 18.6% están en desacuerdo, el 28% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.7% están de acuerdo, finalmente, el 8.5% están totalmente de acuerdo.

El 66% de los participantes que son la mayoría brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas, por consecuencia, estas empresas exportadoras con

los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 23

Opinión sobre si la empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación

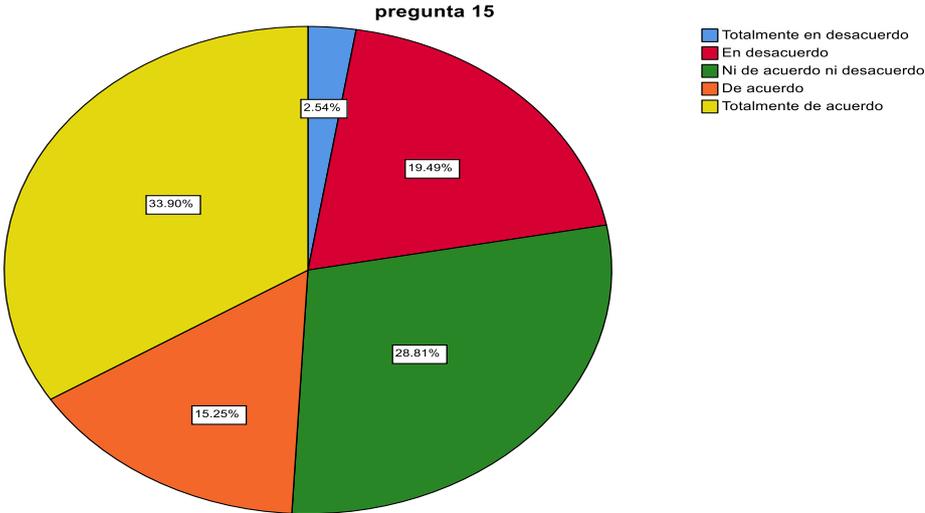
pregunta 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	23	19.5	19.5	22.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	34	28.8	28.8	50.8
	De acuerdo	18	15.3	15.3	66.1
	Totalmente de acuerdo	40	33.9	33.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 18

Opinión sobre si la empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 19.5% están en desacuerdo, el 28.8% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 15.3% están de acuerdo, finalmente, el 33.9% están totalmente de acuerdo.

El 78% de los participantes que son la mayoría cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación, por consecuencia,

estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 24

Opinión sobre si se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante

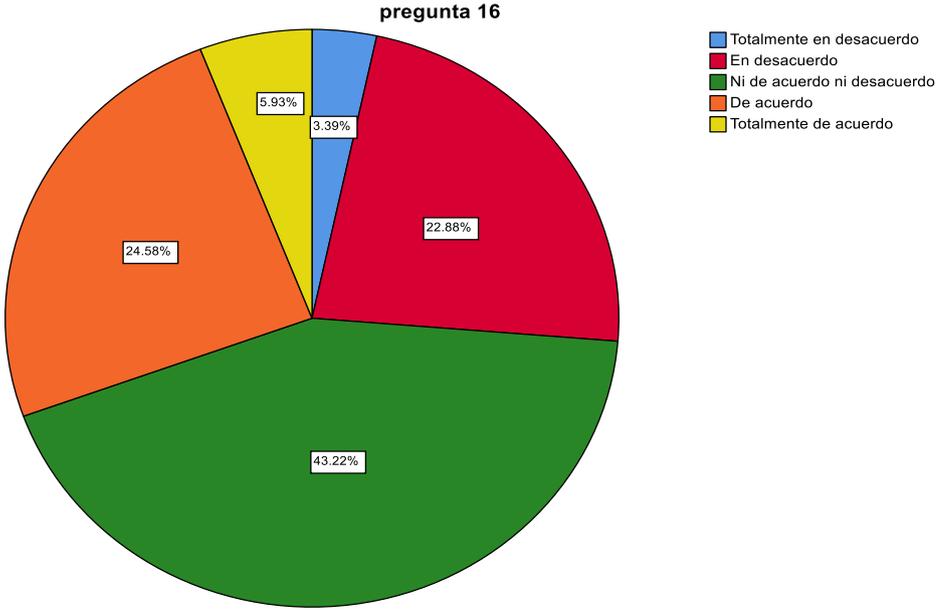
pregunta 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	3.4	3.4	3.4
	En desacuerdo	27	22.9	22.9	26.3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	51	43.2	43.2	69.5
	De acuerdo	29	24.6	24.6	94.1
	Totalmente de acuerdo	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 19

Opinión sobre si se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante, el 3.4% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22.9% están en desacuerdo, el 43.2% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 24.6% están de acuerdo, finalmente, el 5.9% están totalmente de acuerdo.

El 73.7% de los participantes que son la mayoría cuenta con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante,

por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 25

Opinión sobre si al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.

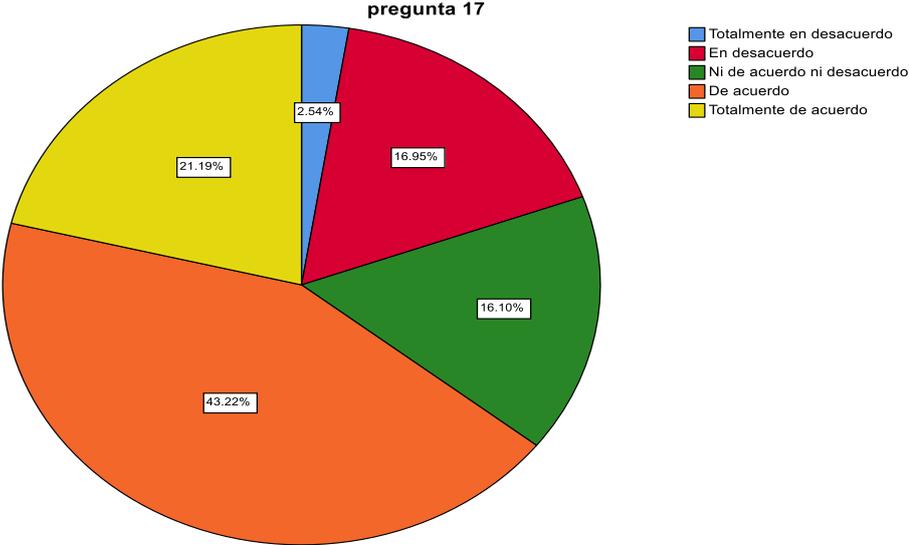
pregunta 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	20	16.9	16.9	19.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	19	16.1	16.1	35.6
	De acuerdo	51	43.2	43.2	78.8
	Totalmente de acuerdo	25	21.2	21.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 20

Opinión sobre si al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 16.9% están en desacuerdo, el 16.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 43.2% están de acuerdo, finalmente, el 21.2% están totalmente de acuerdo.

El 80.6% de los participantes que son la mayoría afirman que al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 26

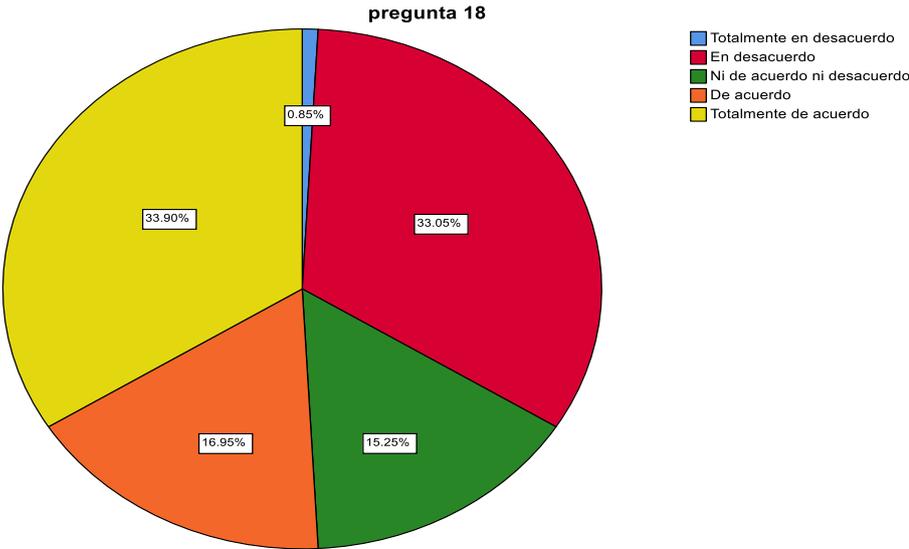
Opinión de si existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros

pregunta 18					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	39	33.1	33.1	33.9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	18	15.3	15.3	49.2
	De acuerdo	20	16.9	16.9	66.1
	Totalmente de acuerdo	40	33.9	33.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 21

Opinión de si existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a de si existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 33.1% están en desacuerdo, el 15.3% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 16.9% están de acuerdo, finalmente, el 33.9% están totalmente de acuerdo. El 67.3% de los participantes que son la mayoría afirma que existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de competitividad con respecto al resto.

Tabla 27

Opinión sobre si la empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo

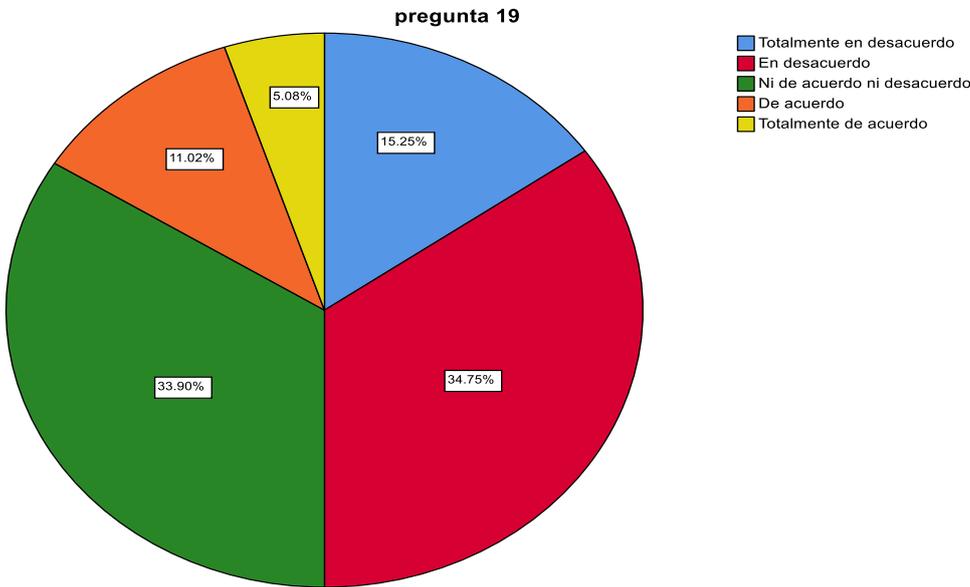
pregunta 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	18	15.3	15.3	15.3
	En desacuerdo	41	34.7	34.7	50.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	40	33.9	33.9	83.9
	De acuerdo	13	11.0	11.0	94.9
	Totalmente de acuerdo	6	5.1	5.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 22

Opinión sobre si la empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo, el 15.3% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 34.7% están en desacuerdo, el 33.9% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 11% están de acuerdo, finalmente, el 5.1% están totalmente de acuerdo.

El 50% de los participantes que son la mitad conoce las posibles amenazas del mercado objetivo, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 28

Opinión sobre si los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales

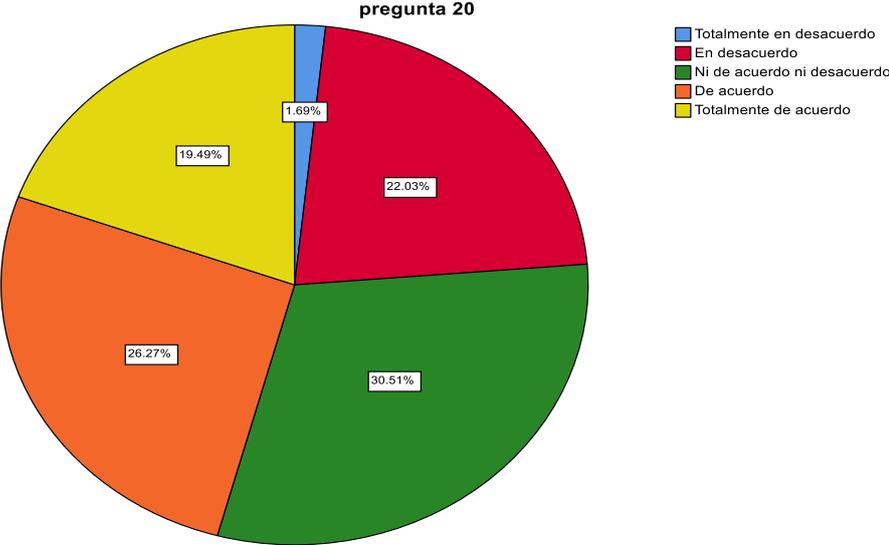
pregunta 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	1.7	1.7	1.7
	En desacuerdo	26	22.0	22.0	23.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	36	30.5	30.5	54.2
	De acuerdo	31	26.3	26.3	80.5
	Totalmente de acuerdo	23	19.5	19.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 23

Opinión sobre si los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales, el 1.7% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22% están en desacuerdo, el 30.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 26.3% están de acuerdo, finalmente, el 19.5% están totalmente de acuerdo.

