



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS
COOPERATIVAS DEL PERÚ - 2023**

**Línea de investigación:
Gestión empresarial e inclusión social**

Tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración

Autor

Bances Suclupe, José Hildebrando

Asesora

Sáenz Arenas, Esther Rosa

ORCID: 0000-0003-0340-2198

Jurado

Visitacion Braul, Soledad Milagros

Tejada Estrada, Gina Coral

Díaz García, Martín Fernando

Lima - Perú

2025



GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS COOPERATIVAS DEL PERÚ - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

27%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

12%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
4	agora.edu.es Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	revistas.elpoli.edu.co Fuente de Internet	1%
8	Submitted to unjbg Trabajo del estudiante	1%
9	www.coursehero.com Fuente de Internet	



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS COOPERATIVAS
DEL PERÚ - 2023

Línea de investigación:
Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Doctor en Administración

Autor

Bances Suclupe, José Hildebrando

Asesora

Sáenz Arenas, Esther Rosa
(ORCID: 0000-0003-0340-2198)

Jurado

Visitacion Braul, Soledad Milagros

Tejada Estrada, Gina Coral

Díaz García, Martín Fernando

Lima - Perú

2025

Dedicatoria

A mis hijos Karent Carmela y Jose David por ser mi fuente de inspiración.

A mis adorados nietos Nicolaz Adrián y Gabriela Alexia, quienes son mi orgullo y motivación para poder superarme.

A mis padres quienes siempre se esforzaron por darme lo mejor hasta llegar a alcanzar mis objetivos personales y profesionales. A pesar de que físicamente ya no nos acompañan, les dedico este importante logro, con inmensa emoción.

A los docentes universitarios, quienes, desde el principio, nos inculcaron el espíritu de superación, y que todo sacrificio tiene su recompensa.

Agradecimiento

Agradezco a la UNFV por darme la bienvenida al ámbito académico y guiarme a través de las etapas de Postgrado. Los conocimientos adquiridos me han ayudado a lograr mis metas personales y profesionales, especialmente en el campo científico, el cual es fascinante y prometedor. Agradezco a todos los docentes, compañeros y a la universidad en su totalidad por el constante apoyo brindado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	viii
RESUMO	ix
SOMMARIO	x
I INTRODUCCIÓN	42
1.1 Planteamiento del problema	44
1.2 Descripción del problema	45
1.3 Formulación del problema	47
1.3.1. Problema general	47
1.3.2. Problemas específicos	47
1.4 Antecedentes	47
1.5 Justificación de la investigación	53
1.6 Limitaciones de la investigación	58
1.7 Objetivos	59
1.7.1 Objetivo general	59
1.7.2 Objetivos específicos	59
1.8 Hipótesis	59
II. MARCO TEÓRICO	60
2.1 Marco conceptual	60
III. MÉTODO	83
3.1. Tipo de investigación	84
3.2. Población y muestra	84
3.3. Operacionalización de variables	85
3.4. Instrumentos	86
3.5. Procedimientos	87

3.6. Análisis de datos.....	87
3.7. Consideraciones éticas.....	87
IV. RESULTADOS.....	44
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	59
VI. CONCLUSIONES.....	62
VII. RECOMENDACIONES.....	64
VIII. REFERENCIAS.....	65
IX ANEXOS.....	86
Anexo A. Matriz de consistencia.....	86
Anexo B. Validación de instrumentos.....	90
Anexo C. Confiabilidad de Instrumentos.....	94
Anexo D. Instrumento de medición.....	95
Anexo E. Estadística descriptiva – figuras.....	99
Anexo F. Propuesta del estudio.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable 1. Gestión del conocimiento.....	85
Tabla 2 Operacionalización de la variable 2. Competitividad.....	86
Tabla 3 Debilidades de la gestión del conocimiento	44
Tabla 4 Fortalezas de la gestión del conocimiento	46
Tabla 5 Debilidades de la competitividad.....	48
Tabla 6 Fortalezas de la competitividad	50
Tabla 7 Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y la competitividad	53
Tabla 8 Prueba exacta de Fisher para validación de hipótesis general	54
Tabla 9 Prueba de Tau – b Kendall para validar el grado de correlación de las variables	54
Tabla 10 Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y la productividad organizacional ...	55
Tabla 11 Prueba exacta de Fisher para la validación de hipótesis específica 1	56
Tabla 12 Prueba de tau – b Kendall para validar el grado de correlación	56
Tabla 13 Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y las ventajas competitivas	57
Tabla 14 Prueba exacta de Fisher para validación de hipótesis específica 2.....	58
Tabla 15 Prueba de Tau – b Kendall para validar el grado de correlación	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Debilidades de la gestión del conocimiento	99
Figura 2 Fortalezas de la gestión del conocimiento.....	100
Figura 3 Debilidades de la competitividad	101
Figura 4 Fortalezas de la competitividad	102

RESUMEN

Objetivo: El propósito de esta investigación es identificar la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas del Perú en 2023. **Método:** De tipo aplicado, de nivel correlacional, con un diseño no experimental transversal y un enfoque cuantitativo. La población estuvo compuesta por 100 delegados, quienes representan a los socios de la Cooperativa de Servicios Múltiples "Manuel Polo Jiménez". La muestra incluyó a estos 100 delegados, elegidos como representantes de los socios a nivel nacional mediante elecciones generales. **Resultados:** Los resultados de este estudio se obtuvieron mediante un instrumento aplicado a los 100 delegados de la Cooperativa de Servicios Múltiples "Manuel Polo Jiménez". El análisis estadístico de la evidencia reveló una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los delegados de las cooperativas. Esta relación es crucial, ya que indica que una gestión eficaz de la información y el conocimiento dentro de la organización contribuye directamente a mejorar la competitividad de los trabajadores. **Conclusiones:** Se revela una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de cooperativas. Esto demuestra que un manejo efectivo de la información contribuye a mejorar la competitividad. Las estrategias enfocadas en la gestión del conocimiento pueden ser herramientas clave para mejorar el desempeño y la eficiencia en las cooperativas. Este hallazgo resalta la importancia de que las cooperativas implementen prácticas y políticas que fomenten la captura, almacenamiento y entrega efectiva del conocimiento dentro de la organización.

Palabras Claves: gestión del conocimiento, competitividad, cooperativas.

RESUMO

Objetivo: O objetivo desta investigação é identificar a relação entre a gestão do conhecimento e a competitividade nas cooperativas do Peru em 2023. **Método:** De tipo aplicado, de nível correlacional, com um projeto não experimental transversal e uma abordagem quantitativa. A população foi composta por 100 delegados, que representavam os sócios da Cooperativa de Serviços Múltiplos "Manuel Polo Jiménez". A mostra incluiu esses 100 delegados, eleitos como representantes dos sócios em nível nacional por meio de eleições gerais. **Resultados:** Os resultados deste estudo foram obtidos por meio de um instrumento aplicado aos 100 delegados da Cooperativa de Serviços Múltiplos "Manuel Polo Jiménez". A análise estatística da evidência revelou uma relação significativa entre a gestão do conhecimento e a competitividade nos delegados das cooperativas. Esta relação é crucial, pois indica que uma gestão eficaz da informação e o conhecimento dentro da organização contribuem diretamente para melhorar a competitividade dos trabalhadores. **Conclusões:** É revelada uma relação significativa entre a gestão do conhecimento e da competitividade nos trabalhadores de cooperativas. Isto demonstra que um manejo eficaz da informação contribui para melhorar a competitividade. As estratégias enfocadas na gestão do conhecimento podem ser ferramentas chaves para melhorar o desempenho e a eficiência nas cooperativas. Isso ressalta a importância de que as cooperativas implementem práticas e políticas que fomentem a captura, o armazenamento e a entrega efetiva do conhecimento dentro da organização.

Palabras Claves: gestão do conhecimento, competitividade, cooperativas.

SOMMARIO

Obiettivo: El propósito de esta investigación es identificar la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas del Perú en 2023. **Metodo:** De tipo aplicado, de nivel correlacional, con un diseño non sperimentale trasversale e un enfoque quantitativo. La popolazione è composta da 100 delegati, che rappresentano i soci della Cooperativa de Servicios Múltiples "Manuel Polo Jiménez". La mostra includeva questi 100 delegati, eletti come rappresentanti dei soci al livello nazionale attraverso le elezioni generali.

Risultati: I risultati di questo studio sono stati ottenuti mediante uno strumento applicato ai 100 delegati della Cooperativa de Servicios Múltiples "Manuel Polo Jiménez". L'analisi statistica delle prove ha rivelato una relazione significativa tra la gestione della conoscenza e la competitività dei delegati delle cooperative. Questo rapporto è cruciale, poiché indica che una gestione efficace delle informazioni e la conoscenza all'interno dell'organizzazione contribuiscono direttamente a migliorare la competitività dei lavoratori. **Conclusioni:** Si rivela un rapporto significativo tra la gestione della conoscenza e la competitività dei lavoratori delle cooperative. Ciò dimostra che un efficace metodo di informazione contribuisce a migliorare la competitività. Le strategie mirate alla gestione della conoscenza possono essere strumenti chiave per migliorare il lavoro e l'efficienza nelle cooperative. Ciò significa che le cooperative implementano pratiche e politiche che fomentano la cattura, l'archiviazione e l'acquisizione efficace della conoscenza all'interno dell'organizzazione.

Parole chiave: gestione della conoscenza, competitività, cooperative.

I INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo enfrenta un entorno económico caracterizado por la constante evolución de las tecnologías de la información, la globalización de los mercados y la creciente necesidad de innovación para mantenerse competitivo. En este contexto, la gestión del conocimiento se ha consolidado como un factor fundamental para el desarrollo organizacional, especialmente en sectores que dependen de la cooperación y el trabajo conjunto, como es el caso de las cooperativas. Estas entidades, que han demostrado ser actores clave en la economía social y solidaria, enfrentan retos significativos para mantener su competitividad en un mercado cada vez más dinámico y complejo.

La gestión del conocimiento, entendida como el proceso de adquirir, almacenar, compartir y aplicar el conocimiento dentro de una organización, permite a las cooperativas maximizar su rendimiento, mejorar sus productos y servicios, y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado. Sin embargo, la implementación de estrategias eficaces para gestionar el conocimiento dentro de estas organizaciones no ha sido suficientemente estudiada en el contexto peruano. Las cooperativas del Perú, que juegan un papel relevante en sectores como la agricultura, la pesca, el ahorro y crédito, y la producción, enfrentan una serie de desafíos relacionados con la formalización de procesos, la capacitación de sus miembros y la adopción de tecnologías adecuadas que faciliten el flujo de información y el desarrollo de nuevas capacidades.

El presente estudio tiene como objetivo identificar la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas del Perú, particularmente en el contexto del año 2023. A través de un análisis profundo de las prácticas de gestión del conocimiento que se implementan en estas organizaciones, se pretende identificar cómo estas afectan su desempeño competitivo en un entorno cada vez más globalizado y tecnificado. Además, se busca comprender los factores internos y externos que influyen en la capacidad de las

cooperativas para integrar y aplicar el conocimiento de manera efectiva, y cómo esta capacidad puede contribuir a la mejora de su competitividad.

En el contexto peruano, las cooperativas han sido históricamente una herramienta importante para el desarrollo local y la inclusión social, pero en los últimos años han mostrado una resistencia limitada a la adopción de nuevas tecnologías y metodologías que promuevan una gestión del conocimiento más eficiente. Este fenómeno puede deberse a diversas causas, tales como la falta de infraestructura adecuada, la escasa capacitación en gestión del conocimiento, o la limitada visión estratégica en muchos casos. No obstante, en aquellos casos en que las cooperativas han logrado integrar el conocimiento de manera efectiva, se han observado mejoras significativas en su competitividad, en términos de innovación, eficiencia operativa y capacidad de adaptación a los cambios del mercado.

El enfoque metodológico adoptado en este estudio se basa en el enfoque cuantitativo, que incluye encuestas a 100 delegados, quienes representan a los socios de la Cooperativa de Servicios Múltiples "Manuel Polo Jiménez". Este enfoque permitirá una comprensión integral de las prácticas de gestión del conocimiento en las cooperativas del Perú, y cómo estas prácticas impactan en su competitividad.

Este estudio tiene la intención de contribuir al desarrollo de teorías y modelos de gestión del conocimiento específicos para el sector cooperativo, ofreciendo una visión práctica y aplicada que pueda servir como guía para las cooperativas peruanas que deseen mejorar su competitividad. Además, se busca ofrecer recomendaciones para los tomadores de decisiones, tanto en el ámbito gubernamental como empresarial, sobre cómo apoyar el fortalecimiento de las cooperativas a través de políticas y estrategias orientadas a la gestión efectiva del conocimiento.

1.1 Planteamiento del problema

La presente investigación tiene como finalidad demostrar si existe relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas del Perú.

En el mundo, hay más de 3 millones de cooperativas que producen 2,14 billones de dólares (ACI, 2022). Muchas de estas organizaciones han contribuido significativamente a la equidad social y al desarrollo económico en diversas comunidades. La eficiencia y los resultados económicos son reflejo del éxito de una empresa, pero en las cooperativas falta producir estos resultados, porque deja de lado la aplicación de los valores democráticos y la distribución de los excedentes que contribuyan para generar riqueza colectiva, según acuerdo de la asamblea general que manejan estas cooperativas.

Una cooperativa es un tipo de negocio basado en la democracia económica, donde las personas se reúnen de forma voluntaria con la finalidad de compartir intereses, deseos a través de negocios controlados y de propiedad democrática. Este modelo de negocios en América Latina ha sido muy exitoso ya que permite que las personas se reúnan y aborden problemas comunes como la escasez de créditos, altos costos de fabricación o la falta de mercados para sus productos. Las inversiones en innovación y tecnología son esenciales para el éxito de la cooperativa. Además, de establecer programas de capacitación a sus socios y colaboradores para optimizar con eficacia y eficiencia sus operaciones.

En el Perú, alrededor del 6% de la población económicamente activa (PEA) son socios de cooperativas de ahorro y crédito; pero el desinterés del Estado por el tema cooperativo durante las décadas ha dificultado la creación de empleo directo.

A pesar de la situación política y económica, el Perú se encuentra en un claro y definido camino seguro hacia el desarrollo económico. Las cooperativas no están exentas de este crecimiento, por lo tanto, estas deben alinearse de tal manera que aseguren una metodología adecuada, mediante la implementación de nuevas tecnologías que permitan un

crecimiento sostenible y así incrementar valor para sus socios y puedan competir con otras industrias nacionales.

1.2 Descripción del problema

Las cooperativas en Perú enfrentan una problemática estructural relacionada con la gestión ineficiente de sus recursos, especialmente en el contexto de un entorno global que también impacta a las grandes empresas. Las crisis económicas y las políticas gubernamentales, que afectan a las grandes corporaciones, se extienden a las cooperativas, dado su entorno interconectado y las dinámicas de mercado compartidas. En este sentido, aunque el Perú cuente con una legislación adecuada para la creación y operación de cooperativas, y un marco jurídico-legal fuerte que regula las cooperativas de ahorro y crédito y las cooperativas productivas, la falta de una gestión eficiente y sostenida en el tiempo sigue siendo un desafío.

En el país operan más de 1,245 cooperativas distribuidas en diversos sectores económicos, lo que subraya la importancia de este tipo de organización para la economía social. Sin embargo, el modelo cooperativo se basa en principios de autogestión, donde los beneficios y recursos se distribuyen de manera equitativa entre los socios. Esta estructura requiere una administración sólida y capacitación constante para evitar vulnerabilidades en su funcionamiento. No obstante, la falta de experiencia y conocimiento técnico en los procesos de dirección, administración y control de recursos financieros ha llevado a muchas cooperativas a una gestión deficiente, lo que limita su capacidad de crecimiento y competitividad.