El 76.3% de los participantes que son la mayoría posee directivos y gerentes que tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 29

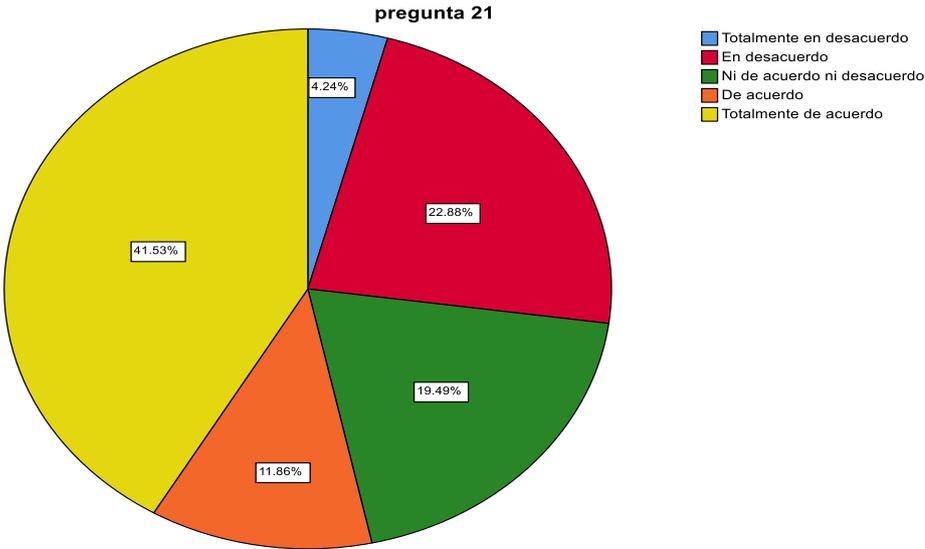
Opinión sobre si la empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior

pregunta 21					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	27	22.9	22.9	27.1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	23	19.5	19.5	46.6
	De acuerdo	14	11.9	11.9	58.5
	Totalmente de acuerdo	49	41.5	41.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 24

Opinión sobre si la empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior, el 4.2% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22.9% están en desacuerdo, el 19.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 11.9% están de acuerdo, finalmente, el 41.5% están totalmente de acuerdo

El 72.9% de los participantes que son la mayoría se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior, por consecuencia,

estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 30

Opinión sobre si la empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino

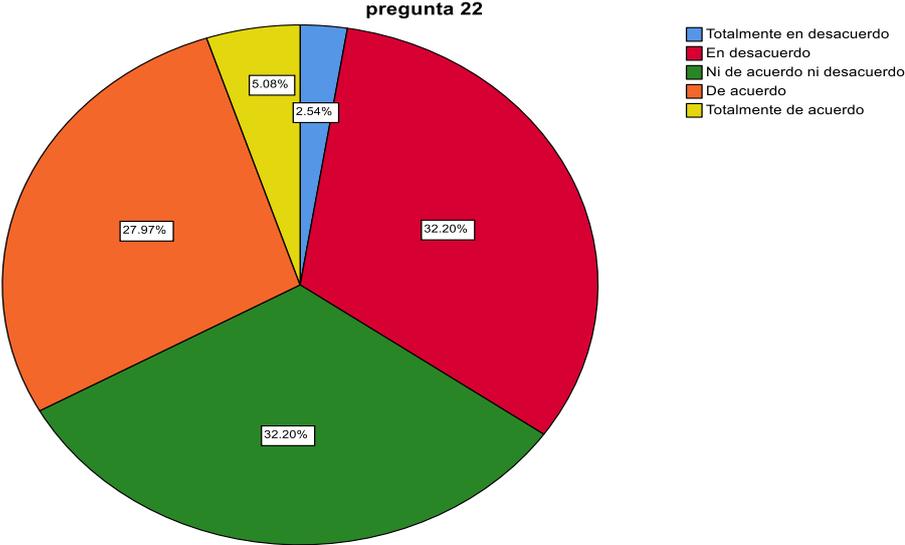
pregunta 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	38	32.2	32.2	34.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	38	32.2	32.2	66.9
	De acuerdo	33	28.0	28.0	94.9
	Totalmente de acuerdo	6	5.1	5.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 25

Opinión sobre si la empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 32.2% están en desacuerdo, el 32.2% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 28% están de acuerdo, finalmente, el 5.1% está totalmente de acuerdo

El 65.3% de los participantes que son la mayoría en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión

y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 31

Opinión sobre si la empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro

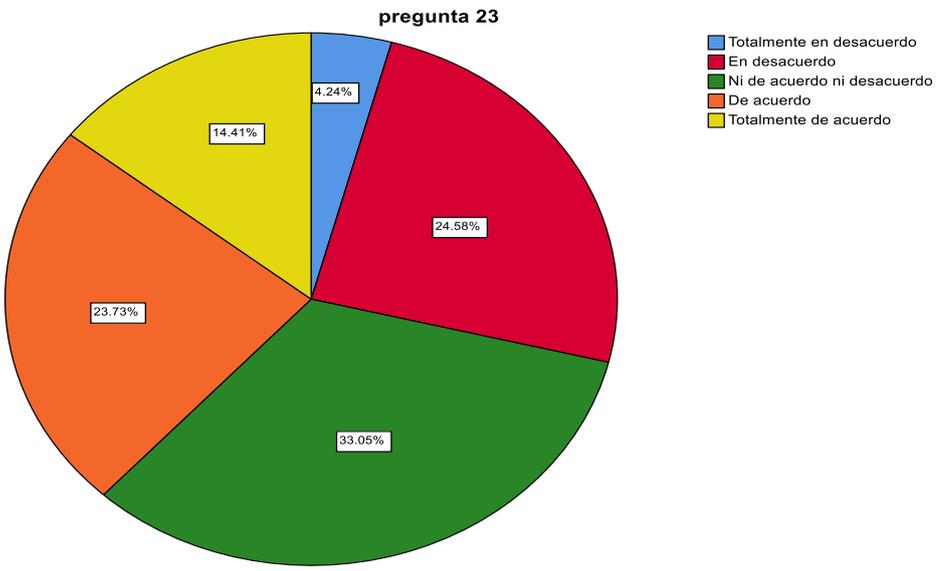
pregunta 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	29	24.6	24.6	28.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	39	33.1	33.1	61.9
	De acuerdo	28	23.7	23.7	85.6
	Totalmente de acuerdo	17	14.4	14.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 26

Opinión sobre si la empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro, el 4.2% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 24.6% están en desacuerdo, el 33.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.7% están de acuerdo, finalmente, el 14.4% están totalmente de acuerdo.

El 71.2% de los participantes que son la mayoría tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 32

Opinión sobre si la empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad

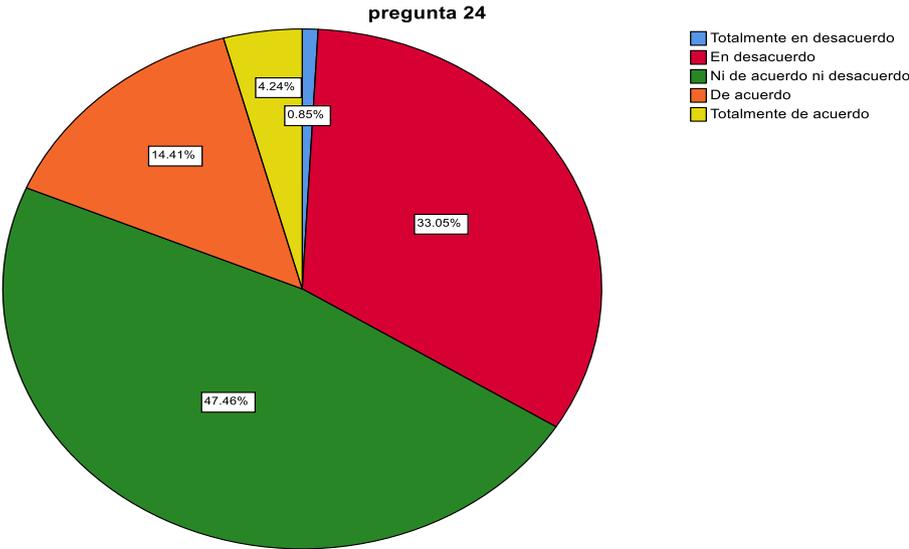
pregunta 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	39	33.1	33.1	33.9
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	56	47.5	47.5	81.4
	De acuerdo	17	14.4	14.4	95.8
	Totalmente de acuerdo	5	4.2	4.2	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 27

Opinión sobre si la empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 33.1% están en desacuerdo, el 47.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 14.4% están de acuerdo, finalmente, el 4.2% están totalmente de acuerdo.

El 65% de los participantes que son la mayoría considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad, por consecuencia,

estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 33

Opinión sobre si antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto

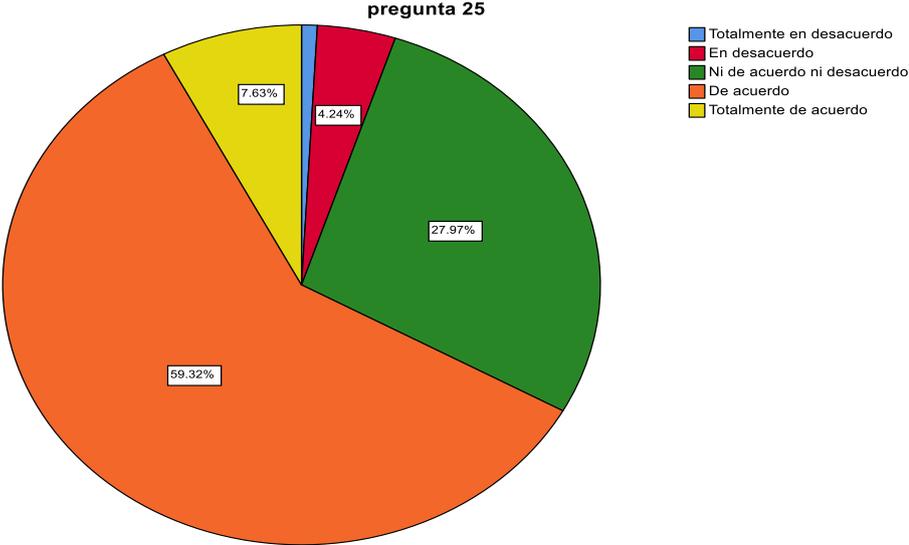
pregunta 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	5	4.2	4.2	5.1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	28.0	28.0	33.1
	De acuerdo	70	59.3	59.3	92.4
	Totalmente de acuerdo	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 28

Opinión sobre si antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 4.2% están en desacuerdo, el 28% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 59.3% están de acuerdo, finalmente, el 7.6% están totalmente de acuerdo.

El 95% de los participantes que son la mayoría antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto, por

consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 34

Opinión sobre si la empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio

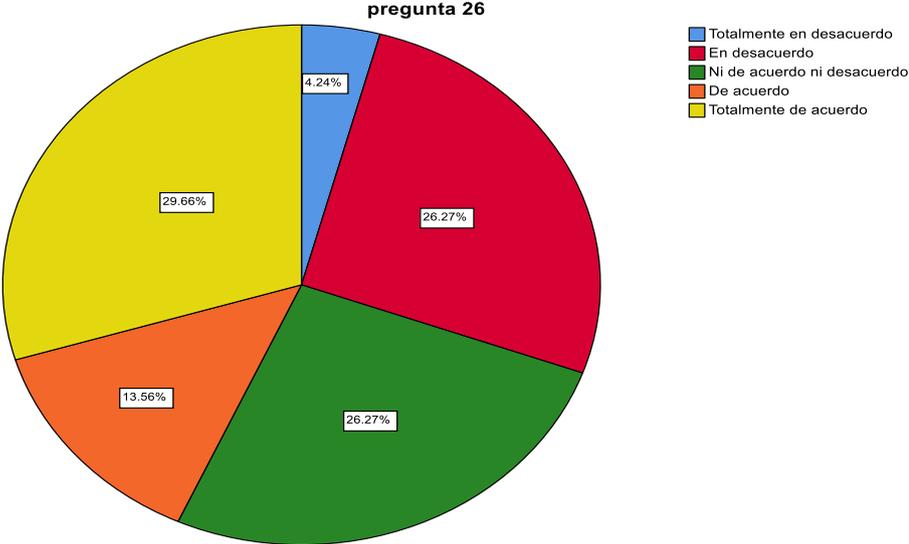
pregunta 26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	31	26.3	26.3	30.5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	31	26.3	26.3	56.8
	De acuerdo	16	13.6	13.6	70.3
	Totalmente de acuerdo	35	29.7	29.7	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 29

Opinión sobre si la empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio, el 4.2% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 26.3% están en desacuerdo, el 26.3% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 13.6% están de acuerdo, finalmente, el 29.7% están totalmente de acuerdo.

El 69.5% de los participantes que son la mayoría se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 35

Opinión sobre si la empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica

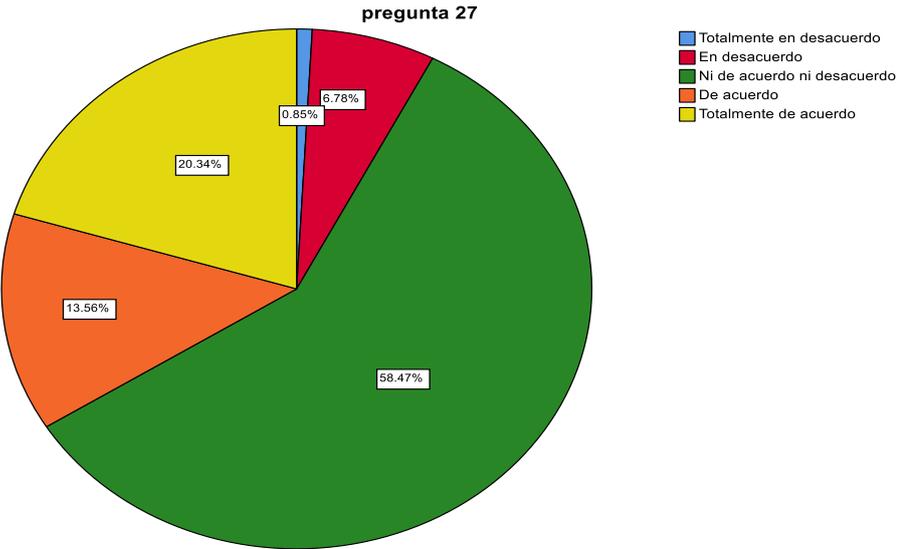
pregunta 27

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	0.8	0.8	0.8
	En desacuerdo	8	6.8	6.8	7.6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	69	58.5	58.5	66.1
	De acuerdo	16	13.6	13.6	79.7
	Totalmente de acuerdo	24	20.3	20.3	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 30

Opinión sobre si la empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica, el 0.8% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 6.8% están en desacuerdo, el 58.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 13.6% están de acuerdo, finalmente, el 20.3% están totalmente de acuerdo.