El presente estudio tiene el siguiente diagnóstico: (a) Muchas cooperativas, especialmente en el sector de servicios múltiples, no cuentan con personal capacitado ni con directivos con conocimientos suficientes en áreas clave como la gestión financiera, la toma de decisiones estratégicas y la implementación de buenas prácticas organizacionales. Esto

resulta en una administración deficiente que afecta el uso eficiente de los recursos disponibles; (b) La inadecuada gestión del dinero y los recursos dentro de las cooperativas es otro diagnóstico crítico. La carencia de un control financiero adecuado, debido a la falta de profesionales especializados en el área, ha generado que las cooperativas enfrenten dificultades para realizar un seguimiento adecuado de sus ingresos y egresos, lo que perjudica su estabilidad financiera a largo plazo y (c) Aunque las cooperativas están fundamentadas en un principio de autogestión, la debilidad en las estructuras de gobernanza dentro de algunas organizaciones ha permitido que se presenten problemas de toma de decisiones, falta de planificación estratégica y conflictos internos que afectan la eficiencia operativa.

Las consecuencias de persistir con el problema son las siguientes: (a) Si las cooperativas no mejoran la capacitación en gestión y control, su competitividad se verá reducida. La falta de una administración adecuada impide la innovación y la adaptación a cambios del mercado, lo que podría llevar a que las cooperativas pierdan relevancia frente a otros modelos empresariales más eficientes; (b) La inadecuada gestión financiera puede llevar a una situación de descapitalización progresiva. Sin un control efectivo de los recursos y la falta de una estrategia financiera clara, las cooperativas corren el riesgo de enfrentar problemas graves de liquidez, lo que podría poner en peligro su viabilidad a largo plazo y (c) Una gestión deficiente puede generar desconfianza entre los socios, lo que afecta la cohesión interna y la moral de los miembros. En el modelo cooperativo, la confianza y la participación activa de los socios son esenciales para el buen funcionamiento, y la persistencia de estos problemas puede llevar a una disminución en la participación, afectando directamente su funcionamiento y crecimiento.

1.3 Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples?

1.3.2. Problemas específicos

- ¿Cómo la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples?
- ¿En qué medida la gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples?

1.4 Antecedentes

1.4.1. Antecedentes Internacionales

Ogotu (2023), el objetivo del estudio fue demostrar la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad que se presenta en la industria del turismo, y proporcionar una visión general integrada de cuatro teorías relacionadas con la microeconomía. Asimismo, en sus conclusiones resaltan cómo estas teorías integradas (instituciones, conocimiento, recursos y capacidades), brindan una comprensión más integral de la relación entre el conocimiento y la competitividad en el sector turístico.

Mantje (2023), la investigación tuvo como objetivo analizar cómo la eficiencia operativa interactúa con la gestión de los conocimientos para influir en la competitividad de las empresas. En sus conclusiones indica que el desarrollo del capital humano contribuye a una mayor competitividad de las empresas. Asimismo, el estudio proporciona intervenciones estratégicas para optimizar la competencia de las MYPES con una mejora de sus prácticas de conocimiento y eficiencia operativa.

Barría (2023), en su artículo de estudio, se apuntó a la identificación de los factores que influyen en el éxito competitivo de las cooperativas de ahorro y crédito de Panamá. Las

consecuencias evidenciaron que las variables de desempeño económico estaban altamente correlacionadas con otras referidas a inversión en ciencia, tecnología e innovación, inversión en capacitación, autodisciplina, transparencia, financiamiento externo, stock y recursos humanos.

Álvarez (2023) realizó una indagación destinada a explorar sobre la relevancia de las habilidades gerenciales como un factor crucial para la competitividad empresarial. La investigación concluyó que las empresas necesitan directivos que no solo posean conocimientos y experiencia, sino también habilidades que les permitan alcanzar el éxito empresarial. Las habilidades de gestión son esenciales para aumentar la competencia en el entorno empresarial.

Ordóñez (2023), en su artículo científico, se propuso entender cómo las empresas nativas digitales redefinen la competitividad en el mercado actual a través de su flexibilidad y gestión del conocimiento. Su metodología se centró en analizar datos y tendencias actuales a partir de información académica relevante. El estudio concluye destacando a la cultura de innovación y las estrategias que incorporan la sostenibilidad y la agilidad organizacional que permita lograr una primacía sostenible dentro de un mercado cambiante.

Perdomo (2023), en su estudio científico, se propuso determinar cómo gestionar y aplicar el conocimiento en una organización para maximizar su aprovechamiento. Para ello, se analizaron los conocimientos básicos con el propósito de generar su aplicabilidad en cualquier organización, buscando mejorar su eficiencia y eficacia. Esto requiere herramientas adecuadas para el éxito organizacional. El estudio concluye con la importancia de la gestión del capital intelectual de una organización, ello añade cuantía a los bienes y valores que se ofrecen, manteniendo una mayor ventaja competitiva.

Prasadjá (2022), en su artículo, se propuso conocer y analizar cómo la gestión de riesgos empresariales y la estrategia comercial contribuyen a la ventaja competitiva y el

desempeño empresarial de las compañías navieras que valorizan en la Bolsa de Valores de Indonesia. Los resultados indican que las empresas navieras de Indonesia pueden aumentar el desempeño de su empresa a través de la gestión de riesgos empresariales.

Baltazar (2022) su artículo científico tiene como objetivo analizar la relevancia de la gestión del conocimiento en la idoneidad de la producción aeroespacial, a través de una metodología cuantitativa de alcance correlacional. El estudio, centra a una empresa del sector 33641 del Sistema de Clasificación para América del Norte (SCIAN) y recurre a un cuestionario de 24 preguntas, evaluados con una escala de Likert (Alpha de Cronbach 0.945, gestión del conocimiento = 0.927 y competitividad = 0.915) como instrumento. Los resultados muestran una correspondencia sobria entre gestión del conocimiento y la competitividad.

Zumba (2021), en su trabajo de investigación, plantea el análisis de la gestión del conocimiento y la competitividad en la Hacienda llamada La Candelaria. El estudio se realizó mediante un enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal no experimental, para ello recurrió a 47 empleados. Se obtuvo como resultado que la empresa tenía debilidades en el seguimiento del cumplimiento de tareas de parte de los trabajadores y de la forma en que se abordaban estas debilidades podían tener un impacto negativo en las características de la empresa. La conclusión es que la Hacienda La Candelaria necesita un programa de gestión del conocimiento que integre y adapte todos los aspectos desarrollados por la organización, para incrementar su producción y competencia.

Aguiar (2021) argumenta en su artículo que la aplicación de métodos de gestión en productividad de micros, pequeñas y medianas empresas a menudo no se mantiene en el tiempo. Su objetivo es presentar un método para gestionar la productividad en las organizaciones. Los resultados obtenidos permitieron el desarrollo de un programa para la gestión del aprendizaje organizacional y la productividad.

Cuello (2020) investigó cómo la gestión del conocimiento se lleva a cabo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo. El estudio concluye que las capacidades del personal de las empresas se ven fortalecidas con adecuadas formas de gestionar los conocimientos; todo ello, además facilita cambios estructurales, promueve una rápida adaptación al cambio, mejora los procesos internos y fomenta la innovación constante. Esto proporciona una ventaja competitiva para conquistar nuevos mercados, mejorar su posición y mantener la rentabilidad y sostenibilidad.

Esparza (2020) expresa que el propósito del artículo es conocer cómo se relacionan gestión del conocimiento y competitividad en diferentes empresas de servicios. Se utilizó la correlación de Pearson para probar las suposiciones, y se realizó una investigación factorial exploratoria que permita evaluar la seguridad de los supuestos. Las deducciones muestran correlación verdadera y específica entre la gestión del conocimiento y competitividad, así como con sus respectivas variables.

Giraldo (2020) en su libro *Competitividad y gestión empresarial en productores de café diferenciado*, analiza un conjunto de conceptos, modelos y componentes de las funciones que se analizaron a través del tiempo. La indagación es de tipo exploratorio, con orientación cuantitativa, de carácter narrativo deductivo. Como resultados del análisis y aplicación práctica de la Gestión Empresarial que evalúa y analiza Competitividad, se identificaron acciones de mejora en la mayoría de las áreas funcionales evaluados, que al aplicarse aumentarán sus horizontes de competitividad de los pequeños fabricantes de café diferenciado de la Corporación “Cordilleranos del Quindío” Colombia, para lograr su introducción en los servicios a nivel nacional e internacional.

Mohd (2019) se afirma que el propósito del artículo es discutir el papel mediador de la invención en la relación entre Gestión del conocimiento y competitividad de las empresas. La herramienta utilizada para la recolección de datos fueron cuestionarios. Se encuestaron

190 empresas constructoras en la región oriental de Malasia. Se ha establecido que la forma de gestionar el conocimiento tiene un impacto directo, positivo en la competitividad de estas empresas. Sin embargo, las investigaciones han encontrado que el impacto de la gestión del conocimiento en la competitividad está mediado por la creación, lo que indica que la gestión del conocimiento debe ir acompañado por la innovación tecnológica y la gestión empresarial.

González (2019) realizó un estudio para comprender la correspondencia entre experiencias de gestión del conocimiento y el nivel de competitividad de las Empresas Familiares Turísticas (EFT) en la ciudad de Guanajuato. Este estudio se realizó con un enfoque cuantitativo, exploratorio y descriptivo. Se utilizó un cuestionario aplicado a 104 propietarios, familiares y trabajadores de las EFT en Guanajuato. Los datos se recopilaron a través de una encuesta administrativa a 104 propietarios, familiares y empleados de EFT en Guanajuato. Concluyendo que en el creciente ámbito del turismo se aconseja a los emprendedores desarrollar estrategias para gestionar el conocimiento forjado por su negocio. Esto aumenta el compromiso organizacional, lo que permite obtener una prelación competitiva y le permite responder de forma flexible y eficiente a las necesidades del mercado y de sus clientes.

1.4.2. Antecedentes Nacionales

Ortega (2023) en su investigación para el doctorado trató sobre competitividad empresarial y gestión del conocimiento; se propuso investigar si la gestión del conocimiento y la competitividad empresarial tienen una relación y si estas influyen o no en los resultados de exportación de las grandes empresas de la industria textil. Los resultados mostraron que no todas las dimensiones de estas variables independientes impactan positivamente en el desempeño exportador, por lo que se sugiere un nuevo modelo y se ofrecen algunas recomendaciones.

Pozo (2023) realizó un estudio para comprender la correlación entre la gestión de calidad y la competitividad en las empresas eléctricas de Chincha Alta. Se empleó una metodología cuantitativa correlacional, utilizando instrumentos como las encuestas y los cuestionarios estructurados para la recolección de datos. Los resultados obtenidos demostraron que el 66,7% de los ejecutivos encuestados calificaron el control de calidad en sus empresas como bajo. En cuanto a la competitividad, el 80% de las personas encuestadas lo consideró como nivel medio y el 20% en su nivel alto.

Arias (2022) realizó un estudio para analizar el impacto de los recursos estratégicos de gestión empresarial en la competitividad. Los principales resultados indican que las estrategias en gestión empresarial tienen un impacto significativo en la competitividad.

Hinojosa (2022) llevó a cabo un artículo de investigación que examinó la analogía entre la programación estratégica y el nivel de competitividad de las organizaciones productoras de cacao en la región Amazónica norte del Perú. Las deducciones encontradas demuestran relación significativa entre los dos criterios analizados, resultados propios a los enfoques de la gestión empresarial.

Mauricio (2021) en su título sobre la gestión del conocimiento y la productividad de una empresa constructora en Perú, decidió estudiar la relación entre la gestión del conocimiento y la productividad en la empresa constructora PBG E.I.R.L. en San Martín de Porres durante el año 2020, utilizando una muestra de 70 colaboradores. Los resultados también muestran la relación entre las dos categorías estudiadas.

López (2021), por su parte planteó como objetivo examinar el impacto de la gestión en la competitividad de las microempresas del sector pesquero de la ciudad de Piura, concluyendo que la gestión empresarial y sus dimensiones afectan al 50,6% de la competitividad de las empresas del sector pesquero de la ciudad de Piura.

Durand (2021) sostiene que el propósito del estudio fue establecer si la gestión empresarial incide en la competitividad de las empresas textiles de la ciudad de Chiclayo. Se utilizó una encuesta como instrumento, con una muestra de 170 MYPES de una población total de 305. Se evaluó el nivel de gestión empresarial de estas empresas, siendo 21.76% (nivel bajo), 50.59% (nivel medio) y 27.65% (nivel alto). En cuanto a la competitividad, se encontró que el 52.35% tenía un nivel bajo, el 39.41% un nivel medio y el 8.24% un nivel alto. Además, se encontró una correlación positiva promedio significativa (sig. 0.000, $r=0.724$) entre la gestión empresarial y la competitividad. Se concluyó que una mejora en la ejecución de las fases del proceso administrativo puede aumentar el nivel de competitividad, lo que contribuye a la capacidad de obtener ventajas competitivas y mejorar la posición en el mercado.

Vallejos (2021), en su tesis doctoral, menciona que su estudio apunta a examinar la contribución de la gestión administrativa a la competitividad empresarial de las MYPES. Por ello en su investigación desde un diseño no experimental, aplicado, descriptivo y correlacional, con un enfoque cuantitativo y de acción transaccional. La muestra se seleccionó mediante muestreo por conveniencia, y se incluyeron 27 empresas en el estudio. Se concluyó con una relación significativa entre la gestión administrativa y la competitividad empresarial de las MYPES en el sector de transporte de pasajeros en el distrito de Chota, a la luz del Coeficiente de Correlación de Pearson, visibiliza relación moderada en algunas variables.

1.5 Justificación de la investigación

La gestión del conocimiento se posiciona como una de las herramientas estratégicas clave que permite mejorar la competitividad empresarial. Desde un entorno de libre competitividad, los mercados necesitan una gestión y administración efectivas para ser

eficientes en sus operaciones, producir bienes con precios convenientes a su sector y generar rentabilidad económica acorde a sus inversiones.

1.5.1. Justificación Teórica

La presente investigación se fundamenta en una sólida base teórica que integra diversos modelos y teorías clave para comprender la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas del Perú. Estos marcos conceptuales permiten analizar desde distintas perspectivas cómo las cooperativas pueden mejorar su competitividad mediante una adecuada gestión del conocimiento y la utilización de recursos estratégicos.

Uno de los pilares teóricos más relevantes para esta investigación es el modelo SECI de Nonaka y Takeuchi, que establece cómo las organizaciones pueden crear, compartir y aplicar el conocimiento a través de cuatro procesos clave: Socialización, Externalización, Combinación e Internalización. Este modelo es esencial para entender cómo las cooperativas pueden gestionar el conocimiento de manera efectiva, promoviendo la innovación y el aprendizaje continuo dentro de sus estructuras organizacionales.

Asimismo, el modelo de competitividad empresarial y el modelo de competitividad Global ofrecen marcos útiles para analizar cómo las cooperativas, al integrar eficazmente el conocimiento, pueden enfrentar los retos de un entorno global cada vez más competitivo. Estos modelos explican cómo las empresas, incluidas las cooperativas, deben adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado global, a través de la innovación, el desarrollo de capacidades y la mejora continua.

El modelo de competitividad de factor y eficiencia, por su parte, destaca la importancia de optimizar los recursos y capacidades disponibles para lograr una ventaja competitiva. En este contexto, la gestión del conocimiento se presenta como una herramienta

esencial para mejorar la eficiencia operativa y la productividad de las cooperativas, permitiéndoles maximizar el uso de sus recursos humanos, financieros y tecnológicos.

Además, las teorías y modelos de las cinco fuerzas de Porter y las teorías de recursos y capacidades (RBV) proporcionan un marco para analizar el entorno competitivo de las cooperativas y cómo sus recursos internos, como el conocimiento, pueden ser utilizados para crear una ventaja competitiva. Estas teorías destacan la relevancia de desarrollar recursos y capacidades valiosos, raros, difíciles de imitar y organizados de manera eficiente, para lograr una ventaja sostenida.

La teoría de las capacidades dinámicas complementa este enfoque, ya que hace énfasis en la importancia de que las cooperativas desarrollen la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno y de aprovechar las oportunidades emergentes a través de la innovación y el aprendizaje organizacional.

Por otro lado, el modelo de ventaja competitiva sostenible y la teoría del capital intelectual subrayan cómo las organizaciones pueden lograr y mantener una ventaja competitiva a largo plazo mediante la gestión adecuada de los activos intangibles, como el conocimiento, la experiencia y la innovación. En este sentido, el capital intelectual se convierte en un recurso estratégico clave para las cooperativas que buscan mantenerse competitivas en un mercado dinámico.