El 92.4% de los participantes que son la mayoría realizan encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica, por consecuencia, estas empresas exportadoras con

los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 36

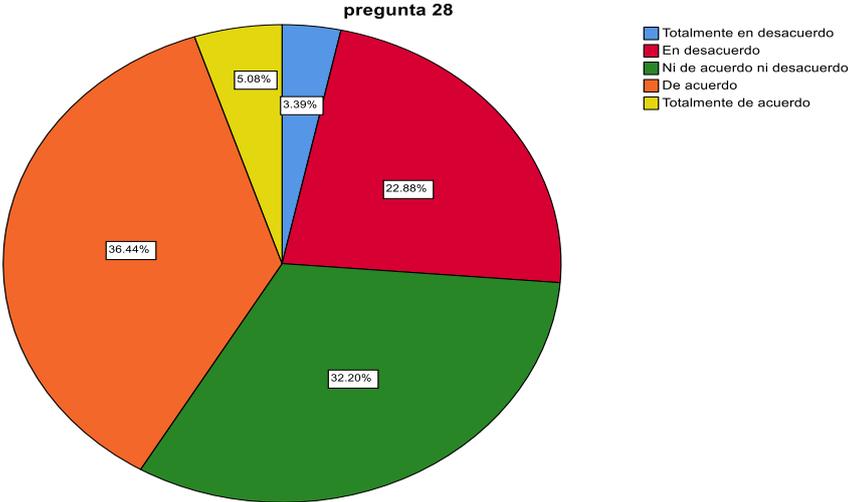
Opinión sobre si se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente

pregunta 28					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	3.4	3.4	3.4
	En desacuerdo	27	22.9	22.9	26.3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	38	32.2	32.2	58.5
	De acuerdo	43	36.4	36.4	94.9
	Totalmente de acuerdo	6	5.1	5.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 31

Opinión sobre si se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente, el 3.4% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22.9% están en desacuerdo, el 32.2% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 36.4% están de acuerdo, finalmente, el 5.1% están totalmente de acuerdo

El 73.7% de los participantes que son la mayoría cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 37

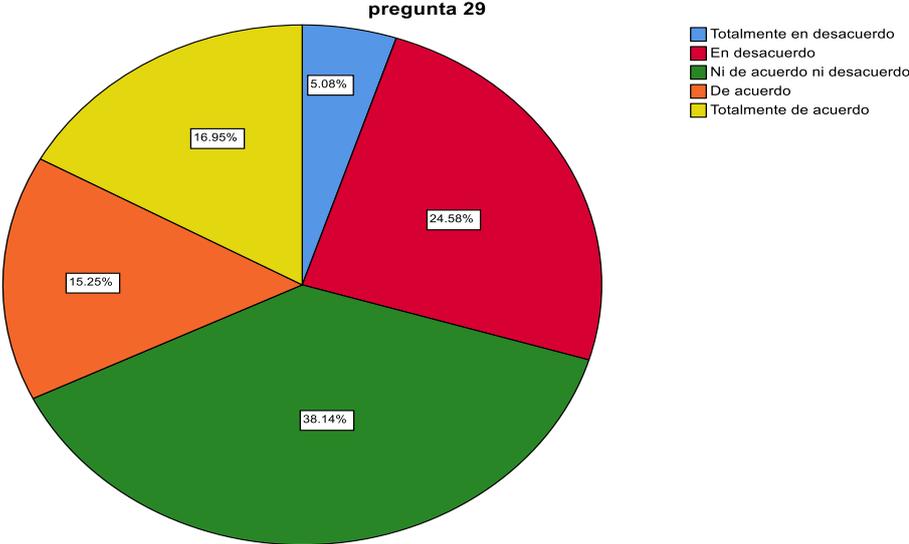
Opinión sobre si la empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos

		pregunta 29			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	5.1	5.1	5.1
	En desacuerdo	29	24.6	24.6	29.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	45	38.1	38.1	67.8
	De acuerdo	18	15.3	15.3	83.1
	Totalmente de acuerdo	20	16.9	16.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 32

Opinión sobre si la empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos, el 5.1% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 24.6% están en desacuerdo, el 38.1% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 15.3% están de acuerdo, finalmente, el 16.9% están totalmente de acuerdo

El 70.3% de los participantes que son la mayoría evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 38

Opinión sobre si la empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes

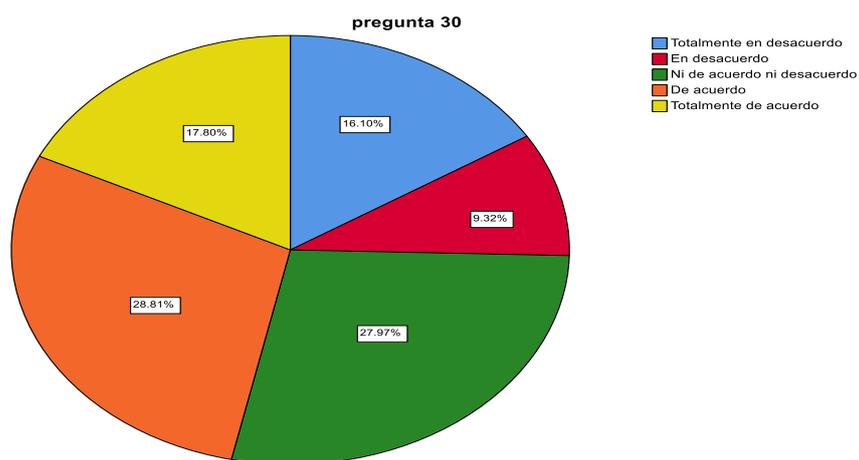
pregunta 30

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	19	16.1	16.1	16.1
	En desacuerdo	11	9.3	9.3	25.4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	33	28.0	28.0	53.4
	De acuerdo	34	28.8	28.8	82.2
	Totalmente de acuerdo	21	17.8	17.8	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 33

Opinión sobre si la empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes, el 16.1% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 9.3% están en desacuerdo, el 28% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 28.8% están de acuerdo, finalmente, el 17.8% están totalmente de acuerdo.

El 74.6% de los participantes que son la mayoría considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 39

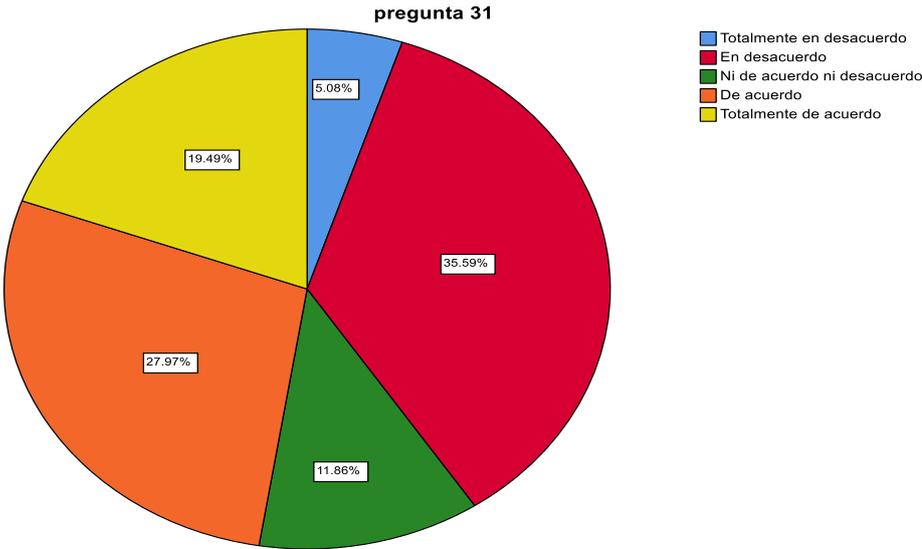
Opinión sobre si existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales.

pregunta 31					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	5.1	5.1	5.1
	En desacuerdo	42	35.6	35.6	40.7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	14	11.9	11.9	52.5
	De acuerdo	33	28.0	28.0	80.5
	Totalmente de acuerdo	23	19.5	19.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 34

Opinión sobre si existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales, el 5.1% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 35.6% están en desacuerdo, el 11.9% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 28% están de acuerdo, finalmente, el 19.5% están totalmente de acuerdo

El 59.3% de los participantes que son la mayoría da seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de

inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 40

Opinión sobre si la empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable

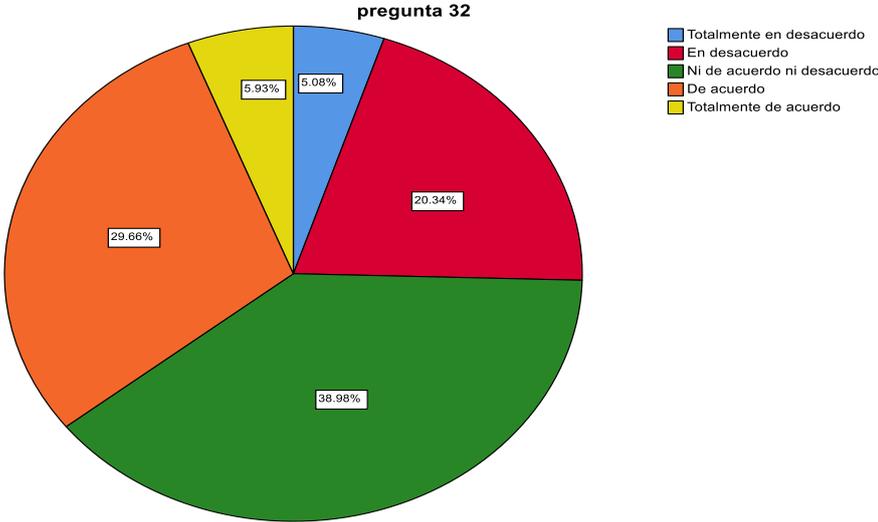
pregunta 32

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	5.1	5.1	5.1
	En desacuerdo	24	20.3	20.3	25.4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	46	39.0	39.0	64.4
	De acuerdo	35	29.7	29.7	94.1
	Totalmente de acuerdo	7	5.9	5.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 35

Opinión sobre si la empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable, el 5.1% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 20.3% están en desacuerdo, el 39% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.7% están de acuerdo, finalmente, el 5.9% están totalmente de acuerdo

El 74.6% de los participantes que son la mayoría analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 41

Opinión sobre si existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes

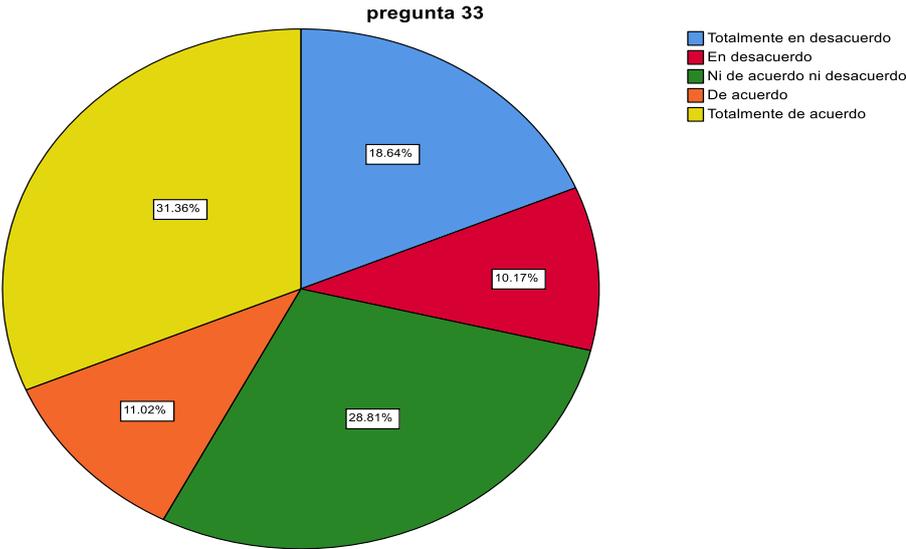
pregunta 33

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	18.6	18.6	18.6
	En desacuerdo	12	10.2	10.2	28.8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	34	28.8	28.8	57.6
	De acuerdo	13	11.0	11.0	68.6
	Totalmente de acuerdo	37	31.4	31.4	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 36

Opinión sobre si existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes, el 18.6% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 10.2% están en desacuerdo, el 28.8% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 11% están de acuerdo, finalmente, el 31.4% están totalmente de acuerdo

El 71.2% de los participantes que son la mayoría posee un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes, por

consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 42

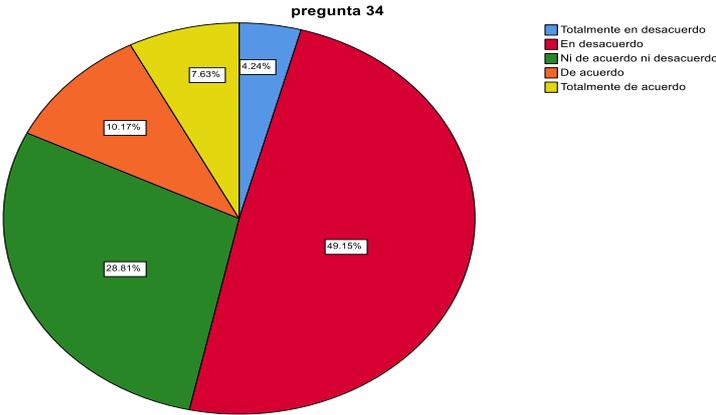
Opinión sobre si se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística

pregunta 34					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	4.2	4.2	4.2
	En desacuerdo	58	49.2	49.2	53.4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	34	28.8	28.8	82.2
	De acuerdo	12	10.2	10.2	92.4
	Totalmente de acuerdo	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 37

Opinión sobre si se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística



En cuanto se refiere a si se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística, el 4.2% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 49.2% están en desacuerdo, el 28.8% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 10.2% están de acuerdo, finalmente, el 7.6% están totalmente de acuerdo

El 46.6% de los participantes que son un poco menos de la media cuentan con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 43

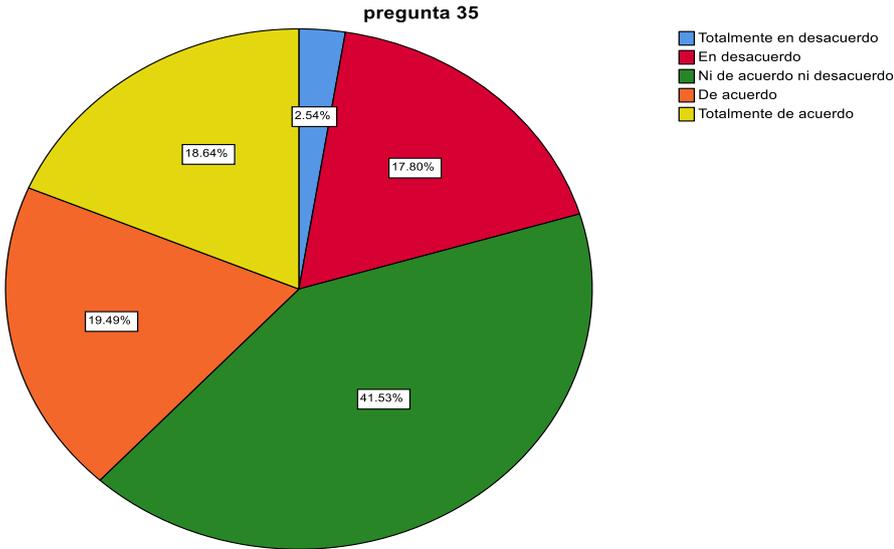
Opinión sobre si la empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros

pregunta 35					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	2.5	2.5	2.5
	En desacuerdo	21	17.8	17.8	20.3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	49	41.5	41.5	61.9
	De acuerdo	23	19.5	19.5	81.4
	Totalmente de acuerdo	22	18.6	18.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 38

Opinión sobre si la empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros



Fuente: Elaboración propia

En cuanto se refiere a si la empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros, el 2.5% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 17.8% están en desacuerdo, el 41.5% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 19.5% están de acuerdo, finalmente, el 18.6% están totalmente de acuerdo

El 79.7% de los participantes que son la mayoría ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los

critérios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

Tabla 44

Opinión sobre si la empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas

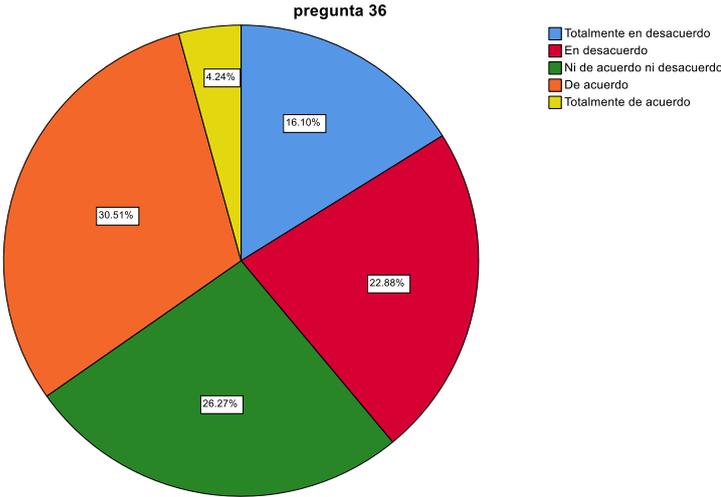
pregunta 36

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	19	16.1	16.1	16.1
En desacuerdo	27	22.9	22.9	39.0
Ni de acuerdo ni desacuerdo	31	26.3	26.3	65.3
De acuerdo	36	30.5	30.5	95.8
Totalmente de acuerdo	5	4.2	4.2	100.0
Total	118	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Figura 39

Opinión sobre si la empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas



En cuanto se refiere a si la empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas, el 16.1% de los participantes están totalmente en desacuerdo, el 22.9% están en desacuerdo, el 26.3% están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 30.5% están de acuerdo, finalmente, el 4.2% están totalmente de acuerdo

El 61% de los participantes que son 11% más de la media dan mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas, por consecuencia, estas empresas exportadoras con los criterios de inclusión y exclusión agregados poseen algún grado de potencial exportador con respecto al resto.

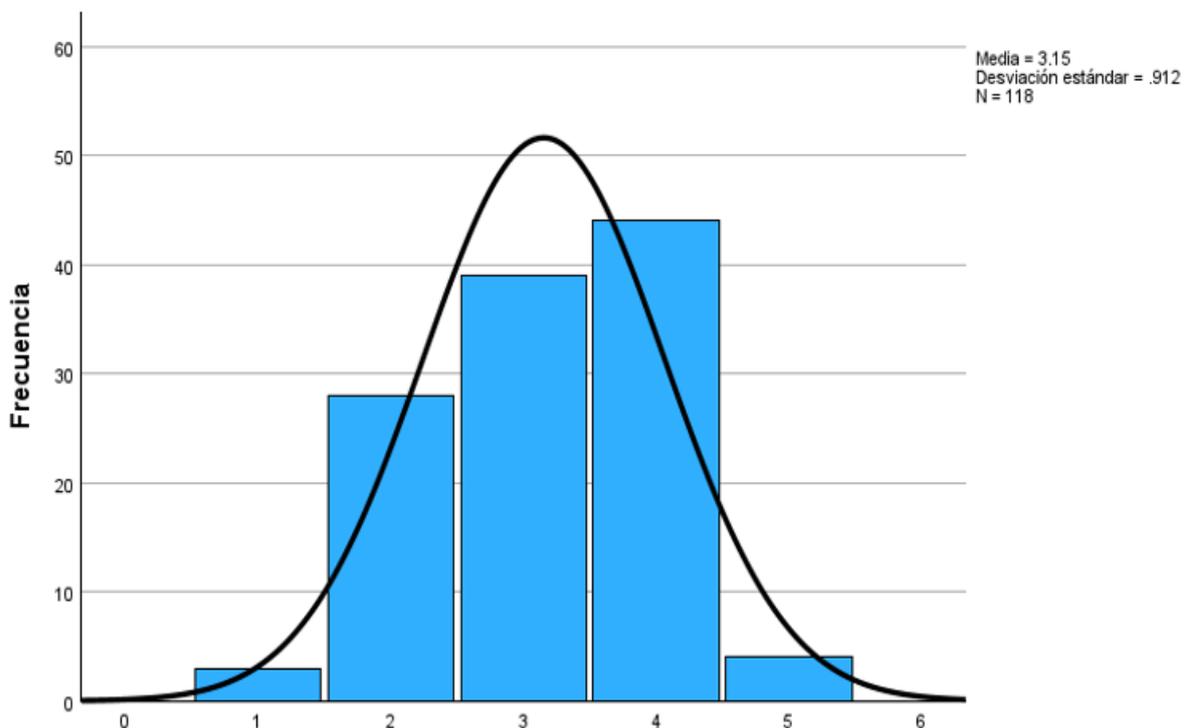
4.3.2 Análisis exploratorio de los datos con histogramas, media y desviación estándar

Este análisis permite identificar los valores que no concuerden para así evitar fallos en la introducción de los datos y así proceder a retirarlos. Corregir ese error para que el estudio no se vea perjudicado.

Se explora con histogramas cada variable, además, saber qué tipo de distribución presenta en los gráficos. También se utilizó la media, desviación estándar con el total de la muestra poblacional.

Figura 40

Histograma de la variable financiamiento

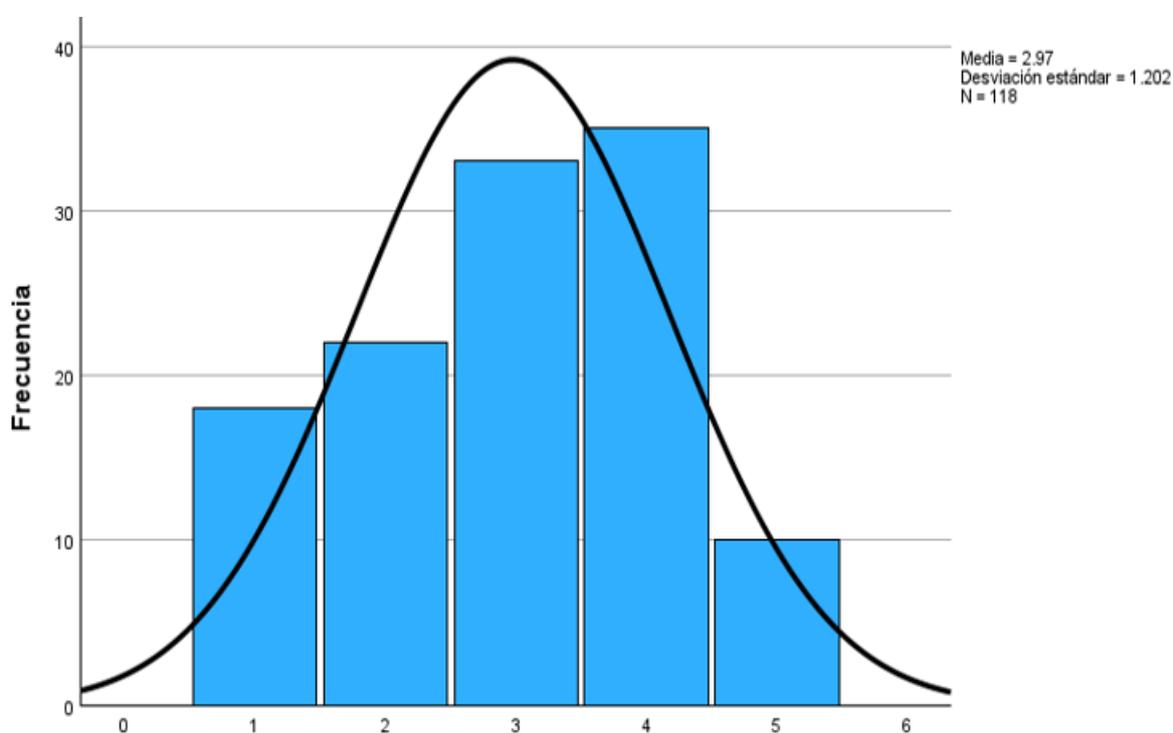


Fuente: Elaboración propia

En la Figura 40, se puede observar una distribución sesgada hacia la izquierda. Se pone en manifiesto que 74 de las empresas manifestaron su total acuerdo referente a la existencia de que poseen un buen financiamiento, lo cual guarda una relación directa con el potencial exportador de estas empresas.

Figura 41

Histograma de la variable Calidad y Organización

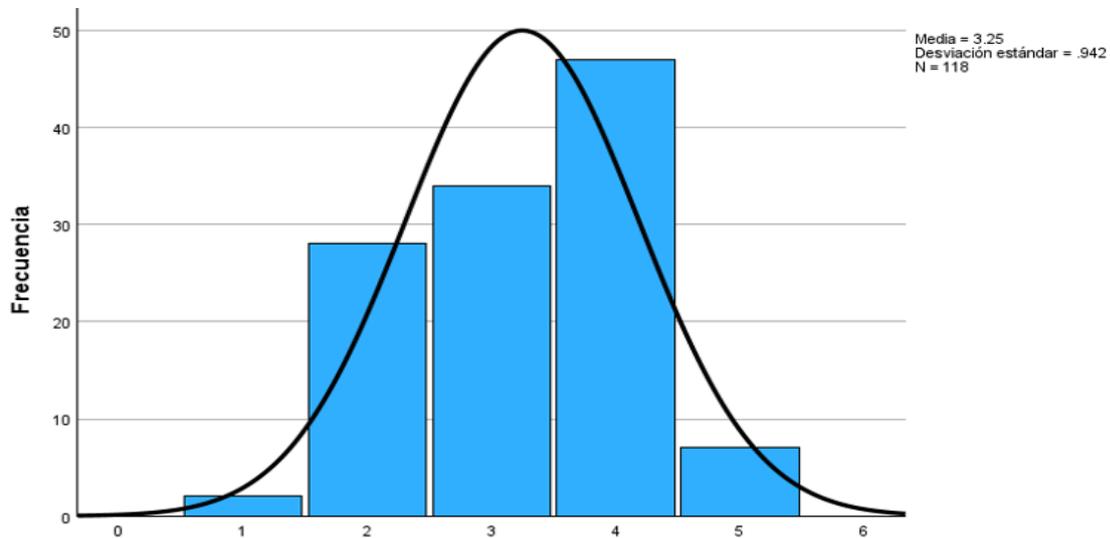


Fuente: Elaboración propia

En la Figura 41, se puede observar una distribución sesgada hacia la izquierda. Se pone en manifiesto que 61 de las empresas manifestaron su total acuerdo referente a la existencia de que poseen una buena calidad y organización, lo cual guarda una relación directa con el potencial exportador de estas empresas.

Figura 42

Histograma de la variable Capital Humano



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 42, se puede observar una distribución sesgada hacia la izquierda. Se pone en manifiesto que 66 de las empresas manifestaron su total acuerdo referente a la existencia de que poseen un buen capital humano, lo cual guarda una relación directa con el potencial exportador de estas empresas.

4.3.3 Correlaciones no paramétricas

4.3.3.1 Coeficiente de Spearman

Se presenta la tabla de correlación del coeficiente de Spearman para distribuciones no normales donde se contrastan la variable independiente general que es la competitividad y la variable dependiente que es el potencial exportador en la siguiente tabla:

Tabla 45*Correlación de Spearman entre la variable independiente y dependiente*

Correlaciones				
VI	Coeficiente de correlación		VI	VD
			1.000	0.636**
	Sig. (bilateral)		.	<0.001
	N		118	118
VD	Coeficiente de correlación		0.636**	1.000
	Sig. (bilateral)		<0.001	.
	N		118	118

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Se presenta la tabla de correlación del coeficiente de Spearman para distribuciones no normales donde se contrastan la variable independiente específicas que son el financiamiento, calidad y organización y capital humano y la variable dependiente que es el potencial exportador en la siguiente tabla:

Tabla 46*Correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable independiente y la variable dependiente*

Correlaciones					
D1VI		D1VI	D2VI	D3VI	VD
	Coeficiente de correlación	1.000	0.370**	0.452**	0.653**
	Sig. (bilateral)	.	<0.001	<0.001	<0.001
	N	118	118	118	118
D2VI	Coeficiente de correlación	0.370**	1.000	0.095	0.331**
	Sig. (bilateral)	<0.001	.	0.304	<0.001
	N	118	118	118	118

D3VI	Coeficiente de correlación	0.452**	0.095	1.000	0.404**
	Sig. (bilateral)	<0.001	0.304	.	<0.001
	N	118	118	118	118
VD	Coeficiente de correlación	0.653**	0.331**	0.404**	1.000
	Sig. (bilateral)	<0.001	<0.001	<0.001	.
	N	118	118	118	118

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Para poder interpretar los resultados necesitas de rangos de valores que nos proporcionen que tipo de relación se tiene con respecto a la otra variable.