Las teorías del comportamiento organizacional y el modelo de ventaja competitiva basada en la Cadena de Valor permiten comprender cómo las dinámicas internas de las cooperativas, la cultura organizacional y las prácticas de gestión del conocimiento influyen en el desempeño competitivo. Estas teorías destacan la importancia de crear una cultura organizacional orientada al aprendizaje, la colaboración y la innovación, que favorezca la creación y aplicación del conocimiento de manera efectiva.

El Modelo de Estrategias Genéricas de Porter, junto con el Modelo de Estrategias de Crecimiento, es fundamental para determinar las estrategias que las cooperativas pueden adoptar para mejorar su competitividad. Estos modelos proponen distintas formas de posicionarse en el mercado, desde la diferenciación hasta la estrategia de costos bajos, y cómo la gestión del conocimiento puede ser un factor diferenciador clave en la implementación de estas estrategias.

Otros marcos teóricos relevantes son el Modelo de Innovación Disruptiva de Christensen y el Modelo de Gestión de la Calidad Total (TQM), que ofrecen herramientas para entender cómo las cooperativas pueden innovar y mejorar la calidad de sus productos y servicios, mediante la gestión eficaz del conocimiento y la innovación continua.

Finalmente, el Modelo de Estrategia Corporativa de Diversificación y el Modelo de Estrategias de Competencia de Kotler y Keller aportan una visión amplia sobre cómo las cooperativas pueden expandir sus operaciones y mejorar su competitividad a través de la diversificación de productos y mercados, siempre apoyados en una adecuada gestión estratégica del conocimiento.

1.5.2. Justificación práctica

La presente investigación se justifica por la necesidad urgente de optimizar la gestión del conocimiento en las cooperativas del Perú, especialmente en un contexto económico cada vez más complejo y globalizado. Las cooperativas desempeñan un papel relevante en la economía peruana, al operar en más de 15 sectores productivos y servir a miles de socios. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos debido a la deficiente gestión de sus recursos y la falta de capacitación en áreas clave, lo que limita su capacidad para competir eficazmente tanto a nivel local como internacional.

La gestión eficiente del conocimiento en estas organizaciones no solo es una cuestión estratégica, sino que también tiene un impacto directo en su sostenibilidad y en la mejora del

bienestar de sus miembros. Implementar mejores prácticas en la gestión del conocimiento podría mejorar significativamente la eficiencia operativa, la toma de decisiones y la innovación dentro de las cooperativas. Esto permitiría a las cooperativas no solo superar sus debilidades actuales, sino también posicionarse como actores más competitivos en un mercado dinámico.

A través de este estudio, se busca proporcionar un marco práctico para la mejora de la gestión del conocimiento en las cooperativas, identificando estrategias y herramientas que puedan ser aplicadas de manera efectiva para fortalecer su estructura organizacional. De este modo, la investigación ofrece una contribución valiosa a la optimización de las cooperativas peruanas, orientada a la mejora de su competitividad, el manejo adecuado de sus recursos y la maximización de los beneficios para sus socios.

Además, el estudio pretende generar un impacto positivo en la política pública, proporcionando recomendaciones sobre cómo las autoridades y organismos de apoyo pueden intervenir para fomentar una mejor gestión del conocimiento dentro de las cooperativas, a través de programas de capacitación y la implementación de tecnologías adecuadas. Esto no solo beneficiaría a las cooperativas individualmente, sino que también tendría repercusiones positivas en el desarrollo económico y social a nivel regional y nacional, contribuyendo al fortalecimiento de la economía solidaria del país.

1.5.3. Justificación Metodológica

La metodología empleada en la investigación se fundamenta en un enfoque cuantitativo, ya que se busca obtener datos precisos y objetivos que permitan analizar y medir las relaciones entre la gestión del conocimiento y la competitividad de las cooperativas en Perú.

La investigación se clasifica como aplicada, puesto que se orienta a resolver problemas prácticos relacionados con la mejora de la gestión en las cooperativas. Los

resultados obtenidos estarán dirigidos a ofrecer soluciones concretas que puedan implementarse en las cooperativas peruanas, con el fin de mejorar su competitividad y eficiencia operativa.

El estudio tiene un nivel correlacional, dado que busca identificar la relación entre las variables de gestión del conocimiento y competitividad. En cuanto al diseño, se seleccionó un enfoque no experimental, ya que no se manipularán las variables ni se crearán grupos experimentales. El análisis se realizará observando y recopilando datos de las cooperativas tal como operan en su contexto habitual, lo que resulta adecuado para estudiar fenómenos sociales complejos, como la gestión del conocimiento en las cooperativas.

La recolección de datos se realizará mediante un cuestionario estructurado, el cual se diseñará específicamente para medir las prácticas de gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas. Este instrumento permitirá obtener información directa y precisa de una muestra representativa de cooperativas en el país.

La confiabilidad del cuestionario será evaluada utilizando el coeficiente alfa de Cronbach, una técnica estadística que garantiza que las preguntas del cuestionario sean consistentes y que los resultados sean confiables y reproducibles.

Para validar el cuestionario, se llevará a cabo un juicio de expertos, quienes revisarán y evaluarán el contenido del instrumento para asegurarse de que las preguntas sean pertinentes y reflejen de manera adecuada los aspectos clave de la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas. Este proceso de validación asegura que el cuestionario esté alineado con los objetivos de la investigación y que las variables sean correctamente medidas.

1.6 Limitaciones de la investigación

El estudio se realizará a los delegados que representan a los socios de la cooperativa, ya que estos se encargan de tomar decisiones en una asamblea general, anualmente,

limitándonos a tener reuniones virtuales solamente informativas, existiendo la posibilidad que algunos delegados no puedan responder a recopilación de datos necesarios para el trabajo.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Demostrar que la gestión del conocimiento se relaciona con la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Determinar si la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.
- Verificar si la gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

1.8 Hipótesis

1.8.1 Hipótesis General

Existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

1.8.2 Hipótesis específicas

- La gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.
- La gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativa de Servicios Múltiples.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco conceptual

2.1.1. Marco filosófico del estudio

En términos ontológicos, se considera que las cooperativas del Perú son entidades sociales y económicas cuya realidad se construye a través de las interacciones de los miembros, las prácticas de gestión del conocimiento y los procesos de competitividad. Esta realidad es entendida como plural y dinámica, ya que las cooperativas operan en contextos locales y globales diversos y sus procesos están en constante transformación (Guerrero et al., 2023).

Desde un enfoque epistemológico, la investigación se enmarca dentro del positivismo, que postula que el conocimiento debe ser adquirido a través de métodos científicos, objetivos y verificables. Dado el enfoque cuantitativo del estudio, se considera que el conocimiento sobre la gestión del conocimiento y la competitividad puede ser obtenido mediante la observación, medición y cuantificación de las variables. Se parte de la premisa de que existen leyes generales que rigen la relación entre la gestión del conocimiento y la competitividad, las cuales pueden ser comprendidas y explicadas mediante la recopilación de datos empíricos y su correspondiente análisis estadístico (Marcelín, 2023).

En el aspecto metodológico, la investigación sigue un enfoque cuantitativo, lo que implica la recolección y análisis de datos mediante instrumentos estadísticos para establecer relaciones correlacionales entre las variables. Se busca identificar si existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en las cooperativas peruanas, sin enfocarse en establecer causalidades. La investigación tiene un carácter aplicado, ya que se orienta a generar conocimiento práctico que permita mejorar la competitividad de las cooperativas a través de mejores prácticas en la gestión del

conocimiento. El nivel correlacional de la investigación permitirá analizar las relaciones entre las variables de manera objetiva y precisa (Castañeda, 2022).

Desde el punto de vista axiológico, el estudio está guiado por valores éticos que promueven la justicia social, la equidad y la sostenibilidad. Al tratarse de cooperativas, entidades de economía social, se prioriza el bienestar de los miembros y las comunidades. Además, se mantiene un firme compromiso con la objetividad, la transparencia y la validez de los resultados, buscando que los hallazgos sean útiles y aplicables para las cooperativas, sin que intereses ajenos puedan influir en la interpretación de los datos (Bilbao, 2024).