Tabla 47

Rangos del coeficiente de Spearman

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media

+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, 2014

Con respecto al aspecto de significancia, cuando es menor a 0,01, habrá 99% de confiabilidad, es decir, que la correlación es relevante, y su probabilidad de error es de 1% (Palella y Martins, 2006).

Entonces son 2 aspectos a analizar primero el nivel de significancia, para poder proseguir con el instrumento de medición y el rango que arrojaría el coeficiente de Spearman, pero para que tenga utilidad tiene que ser positivo y cuanto más cercano al 1 es una correlación positiva perfecta.

4.3.4 Contrastación de la hipótesis mediante gráficos de dispersión

(Spearman)

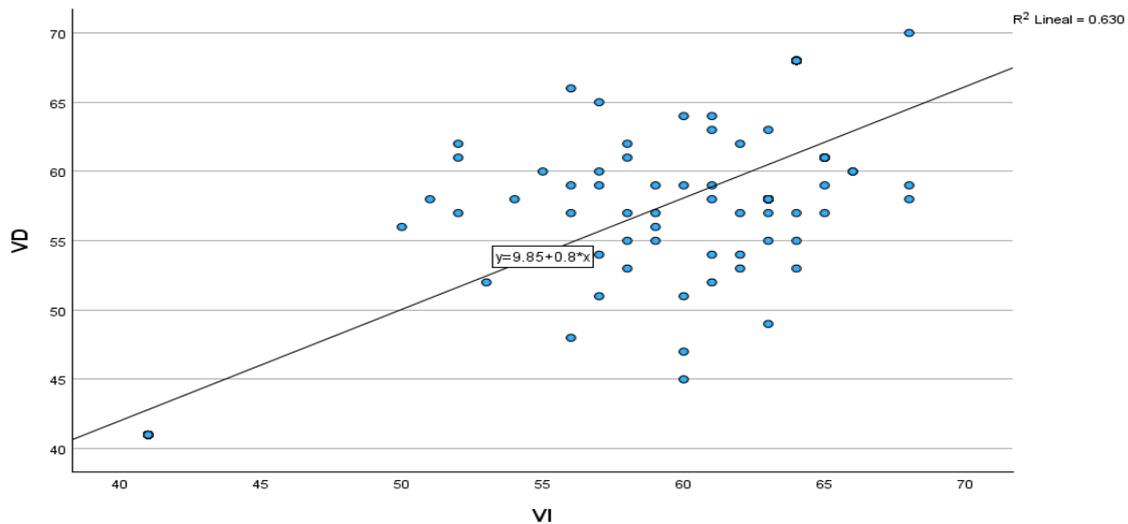
4.3.4.1 Existe una correlación positiva considerable entre la competitividad y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Se utilizó la prueba no paramétrica del Rho de Spearman también conocido como Coeficiente de Spearman, porque los resultados no poseen una distribución normal.

Se pueden observar los detalles en el siguiente gráfico.

Figura 43

Correlación positiva considerable entre la competitividad y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023



Fuente: Elaboración propia

Uo: No existe relación entre la competitividad y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Ua: Existe una correlación positiva considerable entre la competitividad y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

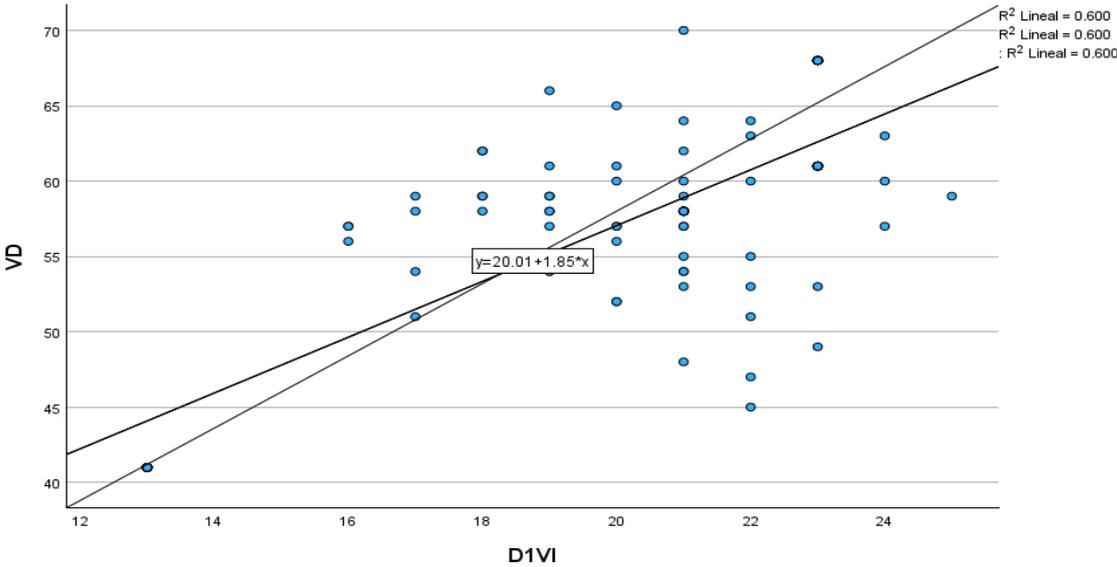
En el Figura 41 se puede observar que coeficiente de Rho de Spearman es de 0.636, y el valor de P es <0.001 , lo que sugiere una correlación positiva considerable entre la variable independiente (competitividad) y la variable dependiente (potencial exportador)

4.3.4.2 Existe una correlación positiva considerable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Se utilizó la prueba no paramétrica del Rho de Spearman también conocido como Coeficiente de Spearman, porque los resultados no poseen una distribución normal. Se pueden observar los detalles en el siguiente gráfico.

Figura 44

Correlación positiva considerable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023



Fuente: Elaboración propia

Uo: No existe relación entre el financiamiento y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Ua: Existe una correlación positiva considerable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

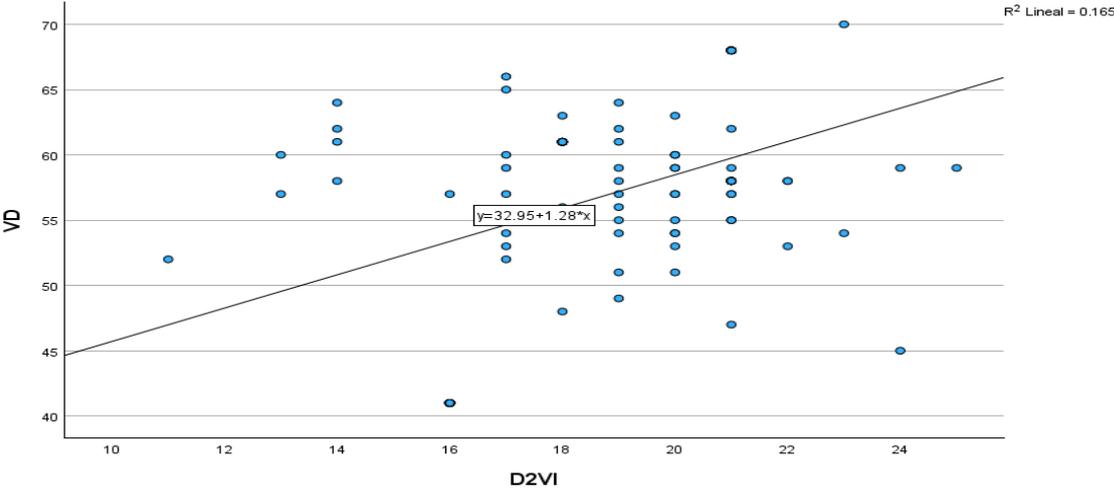
En el Figura 42 se puede observar que coeficiente de Rho de Spearman es de 0.653, y el valor de P es <0.001, lo que sugiere una correlación positiva considerable entre la variable independiente (financiamiento) y la variable dependiente (potencial exportador).

4.3.4.3 Existe una correlación positiva media entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Se utilizó la prueba no paramétrica del Rho de Spearman también conocido como Coeficiente de Spearman, porque los resultados no poseen una distribución normal. Se pueden observar los detalles en el siguiente gráfico.

Figura 45

Correlación positiva media entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023



Fuente: Elaboración propia

Uo: No existe relación entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Ua: Existe una correlación positiva media entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

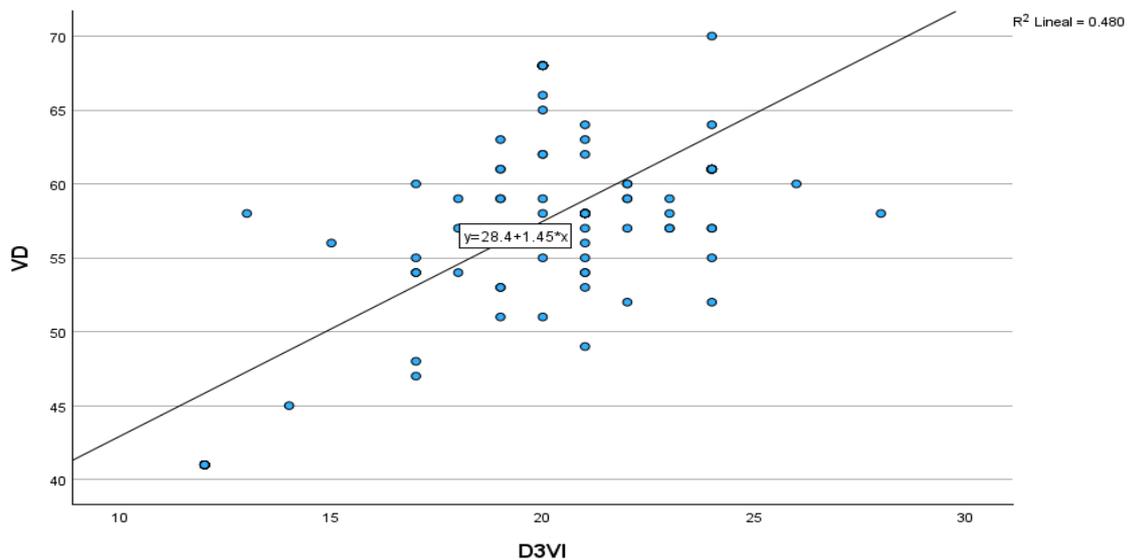
En el Figura 43 se puede observar que coeficiente de Rho de Spearman es de 0.331, y el valor de P es <0.001 , lo que sugiere una correlación positiva media entre la variable independiente (calidad y organización) y la variable dependiente (potencial exportador).

4.3.4.4 Existe una correlación positiva media entre el capital humano y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Se utilizo la prueba no paramétrica del Rho de Spearman también conocido como Coeficiente de Spearman, porque los resultados no poseen una distribución normal. Se pueden observar los detalles en el siguiente gráfico.

Figura 46

Correlación positiva media entre el capital humano y el potencial exportador de las pymes del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra 2023



Fuente: Elaboración propia

Uo: No existe relación entre el capital humano y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023

Ua: Existe una correlación positiva media entre el capital humano y el potencial exportador de las pyme del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

En el Figura 44 se puede observar que coeficiente de Rho de Spearman es de 0.404, y el valor de P es <0.001 , lo que sugiere una correlación positiva media entre la variable independiente (capital humano) y la variable dependiente (potencial exportador)

En este análisis se aplicará la regresión lineal múltiple, aplicada a las variables independientes. En la tabla se observa la aplicación del modelo de las variables el cual arroja un resultado de 90% en el coeficiente de determinación R^2 , un porcentaje elevado que afirma que la variable rentabilidad es explicada en base a las demás variables independientes.

El análisis que se aplica será la regresión lineal ya que se obtuvo histogramas sesgados hacia la derecha, el cual permite aplicar este instrumento en la siguiente tabla se puede apreciar que la variable dependiente se relaciona con las variables independientes, un porcentaje elevado que se aplica a las demás variables casi un 80%

Tabla 48

Análisis de regresión lineal

Estadísticas de la regresión

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
0.794	0.630	0.627	0.383

Fuente: Elaboración propia

El análisis de la varianza que se encuentra en la tabla donde encontramos un resultado menor a 0.05 podrá ser aceptable, en consecuencia, si el valor esta fuera del intervalo marcado por los valores se rechaza la hipótesis nula, aceptando la hipótesis del investigador.

TABLA 49

ANOVA

Modelo	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	46.020	1	10.620	89.728	<0.001
Residuo	27.059	116	0.233		
Total	73.079	117			

Fuente: Elaboración propia

Fórmula de la Regresión lineal múltiple

$$Y = a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n + b$$

Y = variable dependiente

$a_{1..n}$ = coeficiente

$X_{1..n}$ = variables independientes

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos sirven para probar o descartar las hipótesis formuladas anteriormente en donde tenemos una hipótesis general y 3 específicas. En una población de 170 empresas pymes exportadoras con criterios de exclusión e inclusión se extrajo una muestral poblacional representativa con un margen de error del 5% siendo una población finita se utilizó la fórmula para cálculo de muestras poblacionales con población finita, el cual resulto la muestra poblacional en 118 pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra.

Habiéndose comprobado la fiabilidad de los instrumentos aplicados con el alfa de Cronbach, comenzamos con la hipótesis general y es la que incentivo a realizar este estudio, el cual es el siguiente:

Existe una correlación positiva considerable entre la competitividad y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Se encontró una correlación positiva considerable según el test de Spearman que es para distribuciones no normales, su coeficiente resulto de 0.636 y su p valor es <0.001 , esto quiere decir que su nivel de significancia es menor a 0.05 lo cual se descarta la hipótesis nula y se toma la hipótesis del presente estudio, con respecto a su coeficiente es en la escala por el autor Hernández (2004) se considera una correlación positiva considerable, por lo cual, se considera la competitividad un factor clave en convertirse en un exportador en potencia. Es decir, para poder ser un exportador frecuente y por largo tiempo, la empresa tiene que ser competitividad de alguna forma, en este estudio se ha estudio tres dimensiones de la competitividad, pero esta tiene

más dimensiones que faltan explorarse. Un hallazgo interesante es que a nivel general se tiene una correlación positiva considerable, pero a nivel específico, es otro escenario, por ejemplo: con respecto a la calidad y organización tiene una correlación positiva media y en la dimensión de capital humano se encontró una correlación positiva media. En la dimensión financiamiento arrojó un resultado de correlación positiva considerable, se puede concluir que dependiendo la dimensión de la competitividad se acercara más a un potencial exportador deseable. Se deduce que en el sector textil es así, pero en otro sector, por ejemplo: en el sector agroexportador quizás prevalezcan otras dimensiones de la competitividad.

Existe una correlación positiva considerable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Se encontró una correlación positiva considerable según el test de Spearman que es para distribuciones no normales, su coeficiente resultó de 0.653 y su p valor es <0.001 , esto quiere decir que su nivel de significancia es menor a 0.05 lo cual se descarta la hipótesis nula y se toma la hipótesis del presente estudio. Dentro del financiamiento tenemos al financiamiento interno, externo y evaluación contable, los cuales midieron esta variable, a su vez, se relacionaron con el potencial exportador, esto quiere decir que una empresa que tenga buen financiamiento interno, externo y evaluación contable es competitiva y puede aspirar a ser un exportador frecuente. Son como los requisitos para nuevas empresas que aún no exportan a poder convertirse en una.

Existe una correlación positiva media entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Se encontró una correlación positiva media según el test de Spearman que es para distribuciones no normales, su coeficiente resulto de 0.331 y su p valor es <0.001 , esto quiere decir que su nivel de significancia es menor a 0.05 lo cual se descarta la hipótesis nula y se toma la hipótesis del presente estudio. Dentro de la calidad y organización tenemos la logística, alianzas estratégicas y convenios institucionales, los cuales midieron esta variable, a su vez, se relacionaron de forma media con el potencial exportador, esto quiere decir que una empresa que tenga buena logística, alianzas estratégicas y convenios institucionales es competitiva y esto influiría en un grado medio en ser un exportador frecuente, esto quiere decir que tendrá muchas probabilidades de convertirse en una empresa que comercializa con el exterior.

Existe una correlación positiva media entre el capital humano y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial de Gamarra, 2023.

Se encontró una correlación positiva media según el test de Spearman que es para distribuciones no normales, su coeficiente resulto de 0.404 y su p valor es <0.001 , esto quiere decir que su nivel de significancia es menor a 0.05 lo cual se descarta la hipótesis nula y se toma la hipótesis del presente estudio. Dentro del capital humano tenemos la capacitación del personal, evaluación del desempeño y las condiciones colaborativas internas, los cuales midieron esta variable, a su vez, se relacionaron de forma media con el potencial exportador, esto quiere decir que una empresa que tenga buena capacitación del personal, evaluación del desempeño y las condiciones

colaborativas es competitiva y esto influiría en un grado medio en ser un exportador frecuente, esto quiere decir que tendrá muchas probabilidades de convertirse en una empresa que comercializa con el exterior.

CONCLUSIONES

1. Mediante la presente investigación, se logró determinar que existe una relación positiva aceptable entre la competitividad y el potencial exportador de las pymes exportadoras del sector textil del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023, porque su coeficiente Rho de Spearman es de 0.636 siendo su $p < 0.05$; por tanto, contrastando la hipótesis de investigación, no existe una relación directa y significativa entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023.
2. Se logró determinar que existe una relación positiva aceptable entre el financiamiento y el potencial exportador de las pymes exportadoras del sector textil del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023, porque su coeficiente Rho de Spearman es de 0.653 siendo su $p < 0.05$ por tanto, contrastando la hipótesis de investigación, no existe una relación directa y significativa entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023.
3. Se logró determinar que existe una relación positiva débil entre la calidad y organización y el potencial exportador de las pyme exportadoras del sector textil del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023, porque su coeficiente Rho de Spearman es de 0.331 siendo su $p < 0.05$ por tanto, contrastando la hipótesis de investigación, no existe una relación directa y

significativa entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023.

4. Se logró determinar que existe una relación positiva débil entre el capital humano y el potencial exportador de las pymes exportadoras del sector textil del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023, porque su coeficiente Rho de Spearman es de 0.404 siendo su $p < 0.05$; por tanto, contrastando la hipótesis de investigación, no existe una relación directa y significativa entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, La Victoria, Lima, 2023.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los empresarios de Gamarra a mejorar los indicadores de competitividad en todas las pyme en base a las dimensiones con mayor correlación y a los investigadores a encontrar nuevas dimensiones con mayor correlación, para poder así determinar cuáles requisitos tienen que seguir las pyme para así volverse una empresa con potencial exportador.
2. Tener indicadores de financiamiento como son el financiamiento interno, financiamiento externo y evaluación contable a fin de planificar proyectos de financiamiento a futuro, en base a esos indicadores, esto ayudará a que la empresa pueda obtener más financiamiento y así realizar sus operaciones de exportación.
3. Implementar nuevas políticas en logística enfocado en el costo y tiempo (Just in Time) y en el tema de alianzas estrategias y convenios institucionales se recomienda trabajar junto al ASODEX (asociación de exportadores de Gamarra) y el gobierno peruano en más capacitaciones gratuitas por parte de los ministerios PRODUCE, PROMPERU y MINCETUR referentes a mejores prácticas en el sector textil y en las exportaciones.
4. Tener indicadores del capital humano como son la capacitación del personal, evaluación del desempeño y condiciones colaborativas internas a fin de monitorear el progreso y mejorar la gestión de recursos humanos a pesar de la informalidad en la que se vive en el emporio de Gamarra.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, J. L., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación* (Primera ed., Vol. 4). Enfoques Consulting.
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado* (Primera ed.). Universidad Internacional del Ecuador.
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACION%20CIENTIFICA.pdf>
- Barbosa, M. I., Camelo, M. S., Deaza, J. A., & Rodríguez, G. A. (2018). Diagnóstico financiero y desempeño exportador de las mipymes colombianas. *Panorama económico*, 26(4), 435-458.
<https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/download/2246/1838/4806>
- Benites, L. A., Ruff, C., Ruiz, M., Matheu, A., Inca, M., & Juica, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 29, 208-236.
<https://www.upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/3513/4263>
- Berková, I., Adamová, M., & Dvořáková, K. (2017). Relationships between Financial and Learning and Growth Perspectives in BSC. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 65(6), 1841-1850.
<https://doi.org/10.11118/actaun201765061841>
- Boon, C. (2019). Planning and Conducting Clinical Research: The Whole Process. *Cureus*, 11(2), 1-18. <https://doi.org/10.7759/cureus.4112>
- Brakman, S., Garretsen, H., Maarseveen, R. v., & Zwaneveld, P. (2020). Firm heterogeneity and exports in the Netherlands: Identifying export potential

- beyond firm productivity. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 29(1), 36-68.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09638199.2019.1631876>
- Buturac, G., Mikulic, D., & Palic, P. (2018). Sources of export growth and development of manufacturing industry: empirical evidence from Croatia. *Economic Research-Ekonomska IstraZivanja*, 32(1), 101-127.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1550003>
- Camara de Comercio de Lima. (2021) Mincetur impulsa ingreso de empresas de Gamarra a mercados de Ecuador y Chile, Revista de la CCL, 1097. Obtenido de www.camaralima.org.pe/events/revista-digital-la-camara-ccl-2021/
- Cano, G. E. (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las ciencias*, 4(1), 499-510.
<https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.núm.1.enero.499-510>
- Casteel, A., & Bridier, N. I. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339-362.
<http://ijds.org/Volume16/IJDSv16p339-362Casteel7067.pdf>
- Castro, D. (2019). *Potencial exportador de la Asociación de Artesanos Productores del Fundo El Fierro Arequipa, Perú, 2019*. [Tesis de bachiller, Universidad tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4362/Denisse_Castro_Diaz_Trabajo_de_Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Catanzaro, A., & Teyssier, C. (2020). Export promotion programs, export capabilities, and risk management practices of internationalized SMEs. *Small Business Economics*. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-03034452/file/Manuscript.pdf>

- Chikán, A., Czako, E., Kiss, B., & Losonci, D. (2022). Firm competitiveness: A general model and a manufacturing application. *International Journal of Production Economics*, 243, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108316>
- Faroque, A. R., Kuivalainen, O., Ahmed, J., Rahman, M., Roy, H., Ali, M. Y., & Mostafiz, M. I. (2021). Performance implications of export assistance: the mediating role of export entrepreneurship. *International Marketing Review*, 38(6), 1370-1399. <https://doi.org/10.1108/IMR-07-2020-0141>
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Mendoza, A. (2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Empresa y sociedad*, 14(2), 102-112. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5880>
- Freihat, S. M. (2020). The effect of marketing ambidexterity on improvement of marketing performance in telecommunication companies in Jordan. *Management Science Letters*, 10, 3207-3216. https://www.growingscience.com/msl/Vol10/msl_2020_196.pdf
- Garengo, P., Sardi, A., & Nudurupati, S. S. (2022). Human resource management (HRM) in the performance measurement and management (PMM) domain: a bibliometric review. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(7), 3056-3077. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2020-0177>
- George, D. y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update* (4^a Ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Ghiglione, F. A. (2021). El cuadro de mando integral como herramienta de eficiencia en la gestión empresarial. *Ciencias administrativas*, 9(18), 87-93. <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n18/2314-3738-cadmin-18-87.pdf>
- Goyal, A. (2020). A Critical Analysis of Porter's 5 Forces Model of Competitive Advantage. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 7(7), 149-152. <https://doi.org/10.1729/Journal.25126>
- Guillén, J. (2020). Los enfoques de investigación a partir de la teoría del conocimiento. *Ciencia, Cultura y Sociedad*, 6(1), 62-72.

https://www.researchgate.net/publication/347642312_Los_enfoques_de_la_investigacion_a_partir_de_la_Teoria_del_conocimiento

Gupta, G., Liang, K. T., Ee, Y. S., & Chen, C. S. (2018). Resource-Based View of Information Systems: Sustainable and Transient Competitive Advantage Perspectives. *Australasian Journal of Information Systems*, 22, 1-10.
<https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1657>

He, Q., Meadows, M., Angwin, D., Gomes, E., & Child, J. (2020). Strategic alliance research in the era of digital transformation: perspectives on future research. *British Journal of Management*, 31, 589-617.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdfdirect/10.1111/1467-8551.12406>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014) Metodología de la investigación. México DF, México: McGRAW-HILL.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) Características de las Empresas del Emporio Comercial de Gamarra, 2017, p-39, Lima: INEI

Irshad, M. S., Xin, Q., & Arshad, H. (2018). Competitiveness of Pakistani rice in international market and export potential with global world: A panel gravity approach. *Cogent Economics & Finance*, 6, 1-18.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23322039.2018.1486690>

Jaya, P. E., Utama, M. S., Murjana, I. G., & Nyoman, N. (2020). Improving competitiveness and well-being through human resources quality, local culture, and product performance. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1831247>

Klain, R., & Verma, A. (2018). Logistics Management in Supply Chain – An Overview. *Materials Today: Proceedings*, 5, 3811-3816.
<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2017.11.634>

Lawrence, C. J., Allscheid, R. L., Boatey, A., Bauman, T., Buckler, E. S., Clarke, J. L., . . . Voas, R. (2022). Ten simple rules to ruin a collaborative environment.

Plos Computational Biology, 18(4), 1-11.

<https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1009957>

Liu, Q., Qu, X., Wang, D., Abbas, J., & Mubeen, R. (2022). Product Market Competition and Firm Performance: Business Survival Through Innovation and Entrepreneurial Orientation Amid COVID-19 Financial Crisis. *Frontiers in Psychology*, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.790923>

Machado, P. S., & Trigg, A. B. (2021). On absolute and comparative advantage in international trade: A Pasinetti pure labour approach. *Structural Change and Economic Dynamics*, 59, 375-383.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0954349X21001193>

Marcel, L. (2020). Mejorar el desempeño innovando y exportando: evidencia en empresas industriales argentinas. *TEC empresarial*, 14(3), 50-71.

<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3382/1/marcel-liseras-2020.pdf>

Márquez, O. J., Cosio, R. F., Márquez, F. L., & Manrique, M. A. (2020).

Competitividad de la tara peruana en el comercio internacional, período 2010-2018. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 22(2), 258-280. <https://doi.org/10.36390/telos222.02>

Mendivil, M. V. (2021). *Relación entre la competitividad y el potencial exportador de una empresa exportadora de prendas de vestir de fibra de Alpaca, Cusco, 2021*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la Universidad San Ignacio de Loyola.

<https://hdl.handle.net/20.500.14005/12278>

Montealegre, P. A., Aguilar, J. E., & Montealegre, M. (2022). La competitividad de las pymes en el sector agrícola y su potencial exportador. *Vía Innova*, 6(2), 31-40.

<https://doi.org/10.23850/2422068X.2670>

Mota, J., Moreira, A., & Alves, A. (2021). Impact of Export Promotion Programs on Export Performance. *Economies*, 9(127), 1-16.

<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/economies9030127>

- Oliva, L. F., & Tavera, K. I. (2019). *Impacto en la competitividad de las exportaciones de uva en la Región Ica a raíz del desarrollo portuario del Puerto General San Martín*. [Tesis de titulación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625756/Oliva_OL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Olyanga, A. M., Shinyekwa, I. M., Ngoma, M., Nkote, I. N., Esemu, T., & Kanya, M. (2022). Innovativeness and export competitiveness in the East African Community. *Modern Supply Chain Research and Applications*, 4(3), 177-201. <https://doi.org/10.1108/MS CRA-02-2022-0006>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2021). Methodologies to measure market competition. OECD Competition Committee Issues Paper. <https://www.oecd.org/daf/competition/methodologies-to-measure-market-competition-2021.pdf>
- Osejos, A. E., & Baque, S. M. (2022). Balanced Score Card en el Cumplimiento de los Objetivos de la Fundación Caritas, Manta. *Dominio de las ciencias*, 8(1), 3-17. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i41.2555>
- Palella, S. y Martins, F. (2006) Metodología de la investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Quintero, J. W., & Mejía, M. A. (2022). Factores asociados a la adopción de la banca electrónica en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas, Nueva Época*, 17(2), 1-23. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmef/v17n2/2448-6795-rmef-17-02-e659.pdf>
- Rangel, J. (2018). The impact of innovation and finance on the competitiveness of manufacturing SMEs. *Small Business International Review*, 2(2), 38-53. <https://sbir.upct.es/index.php/sbir/article/view/142>
- Ren, Z., & Ma, Y. (2018). The Significance of Comparative Advantage Theory and Competitive Advantage Theory to the Development of China's Foreign Trade.

- Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 248, 10-13. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icsser-18/25904745>
- Sánchez, H. H., Reyes, H. H., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística* (Primera ed.). Universidad Ricardo Palma. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Santistevan, K. L., Merchán, A. J., & Mero, Y. L. (2022). Estrategias de marketing digital y su competitividad en las empresas de la ciudad de Jipijapa. *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, 51-59. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.51-59](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.51-59)
- Saunila, M., Ukko, J., Rantala, T., Nasiri, M., & Rantanen, H. (2020). Preceding operational capabilities as antecedents for productivity and innovation performance. *Journal of Business Economics*, 90, 537-561. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11573-019-00963-0.pdf?pdf=button%20sticky>
- Seissian, L. A., Gharios, R. T., & Awad, A. B. (2018). Structural and market-related factors impacting profitability: A cross sectional study of listed companies. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 125-133. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.09.001>
- Shi, C., Agbaku, C. A., & Zhang, F. (2021). How do upper echelons perceive Porter's five forces? Evidence from strategic entrepreneurship in China. *Frontiers in psychology*, 12, 1-10. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.649574/full>
- Silva, A., & Limão, R. C. (2020). A Process for Human Resource Performance Evaluation Using Computational Intelligence: An Approach Using a Combination of Rule-Based Classifiers and Supervised Learning Algorithms. *IEEE Xplore*, 8, 39403-39419. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9004612>

- Stawasz, E. (2019). Factors that shape the competitiveness of small innovative companies operating in international markets with a particular focus on business advice. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, 15(1), 61-81. https://jemi.edu.pl/uploadedFiles/file/all-issues/vol15/issue1/JEMI_Vol15_Issue1_2019_Article3.pdf
- Suraraksa, J., & Shin, K. S. (2019). Comparative Analysis of Factors for Supplier Selection and Monitoring: The Case of the Automotive Industry in Thailand. *Sustainability*, 11(4), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su11040981>
- Sürücü, L., & Maslakçı, A. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *BMIJ*, 8(3), 2694-2726. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Tajir, G. K. (2018). Ethical treatment of participants in public health research. *Journal of Public Health and Emergency*, 2(1), 1-11. <https://jphe.amegroups.com/article/view/4312/5144>
- Tarazona, T. H. (2019). Fortalecimiento de competencias laborales y la gestión de calidad de los servicios públicos. *Gaceta científica*, 5(2), 93-100. <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/gacien/article/view/691/561>
- Torres, C. (2021). *Cultura exportadora y su relación con la competitividad comercial de la empresa World Fruit Peruvian Products del distrito de Hualmay-año2020*. [Tesis de titulación, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5178/RITA%20CECILIA%20TORRES%20TORRES.pdf?sequence=1>
- Ubieta, S. A., & Leiva, J. C. (2019). Business competitiveness in Costa Rica: a multidimensional approach. *Tec empresarial*, 13(3), 95-107. https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/4597
- Universidad de Costa Rica. (2020). Convenios institucionales. https://juridica.ucr.ac.cr/docs/conv_inst_v2020.pdf

- University of Texas. (2 de November de 2022). What is Quantitative Research?
https://libguides.uta.edu/quantitative_and_qualitative_research/quant
- Vásconez, F., Oleas, M., Bastidas, F. E., Vásquez, U. P., & Condo, L. (2020). La gestión de la información y del conocimiento en empresas industriales. *Revista Espacios*, 41(19), 309-319.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p22.pdf>
- World Bank. (2018). Chapter 3. Building human capital. En W. Bank, *The changing nature of work* (págs. 50-67). World Bank.
- Xu, J., Shang, Y., Yu, W., & Liu, F. (2019). Intellectual Capital, Technological Innovation and Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector. *Sustainability*, 11(19), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su11195328>
- Zangirolami, J., Echeimberg, J. O., & Leone, C. (2018). Research methodology topics: Cross-sectional studies. *Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano*, 28(3), 356-360.
<https://doi.org/10.7322/jhgd.152198>
- Zuñiga, A., Castillo, M., & Padilla, L. M. (2019). Organizational Competitiveness: The Conceptualization and Its Evolution. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1), 195-211.
http://jthmnet.com/journals/jthm/Vol_7_No_1_June_2019/19.pdf

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA TESIS: Competitividad y potencial exportador del sector textil en las pymes del Emporio Comercial Gamarra, año 2023

LINEA DE INVESTIGACION: Mype y emprendimiento

AUTOR: Casimiro Lamas, Rony Edwin

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
Problema general	Objetivo General	Hipótesis General			
¿Cuál es la relación entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?	Determinar la relación entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023	Existe relación significativa entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023	VI: Competitividad VD: Potencial exportador	1. Financiamiento 2. Calidad y organización 3. Capital humano 1. Mercado 2. Clientes 3. Procesos internos	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Tipo: Aplicada • Alcance: Descriptivo - Correlacional. • Diseño: No experimental. • Unidad de análisis: Total de pyme (medianas y pequeñas empresas exportadoras) del Emporio Comercial Gamarra
Problema Especifico	Objetivo Especifico	Hipótesis Especifico	Dimensiones	Indicadores	Fuentes de información
¿Cuál es la relación entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?	Establecer la relación entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023	Existe relación significativa entre el financiamiento y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023	VI: Financiamiento	1. Financiamiento externo 2. Evaluación contable 3. Financiamiento interno	Encuestas / Cuestionario

las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?	Emporio Comercial Gamarra, 2023.	textil en las pymes del Emporio Comercial Gamarra, 2023.	VD: Potencial exportador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado 2. Clientes 3. Procesos internos 	
¿Cuál es la relación entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra,2023?	Establecer la relación entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023.	Existe relación significativa entre la calidad y organización y el potencial exportador del sector textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023.	VI: Calidad y organización	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logística 1. Alianzas estratégicas 2. Convenios institucionales 	
			VD: Potencial exportador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado 2. Clientes 3. Procesos internos 	
¿Cuál es la relación entre el capital humano y el potencial exportador del sector textil en	Establecer la relación entre el capital humano y el potencial exportador del sector textil en las pyme del	Existe relación significativa entre el capital humano y el potencial exportador del sector	VI: Capital humano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación del personal 2. Evaluación del desempeño 3. Condiciones colaborativas internas 	

<p>las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023?</p>	<p>Emporio Comercial Gamarra, 2023</p>	<p>textil en las pyme del Emporio Comercial Gamarra, 2023</p>	<p>VD: Potencial exportador</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado 2. Clientes 3. Procesos internos 	
--	--	---	--	---	--

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: Competitividad

Definición conceptual: Capacidad de una compañía de equilibrar sus beneficios con la satisfacción de las preferencias de sus clientes. Esto significa que necesariamente se tendrá que ofrecer bienes y servicios valorados por sus clientes, por encima de los que ofrece la competencia, adicionalmente, reconoce que la empresa deberá adaptarse a los cambios sociales y económicos de su entorno (Chikán et al., 2022, p. 2). La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).

Instrumento:

CUESTIONARIO PREGUNTAS CERRADAS ESCALA ORDINAL

Técnica:

ENCUESTA

Dimensiones	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
FINANCIAMIENTO	I1: Financiamiento externo	La empresa busca financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.
		La empresa siempre evalúa si es mejor autofinanciarse o buscar fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago
	I2: Evaluación contable	La información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio
		Las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable
	I3: Financiamiento interno	La empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios
		La empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados
CALIDAD Y ORGANIZACION	I1: Logística	Se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora
		Se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa
	I2: alianzas estratégicas	La empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos
		La empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas

CAPITAL HUMANO

I3: Convenios institucionales	<p>La empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales</p> <p>Se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomenta la capacitación de los colaboradores</p>
I1: Capacitación del personal	<p>El personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente</p> <p>Se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas</p>
I2: Evaluación del desempeño	<p>La empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación. Se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante</p>
I3: Condiciones colaborativas internas	<p>Al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.</p> <p>Existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros.</p>

Variable dependiente: Potencial exportador

Definición conceptual: Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados. (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445). El potencial exportador se dimensionó de acuerdo a Osejos y Baque (2022) y Ghiglione (2021) en cuatro elementos, el mercado, aprendizaje y crecimiento, clientes y procesos internos

Instrumento:
CUESTIONARIO PREGUNTAS CERRADAS
ESCALA ORDINAL

Técnica:
ENCUESTA

Variable	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
MERCADO	I1: Conocimiento del mercado	La empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo
		Los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales
	I2: Comercio exterior	La empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior
		La empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino La empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro
	I3: Competitividad del producto	La empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad
		Antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto
CLIENTES	I1: Análisis de proveedores	La empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio
		La empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica
	I2: Análisis de la satisfacción del cliente	Se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente
		La empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos
	I3: Calidad del servicio	La empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes

**PROCESOS
INTERNOS**

I1: Operaciones productivas	Existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales
	La empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable
I2: Condiciones logísticas	Existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes
	Se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística
I3: Condiciones tecnológicas	La empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros
	La empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas

ANEXO 3: VALIDACION DE EXPERTOS

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

TABLA N. 1

Variable 1

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 1: Variable Independiente	Competitividad					
Definición Conceptual:	Capacidad de una compañía de equilibrar sus beneficios con la satisfacción de las preferencias de sus clientes. Esto significa que necesariamente se tendrá que ofrecer bienes y servicios valorados por sus clientes, por encima de los que ofrece la competencia, adicionalmente, reconoce que la empresa deberá adaptarse a los cambios sociales y económicos de su entorno (Chikán et al., 2022, p. 2). La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).					
Población:	Total de pyme del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: FINANCIAMIENTO						
	La empresa busca financiamiento con proveedores en	4	4	4	4	

I1: Financiamiento externo	forma de letras de cambio, pagares, etc.					
	La empresa siempre evalúa si es mejor autofinanciarse o buscar fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago	2	2	2	2	Mejorar la redacción: La empresa constantemente evalúa las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago. Ya que la Dimensión es el Financiamiento externo, no cabe el auofinanciamiento.
I2: Evaluación contable	La información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio	4	4	4	4	
	Las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable	4	4	4	4	
I3: Financiamiento interno	La empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios	4	4	4	4	
	La empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados	4	4	4	4	
D2: CALIDAD Y ORGANIZACION						
I1: Logística	Se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para	4	4	4	4	

	identificar aspectos de posible mejora					
	Se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa	4	4	4	4	
I2: Alianzas estratégicas	La empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos	4	4	4	4	
	La empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas	4	4	4	4	
I3: Convenios institucionales	La empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales	4	4	4	4	
	Se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomenta la capacitación de los colaboradores	4	4	4	4	
D3: CAPITAL HUMANO						
I1: Capacitación del personal	El personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que	4	4	4	4	

	se viene desempeñando actualmente					
	Se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas	4	4	4	4	
I2: Evaluación del desempeño	La empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación	4	4	4	4	
	Se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante	4	4	4	4	
I3: Condiciones colaborativas internas	Al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.	4	4	4	4	
	Existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros	4	4	4	4	

TABLA N.2
VARIABLE 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO DE POTENCIAL EXPORTADOR					
Autor del Instrumento	Elaboración propia					
Variable 2: Variable dependiente	Potencial Exportador					
Definición Conceptual:	Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados. (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445). El potencial exportador se dimensionó de acuerdo a Osejos y Baque (2022) y Ghiglione (2021) en cuatro elementos, el mercado, aprendizaje y crecimiento, clientes y procesos internos					
Población:	Total de pyme del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: MERCADO						
I1: Conocimiento del Mercado	La empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo	4	4	4	4	
	Los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales	4	4	4	4	
	La empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas	4	4	4	4	

I2: Comercio exterior	en la operatividad del comercio exterior					
	La empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino	4	4	4	4	
I3: Competitividad del producto	La empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro	4	4	4	4	
	La empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad	4	4	4	4	
D2: CLIENTES						
I1: Análisis de proveedores	Antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto	4	4	4	4	
	La empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio	4	4	4	4	
I2: Análisis de la satisfacción del cliente	La empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica	4	4	4	4	
	Se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente	4	4	4	4	
I3: Calidad del servicio	La empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos	4	4	4	4	
	La empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes	4	4	4	4	
D3: PROCESOS INTERNOS						

I1: Operaciones productivas	Existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales	4	4	4	4	
	La empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable	4	4	4	4	
I2: Condiciones logísticas	Existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes	4	4	4	4	
	Se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística	4	4	4	4	
I3: Condiciones tecnológicas	La empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros	4	4	4	4	
	La empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas	4	4	4	4	



Firma del experto validador

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

TABLA N. 1
Variable 1

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 1: Variable Independiente	Competitividad					
Definición Conceptual:	Capacidad de una compañía de equilibrar sus beneficios con la satisfacción de las preferencias de sus clientes. Esto significa que necesariamente se tendrá que ofrecer bienes y servicios valorados por sus clientes, por encima de los que ofrece la competencia, adicionalmente, reconoce que la empresa deberá adaptarse a los cambios sociales y económicos de su entorno (Chikán et al., 2022, p. 2). La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).					
Población:	Total de PYMES (medianas y pequeñas empresas exportadoras) del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: FINANCIAMIENTO						
	La empresa busca financiamiento con proveedores en forma de letras de	4	4	4	4	