2.1.2. Modelos de la variable Gestión del Conocimiento

2.1.2.1 Modelo SECI de Nonaka y Takeuchi. El modelo SECI de Nonaka y Takeuchi (1995) es el más influyente en la gestión del conocimiento; puntualiza cuatro formas de transformación del conocimiento: (a) Socialización: Hace posible convertir el conocimiento tácito a través de la interacción entre los individuos por medio de la experiencia; (b) Externalización: Se logra mediante el uso de metáforas, hipótesis, las analogías, etc.; (c) Conversión de conocimiento tácito a explícito a través de la articulación y formalización del conocimiento; (d) Combinación: Se logra mediante la integración del conocimiento explícito y la sistematización de diversas fuentes de conocimiento explícito y (e) Internalización: Se logra mediante la transformación de lo explícito a tácito a través de la práctica y la experiencia.

2.1.2.2. Modelo contemporáneo de la competitividad: La ventaja competitiva. Las teorías actuales sobre competitividad y los modelos de comercio internacional no se basan en los beneficios de las ventajas comparativas Nel (2021). Sobre los elementos teóricos de la competitividad, Garduño (2013) señala que históricamente se han tomado en consideración dos niveles a la hora de definir y medir la competitividad: el micro asociado a las empresas, y el macro, asociado a los países. En el ámbito microeconómico, la competitividad se refiere a

la capacidad de una organización para proporcionar de manera consistente y rentable bienes y servicios que satisfagan las demandas del mercado tanto en precio como en calidad (European Commission, 2003). En el ámbito macroeconómico, la competitividad se refiere a la capacidad de un país para promover bienes, así como servicios exitosos en los mercados internacionales en un entorno de un mercado libre y abierto.

2.1.2.3 Modelo de competitividad empresarial. Jiménez (2006) afirma que los modelos para evaluar la competitividad a nivel de países, incluyen la metodología desarrollada por Michael Porter, que incluye 188 variables agrupadas en 12 factores: Indicadores de desempeño, entorno macroeconómico, tecnología e innovación de la industria, tecnologías de la información y telecomunicaciones, infraestructura, instituciones gubernamentales, competencia interna, desarrollo de clústeres, operaciones y estrategia empresarial (Gerencia), medio ambiente e instituciones internacionales. Menciona, además, menciona que, al evaluar la competitividad de las empresas, se tienen en cuenta los siguientes factores: gestión comercial, gestión financiera, gestión de la producción, ciencia y tecnología, internacionalización y gestión empresarial.

2.1.2.4 Modelo de Competitividad Global. El modelo de competitividad global del Foro Económico Mundial (FEM) examina los factores que afectan la competitividad global a través de indicadores como la calidad institucional, la infraestructura y la macroeconomía y la educación (Schwab, 2020).

2.1.2.5 Modelo de Competitividad de Factor y eficiencia. El modelo de competitividad basado en factores y eficiencia de Michael Porter (1998) sostiene que la competitividad se explica a través de la habilidad de empresas por competir utilizando elementos de elaboración como mano de obra, tecnología, entre otros.

2.1.2.6 Modelo de las cinco Fuerzas de Porter. Michael Porter (1980) introdujo el modelo de las cinco fuerzas para examinar el entorno competitivo de una industria. Dicho

modelo, abarca: (a) La amenaza de nuevos competidores; (b) El poder de negociación de los proveedores; (c) El poder de negociación de los clientes, (d) La amenaza de productos o servicios sustitutos y (e) La rivalidad entre competidores existentes.

Estas fuerzas influyen en la intensidad de la competencia y, por lo tanto, en la rentabilidad potencial de una industria. Según Porter (1985) una empresa puede formular estrategias competitivas a partir de tres enfoques genéricos: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque.

2.1.2.7 Teorías de Recursos y Capacidades (Resource-Based – RBV). La ventaja competitiva de una empresa proviene de sus recursos y capacidades únicas y valiosas. Según la teoría basada en recursos, formulada por Barney (1991). Estos recursos pueden ser conocimientos y reputación, o tangibles como equipo y tecnología. Estos recursos deben ser valiosos, raros, únicos y no sustituibles (VRIN), con el fin de proporcionar una ventaja competitiva sostenible.

2.1.2.8 Modelo sobre las Capacidades Dinámicas. Según Teece et al. (1997) subrayan la importancia de la capacidad de una empresa para integrar, desarrollar y reconfigurar sus competencias internas y externas en respuesta a constantes cambios del entorno. Esta teoría resalta la necesidad de adaptación y transformación constante para mantener la competitividad.

2.1.2.9 Modelo del Valor para el Cliente. La teoría del valor para el cliente se enfoca en la percepción del valor que el cliente recibe de un bien o servicio en relación con el costo. Zeithml (1988) señala que el valor percibido afecta la complacencia del cliente y, por lo tanto, mejora la competitividad de la empresa.

2.1.2.10 Modelo de la Ventaja Competitiva Sostenible. La teoría de la ventaja competitiva sostenible, desarrollada por Ghemawat (2002), expande el modelo de Porter al centrarse en cómo las empresas pueden establecer y conservar ventajas competitivas a largo

plazo, examinando el concepto de “distancia” en dimensiones económicas, culturales y geográficas que influyen en la estrategia empresarial.

2.1.2.11 Modelo del Capital Intelectual. La teoría del capital intelectual, formulada por Stewart (1997), investiga cómo los activos intangibles, es decir el conocimiento, las relaciones y la propiedad intelectual, afectan la competitividad organizacional. El capital intelectual se considera una fuente fundamental de ventaja competitiva en la economía contemporánea.

2.1.2.12 Modelo del Comportamiento Organizacional. Presentado por Robbins y Judge (2019), dichos autores analizan cómo el comportamiento de los colaboradores y la cultura en la organización impactan en la competitividad. Según esta teoría, una cultura organizacional saludable y una gestión efectiva del personal serán pilares de organizaciones exitosas.

2.1.2.13 Modelo de Ventaja Competitiva basada en la Cadena de Valor. El modelo de cadena de valor de Porter (1985) analiza las actividades internas de una empresa para identificar las fuentes de ventaja competitiva. Este modelo clasifica actividades en primarias y de apoyo para evaluar cómo cada una contribuye a la creación de valor.

2.1.2.14 Modelo de estrategias genéricas de Porter. Porter (1985) también presentó el concepto de estrategias genéricas que las empresas pueden adoptar para conseguir una ventaja competitiva. Estas categorías son: (a) Liderazgo en costos: Ofrecer productos o servicios a un costo inferior al de los competidores; (b) Diferenciación: Proveer bienes o servicios ideales difíciles de encontrar en el mercado y que distingan a tu organización de otras y (c) Enfoque: Dirigirse a un fragmento específico del mercado de manera más firme que la competencia.

2.1.2.15 Modelo de Estrategias de Crecimiento. El modelo de estrategias de crecimiento de Ansoff (1957) propone que las empresas pueden expandirse utilizando las

siguientes estrategias: penetración de mercado, desarrollo de mercadeo, desarrollo de productos y diversificación.

2.1.2.16 Modelo de Ventajas Comparativas de Ricardo La teoría de las ventajas competitivas, formulada por Ricardo (1817), sostiene que los países y las empresas deben dominar la elaboración de bienes en los que posean una superioridad comparativa. Este concepto también se puede aplicar a la competitividad organizacional, en términos de eficiencia y especialización.

2.1.2.17 Modelo de innovación disruptiva de Christensen. La innovación disruptiva, un concepto desarrollado por Clayton Christensen (1997), explora cómo las pequeñas empresas con recursos limitados pueden desafiar a las compañías consolidadas, sosteniendo que las innovaciones disruptivas crean nuevos mercados y redes de valor, lo que permite a las empresas emergentes superar a los líderes del mercado.

2.1.2.18 Modelo de Gestión de la Calidad Total (TQM). La gestión de la calidad total (TQM) se orienta a la mejora continua de la calidad de productos y servicios mediante la intervención de todos sus miembros. Deming (1986) es famoso por sus 14 puntos para la gestión de calidad, los cuales han sido adoptados por muchas empresas como Toyota en su planta de Georgetown, para optimizar sus procesos y productos.