I1: Financiamiento externo	cambio, pagares, etc.					
	La empresa siempre evalúa si es mejor autofinanciarse o buscar fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago	3	3	3	3	Observación al item debealinearse al indicador en este caso es un autofinanciamiento
I2: Evaluación contable	La información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio	4	4	4	4	
	Las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable	4	4	4	4	
I3: Financiamiento interno	La empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios	4	4	4	4	
	La empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados	4	4	4	4	
D2: CALIDAD Y ORGANIZACION						
I1: Logística	Se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para	4	4	4	4	

	identificar aspectos de posible mejora					
	Se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa	4	4	4	4	
I2: Alianzas estratégicas	La empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos	4	4	4	4	
	La empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas	4	4	4	4	
I3: Convenios institucionales	La empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales	4	4	4	4	
	Se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomenta la capacitación de los colaboradores	4	4	4	4	
D3: CAPITAL HUMANO						
I1: Capacitación del personal	El personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que	4	4	4	4	

	se viene desempeñando actualmente					
	Se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas	4	4	4	4	
I2: Evaluación del desempeño	La empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación	4	4	4	4	
	Se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante	4	4	4	4	
I3: Condiciones colaborativas internas	Al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.	4	4	4	4	
	Existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros	4	4	4	4	

TABLA N.2

VARIABLE 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO DE POTENCIAL EXPORTADOR					
Autor del Instrumento	Elaboración propia					
Variable 2: Variable dependiente	Potencial Exportador					
Definición Conceptual:	Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados. (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445). El potencial exportador se dimensionó de acuerdo a Osejos y Baque (2022) y Ghiglione (2021) en cuatro elementos, el mercado, aprendizaje y crecimiento, clientes y procesos internos					
Población:	Total de PYMES (medianas y pequeñas empresas exportadoras) del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: MERCADO						
I1: Conocimiento del Mercado	La empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo	4	4	4	4	
	Los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales	4	4	4	4	
	La empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior	4	4	4	4	

I2: Comercio exterior	La empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino	4	4	4	4	
I3: Competitividad del producto	La empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro	4	4	4	4	
	La empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad	4	4	4	4	
D2: CLIENTES						
I1: Análisis de proveedores	Antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto	4	4	4	4	
	La empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio	4	4	4	4	
I2: Análisis de la satisfacción del cliente	La empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica	4	4	4	4	
	Se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente	4	4	4	4	
I3: Calidad del servicio	La empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos	4	4	4	4	
	La empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes	4	4	4	4	
D3: PROCESOS INTERNOS						
I1: Operaciones productivas	Existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales	4	4	4	4	
	La empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable	4	4	4	4	

I2: Condiciones logísticas	Existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes	4	4	4	4	
	Se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística	4	4	4	4	
I3: Condiciones tecnológicas	La empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros	4	4	4	4	
	La empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas	4	4	4	4	



Firma del validador experto

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

TABLA N. 1
Variable 1

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD					
Autor del Instrumento	Elaboración propia.					
Variable 1: Variable Independiente	Competitividad					
Definición Conceptual:	Capacidad de una compañía de equilibrar sus beneficios con la satisfacción de las preferencias de sus clientes. Esto significa que necesariamente se tendrá que ofrecer bienes y servicios valorados por sus clientes, por encima de los que ofrece la competencia, adicionalmente, reconoce que la empresa deberá adaptarse a los cambios sociales y económicos de su entorno (Chikán et al., 2022, p. 2). La competitividad tiene componentes que determinan su nivel en las organizaciones, para Benites et al. (2020) estos componentes son: el capital humano, las finanzas, la calidad y la tecnología (pp.212-214).					
Población:	Total de PYMES (medianas y pequeñas empresas exportadoras) del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: FINANCIAMIENTO						
	La empresa busca financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.	4	4	4	4	

I1: Financiamiento externo	La empresa siempre evalúa si es mejor autofinanciarse o buscar fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago	3	3	3	3	En el planteamiento hay una paradoja, porque autofinanciarse se refiere a los propios recursos y el financiamiento externo es recursos de otras empresas. Es necesario modificarlo.
I2: Evaluación contable	La información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio	4	4	4	4	
	Las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable	4	4	4	4	
I3: Financiamiento interno	La empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios	4	4	4	4	
	La empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados	4	4	4	4	
D2: CALIDAD Y ORGANIZACION						
I1: Logística	Se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora	4	4	4	4	

	Se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa	4	4	4	4	
I2: Alianzas estratégicas	La empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos	4	4	4	4	
	La empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas	4	4	4	4	
I3: Convenios institucionales	La empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales	4	4	4	4	
	Se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomenta la capacitación de los colaboradores	4	4	4	4	
D3: CAPITAL HUMANO						
I1: Capacitación del personal	El personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene	4	4	4	4	

	desempeñando actualmente					
	Se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas	4	4	4	4	
I2: Evaluación del desempeño	La empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación	4	4	4	4	
	Se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante	4	4	4	4	
I3: Condiciones colaborativas internas	Al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.	4	4	4	4	
	Existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros	4	4	4	4	

TABLA N.2
VARIABLE 2

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	CUESTIONARIO DE POTENCIAL EXPORTADOR					
Autor del Instrumento	Elaboración propia					
Variable 2: Variable dependiente	Potencial Exportador					
Definición Conceptual:	Se refiere a la posición o capacidades que tiene una empresa para participar en el comercio internacional. El proceso de exportación de las empresas está determinado por distintos elementos, como los recursos financieros, el capital social, estándares de calidad, tamaño de la firma, y distancia entre mercados. (Barbosa et al., 2018, pp. 444-445). El potencial exportador se dimensionó de acuerdo a Osejos y Baque (2022) y Ghiglione (2021) en cuatro elementos, el mercado, aprendizaje y crecimiento, clientes y procesos internos					
Población:	Total de PYMES (medianas y pequeñas empresas exportadoras) del Emporio Comercial Gamarra					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: MERCADO						
I1: Conocimiento del Mercado	La empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo	4	4	4	4	
	Los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales	4	4	4	4	
	La empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas	4	4	4	4	

I2: Comercio exterior	en la operatividad del comercio exterior					
	La empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino	4	4	4	4	
I3: Competitividad del producto	La empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro	4	4	4	4	
	La empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad	4	4	4	4	
D2: CLIENTES						
I1: Análisis de proveedores	Antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto	4	4	4	4	
	La empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio	4	4	4	4	
I2: Análisis de la satisfacción del cliente	La empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica	4	4	4	4	
	Se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente	4	4	4	4	
I3: Calidad del servicio	La empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos	4	4	4	4	
	La empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes	4	4	4	4	
D3: PROCESOS INTERNOS						

I1: Operaciones productivas	Existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales	4	4	4	4	
	La empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable	4	4	4	4	
I2: Condiciones logísticas	Existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes	4	4	4	4	
	Se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística	4	4	4	4	
I3: Condiciones tecnológicas	La empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras, telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros	4	4	4	4	
	La empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas	4	4	4	4	



Firma del experto validador

ANEXO 4: INSTRUMENTO MEJORADO A PARTIR DEL JUICIO DE EXPERTOS

ENCUESTA: “COMPETITIVIDAD Y POTENCIAL EXPORTADOR DEL SECTOR TEXTIL

EN LAS PYMES EXPORTADORAS DEL EMPORIO COMERCIAL GAMARRA, AÑO

2023”

Buenos días, tardes o noches, estoy realizando una investigación para obtener el grado de Licenciado en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad de San Martín de Porres.

El objetivo de esta investigación es: “Determinar la relación entre la competitividad y el potencial exportador del sector textil en las pymes exportadoras del Emporio Comercial Gamarra, año 2023.

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto al de la presente investigación. **Esta encuesta dura aproximadamente 6 minutos.** De antemano se le agradece su participación y apoyo en sus respuestas.

I. INSTRUCCIONES:

- a) Leer con atención las preguntas y contestar con sinceridad de acuerdo con sus criterios.
- b) Consultar con la persona que le entrega el cuestionario alguna duda que pueda tener.
- c) No se sienta presionado al contestar alguna pregunta.

II. INFORMACIÓN GENERAL:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario
Autor del Instrumento:	Casimiro Lamas, Rony Edwin
Variable Independiente:	COMPETITIVIDAD
Población:	Pymes exportadoras del sector textil del emporio comercial de Gamarra año 2023

Para evaluar los indicadores, se pide por favor marcar con un aspa en la casilla que califique mejor su opinión, tomando en cuenta la siguiente leyenda:

1. **TD:** Totalmente en desacuerdo
2. **ED:** En desacuerdo
3. **NA:** Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. **DA:** De acuerdo
5. **TA:** Totalmente de acuerdo

N°	Dimensión 1. Financiamiento					
	Indicador. Financiamiento externo	TD	ED	NA	DA	TA
1	La empresa busca financiamiento con proveedores en forma de letras de cambio, pagares, etc.					
2	La empresa constantemente evalúa las diferentes fuentes externas de financiamiento, considerando tasas de interés, plazos y capacidad de pago.					
	Indicador. Evaluación contable	TD	ED	NA	DA	TA
3	La información contable con la que cuenta la empresa refleja la situación real del negocio					
4	Las nuevas decisiones de inversión o innovación se toman con base en la evaluación contable					
	Indicador. Financiamiento interno	TD	ED	NA	DA	TA
5	La empresa busca financiamiento interno mediante la emisión de acciones o aportaciones de sus socios					
6	La empresa se autofinancia por medio de sus utilidades retenidas de periodos pasados					

N°	Dimensión 2. Calidad y Organización					
	Indicador. Logística	TD	ED	NA	DA	TA
7	Se evalúan las prácticas actuales en el área de logística para identificar aspectos de posible mejora					
8	Se respetan en el proceso logístico los plazos o tiempos de entrega de insumos y productos finales de la empresa					
	Indicador. Alianzas estratégicas	TD	ED	NA	DA	TA
9	La empresa cuenta con alianzas estratégicas a fin de poder reducir sus costos					
10	La empresa busca aprovechar el conocimiento de mercado de otras empresas con más experiencia al buscar alianzas estratégicas					
	Indicador. Convenios Institucionales	TD	ED	NA	DA	TA
11	La empresa posee convenios de cooperación técnica con otras empresas internacionales o nacionales					
12	Se cuenta con uno o más convenios institucionales que fomente la capacitación de los colaboradores					
N°	Dimensión 3. Capital Humano					
	Indicador. Capacitación del personal	TD	ED	NA	DA	TA
13	El personal recibe capacitación periódica a fin de mejorar la gestión en el área en la que se viene desempeñando actualmente					

14	Se brinda capacitaciones de desarrollo y mejora en las cuales los trabajadores buscan incrementar sus habilidades y también poder participar en otras áreas					
	Indicador. Evaluación del desempeño	TD	ED	NA	DA	TA
15	La empresa cuenta con los perfiles bien definidos de los trabajadores y así poder evaluar su correcta contratación					
16	Se debe contar con un área de recursos humanos que permita evaluar las capacidades del personal de manera constante					
	Indicador. Condiciones Colaborativas Internas	TD	ED	NA	DA	TA
17	Al interior de la empresa se maneja una serie de condiciones colaborativas en pro de los trabajadores.					
18	Existe predisposición de los trabajadores en poder aprender conocimientos retadores y otros					

CUESTIONARIO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE “POTENCIAL EXPORTADOR”

III. INFORMACIÓN GENERAL:

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario
Autor del Instrumento:	Casimiro Lamas, Rony Edwin
Variable dependiente:	POTENCIAL EXPORTADOR
Población:	Pymes exportadoras del sector textil del emporio comercial de Gamarra año 2023

Para evaluar los indicadores, se pide por favor marcar con un aspa en la casilla que califique mejor su opinión, tomando en cuenta la siguiente leyenda:

1. **TD:** Totalmente en desacuerdo
2. **ED:** En desacuerdo
3. **NA/ND:** Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. **DA:** De acuerdo
5. **TA:** Totalmente de acuerdo

N°	Dimensión 1. Mercado					
	Indicador. Conocimiento del mercado	TD	ED	NA	DA	TA
1	La empresa conoce las posibles amenazas del mercado objetivo					
2	Los directivos y gerentes tienen experiencia y manejo en relación a los mercados internacionales					

	Indicador. Comercio exterior	TD	ED	NA	DA	TA
3	La empresa se encuentra en una búsqueda de alianzas estratégicas en la operatividad del comercio exterior					
4	La empresa en su gestión de comercio exterior evalúa constantemente los riesgos: políticos, económicos y sociales en el país de destino					
	Indicador. Competitividad del Producto	TD	ED	NA	DA	TA
5	La empresa tiene la capacidad de competir con otras empresas de su rubro					
6	La empresa considera que la percepción del valor del producto es elemental para alcanzar su nivel de competitividad					
Dimensión 2. Clientes						
	Indicador. Análisis de proveedores	TD	ED	NA	DA	TA
7	Antes de contactar con un proveedor la empresa tiene bien definido los requisitos y características del producto					
8	La empresa se esfuerza en la búsqueda de proveedores que le ofrezcan la mejor relación de calidad-precio					
	Indicador. Análisis de la satisfacción del cliente	TD	ED	NA	DA	TA
9	La empresa realiza encuestas sobre satisfacción al cliente, de forma periódica					

10	Se cuenta con un indicador que permita medir el nivel de satisfacción del cliente					
	Indicador. Calidad del servicio	TD	ED	NA	DA	TA
11	La empresa evalúa sus indicadores de tiempos de entrega de sus productos					
12	La empresa considera importante el manejo de indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio hacia los clientes					
Dimensión 3. Procesos Internos						
	Indicador. Operaciones Productivas	TD	ED	NA	DA	TA
13	Existe seguimiento en relación a las operaciones productivas relacionadas con las tasas de pérdidas de desecho de los materiales.					
14	La empresa analiza y evalúa dentro de sus operaciones productivas la evolución de su oferta exportable					
	Indicador. Condiciones Logísticas	TD	ED	NA	DA	TA
15	Existe un control y seguimiento permanente de las condiciones logísticas acordadas por las partes contratantes					
16	Se cuenta con indicadores de gestión y desempeño dentro del área de logística					
	Indicador. Condiciones Tecnológicas	TD	ED	NA	DA	TA
17	La empresa ha implementado herramientas tecnológicas tales como computadoras,					

	telefonía, internet, softwares de gestión contable, entre otros					
18	La empresa da mantenimiento a sus máquinas y las reemplaza con rapidez, en caso queden obsoletas					