2.1.2.19 Modelo de Estrategia Corporativa de Diversificación. El modelo de diversificación de Rumelt (1974) examina cómo las empresas pueden emplear la diversificación para obtener una ventaja competitiva.

2.1.2.20 Modelo de Ventaja Competitiva basada en la Estrategia de Marca. La estrategia de marca es fundamental para mantener la competitividad. Aaker (1996) sostiene que una marca fuerte puede crear una ventaja competitiva significativa en el mercado.

2.1.2.21 Modelo de Estrategias de Competencia de Kotler y Keller. Kotler y Keller (2016) ofrecen un enfoque integral para el desarrollo de estrategias de marketing que pueden

impactar la competitividad organizacional. Este modelo cubre la creación de estrategias en áreas como producto, precio, distribución y promoción. La competitividad organizacional es un fenómeno multifacético que puede ser comprendido mediante diversas teorías y modelos, es decir, desde el análisis de fuerzas competitivas y la teoría basada en recursos hasta conceptos de innovación abierta y capital intelectual, cada teoría proporciona perspectivas útiles sobre cómo las organizaciones pueden conseguir y conservar una ventaja competitiva.

Las teorías y modelos discutidos proporcionan una base sólida para entender cómo las empresas líderes mantienen la competitividad, desde la innovación disruptiva y la diversificación estratégica hasta la gestión de la calidad y el capital humano, estas estrategias son esenciales para el éxito sostenido en mercados altamente competitivos.

2.1.3 Gestión del conocimiento

El rápido crecimiento de la gestión del conocimiento en las empresas en general hace deseable que las cooperativas se expandan en paralelo o más allá, porque es un medio para lograr el éxito empresarial. Por supuesto es necesario modificar diversos métodos, técnicas y herramientas según las características únicas de la idiosincrasia cooperativa. Existen diferentes conceptos de la gestión del conocimiento:

Canals (2003) sostiene que la gestión del conocimiento consiste en la optimización de la utilización del conocimiento. Es todo lo que nosotros tenemos y que, además, contribuye con la interpretación del entorno y, por ende, nos brinda la posibilidad de poder actuar.

Igbinovia (2017), en su artículo científico, describe la gestión del conocimiento como el proceso de reconocer, adquirir, aprovechar, compartir y utilizar de manera efectiva los activos intelectuales de la organización con el fin de mejorar su rendimiento y competitividad.

Hernández (2011) menciona que la gestión del conocimiento busca integrar en un sistema administrativo, informático y empresarial todo lo valioso para la empresa, lo cual incluye productos, consumidores y distribuidores. Todo esto le permitirá desarrollar y fundamentar las

decisiones adoptadas, así como los planes que se pongan en marcha o las estrategias que se impulsen dentro de las empresas.

Bernal (2010), en su apartado de investigación, describe la gestión del conocimiento como el proceso que abarca actividades como identificación, adquisición, socialización, creación y utilización del conocimiento con el fin de generar ventajas competitivas.

Tarí (2009), en su artículo de investigación, afirma que la gestión del conocimiento es un asunto cambiante que incluye la elaboración, el acopio, la transferencia, aplicación y uso del conocimiento para optimizar las consecuencias dentro de las organizaciones.

Pérez (2008) define la gestión del conocimiento organizacional como una disciplina que estudia el diseño e implementación de sistemas con el objetivo principal de gestionar todo el conocimiento tácito, explícito, personal, interno y externo.

Díaz (2017) menciona que en lo que respecta a la administración de las cooperativas, estas son una de las formas de organización social que necesitan aprovechar de manera eficaz la gestión tanto de la información, así como del conocimiento que manejan sus miembros, todo ello con el fin de aumentar su potencial estratégico y competitivo.

La gestión del conocimiento es un proceso en continua evolución, deviene en disciplina y un sistema que busca optimizar la gestión para transformar datos en información y conocimiento, permitiendo a las organizaciones extender su potencial estratégico y competitivo.

2.1.4 Tipos de Conocimiento

El conocimiento en las organizaciones generalmente se divide en dos tipos: conocimiento tácito y conocimiento explícito (Polanyi, 1966). (a) Conocimiento Tácito: es de tipo personal y específico del medio sociocultural, que a menudo resulta difícil de formalizar y comunicar. Incluye habilidades, experiencias y aprendizajes intuitivos y (b) Conocimiento

Explícito: es de tipo articulado, codificado y almacenado en diversos acervos. Incluye datos, manuales, procedimientos y documentos.

2.1.5 Ciclo de Vida del Conocimiento

Detalla las etapas por las que pasa el conocimiento en una organización. Estas etapas incluyen:

- **Creación:** Se refiere a generar nuevo conocimiento a través de la indagación, la invención y la cooperación.
- **Captura:** Se refiere a identificar y documentar el crecimiento existente.
- **Almacenamiento:** Organización y almacenamiento para que sea más fácil encontrar el conocimiento.
- **Difusión:** Difundir el conocimiento entre los integrantes de una organización.
- **Utilización:** Aplicar conocimientos para tomar decisiones y realizar tareas.
- **Reevaluación:** Actualización, mejora de conocimientos a partir de la retroalimentación y las nuevas experiencias (Wing, 1993).

2.1.6 Tecnologías y herramientas de Gestión del Conocimiento

- **Sistemas de Gestión Documental (DMS):** Facilita organización y acceso a documentos y archivos.
- **De datos:** Permite el almacenamiento organizado, así como su recuperación eficiente.
- **Sistemas de Gestión del Conocimiento (KMS):** Integra muchas herramientas y tecnologías de gestión del conocimiento diferentes dentro de la organización.
- **Plataformas de Colaboración:** Facilita comunicación e intercambio de conocimiento dentro de una organización (Alavi y Leidner, 2001)

2.1.7 Factores críticos de éxito en la gestión del conocimiento

Es fundamental tener en cuenta ciertos factores clave para el éxito, como:

- Cultura Organizacional: Fomentar un ambiente que valore y promueva el intercambio de conocimientos.
- Liderazgo: Contar con líderes que respalden y faciliten la organización del conocimiento.
- Tecnología: Disponer de herramientas especializadas y apropiadas para el almacenamiento y la difusión del conocimiento.
- Incentivos: Implementar sistemas de recompensas que motiven a colaborar y utilizar el conocimiento (Davenport y Prusak, 1998).

La gestión del conocimiento es un tema importante para las organizaciones que desean seguir siendo competitivas y adaptables en un entorno globalizado. Al comprender y aplicar conceptos, teorías y modelos de gestión del conocimiento, las organizaciones consiguen optimizar su capacidad para crear, participar y manejarlo de forma positiva.

2.1.8 Características principales de la gestión del conocimiento

A continuación, se detallan las características principales:

- Creación del conocimiento. La creación del conocimiento es una característica fundamental de la gestión del conocimiento que se refiere al proceso de creación basados en la indagación, la invención y la práctica. La creación de conocimiento puede ser formal, a través del estudio sistemático informal, a través de la experiencia cotidiana (Nonaka y Takeuchi, 1995).
- Captura y almacenamiento de conocimiento. La captura y almacenamiento de conocimiento son procesos críticos para asegurar que el conocimiento generado no se pierda y esté disponible para futuras consultas. Este proceso incluye la identificación de conocimiento relevante y su documentación en formatos accesibles para todos sus miembros (Davenport y Prusak, 1998).

- Difusión del conocimiento. Es la distribución del conocimiento a través de la ordenación para que pueda ser utilizado por todos los miembros. Este proceso puede incluir el uso de tecnologías como intranets, plataformas de colaboración y redes sociales internas (Alavi, 2001).
- Aplicación del conocimiento. Implica utilizar el conocimiento disponible en la toma de decisiones y la resolución de problemas en la organización. Este proceso asegura que el conocimiento no solo se crea y almacena, sino que también se pone en práctica para lograr los objetivos organizacionales (Wing, 1993).
- Evaluación y mejora del conocimiento. La evaluación y mejora del conocimiento es una característica que se enfoca en revisar y actualizar el conocimiento existente basado en nuevas informaciones, experiencias y feedback. Este proceso permite que el conocimiento evolucione y se adapte a cambios en el entorno organizacional (Zack, 1999).
- Cultura organizacional y liderazgo. Una cultura organizacional que valora el conocimiento y el liderazgo, y apoya las iniciativas de la gestión del conocimiento. La cultura y el liderazgo influyen en el compromiso de los empleados (Shein, 2010).

2.1.9 Importancia de la Gestión Empresarial

La gestión del conocimiento se ha vuelto crucial en la administración empresarial y en la competitividad, dos elementos que están estrechamente relacionados y que contribuyen al éxito de las empresas (Palacios, 2020).

2.1.10 Dimensiones de la Gestión del Conocimiento

Tarí (2009) describe las tres dimensiones de la gestión del conocimiento de la siguiente manera: el aprendizaje organizacional, el conocimiento organizacional y la organización del aprendizaje.

- **Aprendizaje organizativo.** Según la investigación teórica llevada a cabo por diversos autores, el aprendizaje organizacional se puede entender como un proceso dinámico que implica la recopilación de datos, su transformación, en diferentes niveles de aprendizaje.
- **Conocimiento organizativo.** En relación con el conocimiento organizativo lo define como el proceso dinámico de transmisión y acopio de conocimiento en la organización.
- **Organización del aprendizaje.** En el contexto del aprendizaje organizacional, se describe en la capacidad de una empresa para emplear y explotar conocimientos, examinar y descubrir sus recursos, adaptarse y cambiar su entorno, aprender y desarrollar sus conocimientos y luego transformarlos en nuevos conocimientos. En resumen, la gestión del conocimiento es el proceso dinámico de creación, almacenamiento, transmisión, aplicación y explotación del conocimiento para mejorar el desempeño organizacional.

2.1.11 Modelos de Ventajas Competitivas

Existen diferentes modelos teóricos que explican cómo las organizaciones pueden alcanzar y conservar ventajas competitivas:

2.1.11.1 Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter. Michael Porter (2008) presenta un modelo en el que la competencia en el mercado está impulsada por cinco fuerzas principales: amenaza de nuevos participantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los clientes, la amenaza de productos sustitutos y la competencia entre competidores actuales. Las organizaciones deben gestionar estas fuerzas para mantener su ventaja competitiva (Porter, 2008).

2.1.11.2 Modelo de Ventaja Competitiva de Recursos y Capacidades. Barney (1991) plantea que las ventajas competitivas se fundamentan en recursos y capacidad que

poseen características como valor, rareza, dificultad de imitación y ausencia de sustitutos. Este enfoque resalta la necesidad de gestionar y potenciar estos recursos para mantener una ventaja competitiva a largo plazo.

2.1.12 Modelos de Productividad Organizacional

Existen varios modelos teóricos diseñados para entender la productividad organizacional, siendo algunos de los más importantes:

2.1.12.1 Modelo de Productividad de Deming: Este modelo, se basa en el ciclo de mejora continua PDCA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar), que enfatiza la importancia de la calidad y la mejora continua para mejorar la productividad (Deming, 1986).

2.1.12.2 Modelo de Productividad de Porter: Michael Porter (1990) introduce el modelo de ventaja competitiva, el cual sugiere que las organizaciones pueden alcanzar una alta productividad mediante estrategias que fortalezcan sus posiciones competitivas en el mercado.

2.1.12.3 Modelo de las 7S de McKinsey: Este modelo muestra que la productividad organizacional obedece a la alineación de siete elementos básicos: Estrategia, Estructura, Sistemas, Valores, Compartidos, Habilidades, Estilo y Personal (Waterman et al., 1980).

2.1.13 Competitividad

Competitividad organizacional es un concepto esencial en la gestión empresarial y administración estratégica. Es la capacidad de una organización de diseñar, promover y ofrecer productos que satisfagan las demandas del mercado, superando a sus competidores. Este marco teórico analiza las principales teorías y modelos que explican la competitividad organizacional, y los factores determinantes que la afectan.

Díaz (2021) refiere a que la competitividad es una de las situaciones más estimadas y respetadas por líderes organizacionales, quienes son consecuentes de las crecientes necesidades, así como de las progresivas posibilidades de los clientes más exigentes y

complejos, tratando de utilizar las principales armas para alcanzar una posición preferida en el mercado y afirmar su sostenibilidad en el medio y largo plazo.

Hernández (2020) describe la competitividad como el valor adicional que tiene una empresa para innovar tanto en la capacitación de su personal como en los procesos de producción de sus productos, con el fin de satisfacer la demanda de sus clientes y posicionarse frente a sus competidores.

Hernández (2011) afirma que la competitividad de una empresa radica en la capacidad para instaurar, ampliar y mantener habilidades encaminadas a lograr las preferencias de los consumidores en el mercado de productos o servicios, para crear recursos financieros (rentabilidad) y recursos humanos (desarrollo integral) a corto, mediano y largo plazo.

Hinojoza (2022) refiere que la competitividad se refiere a la capacidad de un país, en condiciones de mercado libre y justo, para producir bienes y servicios que puedan disputar satisfactoriamente en los diversos mercados nacionales e internacionales, al mismo tiempo que mantienen o incluso aumentan el ingreso real de sus ciudadanos.

Según Velarde (2023) muestra que la competitividad consiste en la capacidad para mantener e incrementar la participación en los mercados internacionales al tiempo que se incrementa el nivel de vida de la población.

Al respecto, se puede decir que la competitividad es la capacidad para mantenerse dentro de un mercado competitivo mediante la creación de diferentes estrategias y ventajas competitivas que fomenten la capacidad de producción y rentabilidad.

Porter (1990) define a la competitividad como la capacidad que tienen las empresas, regiones o naciones para disputar de manera eficaz en un mercado global, manteniendo o mejorando su posición en términos de costos, calidad, innovación y sostenibilidad.

2.1.14 Factores de competitividad

Porter (1990) introduce el modelo de diamante que identifica cuatro factores principales que afectan la competitividad:

- Condiciones de los factores: Recursos, infraestructura, y mano de obra.
- Condiciones de la demanda: La naturaleza de la demanda en el mercado doméstico.
- Industrias relacionadas y de apoyo: La existencia de proveedores e industrias conexas.
- Estrategia, Estructura y Finalidad de las empresas: Cómo las empresas están organizadas y el nivel de competencia en el mercado.

2.1.15 Factores Determinantes de la Competitividad Organizacional

- La innovación. La innovación en productos y procesos es esencial para sostener la competitividad. Schumpeter (1942) subrayó lo relevante de la “destrucción creativa”, donde la constante innovación fomenta el desarrollo económico y competitivo.
- Innovación abierta. El concepto de innovación abierta, introducido por Chesbrough, amplía el enfoque de la innovación al incorporar la colaboración con agentes externos. Esta perspectiva promueve la integración de ideas externa y la cooperación con otros actores del mercado para acelerar el proceso de innovación.
- Calidad y Satisfacción del Cliente. La calidad del producto y el servicio al cliente son esenciales para la fidelización del cliente y la reputación de la empresa (Parasuraman et al., 1988). La gestión de la calidad total (TQM) y las certificaciones ISO son experiencias habituales para garantizar altos estándares de calidad.
- Gestión de Recursos Humanos. La gestión eficaz de los recursos humanos, que incluye el entrenamiento y el desarrollo de los empleados, la estimulación y la cultura organizacional, es fundamental para la competitividad (Pfeffer, 1994).
- Estrategia de Internacionalización. La capacidad de una empresa para expandirse a mercados internacionales puede mejorar su competitividad (Johanson y Vahlne,

1977). La internacionalización permite el acceso a nuevos mercados, recursos y conocimientos.

La competitividad organizacional es un ámbito multidimensional que demanda la integración de diversos enfoques teóricos y prácticos. Las organizaciones deben adecuarse ágilmente a cambios diversos del mercado, así como utilizar sus recursos y capacidades para mantener y fortalecer su posición competitiva.

2.1.16 Competitividad de las cooperativas de ahorro y crédito

Escobar (2017) señala que la adaptación del servicio en términos de calidad, la eficiencia en el uso de los recursos tecnológicos, la adecuada financiación, la capacitación y la estructura de propiedad son los elementos fundamentales para el éxito competitivo en las cooperativas de ahorro y crédito.

2.1.17 Estrategias para mejorar la competitividad

- Estrategias basadas en el costo. Una estrategia de liderazgo en costos se enfoca en proporcionar productos o servicios a precios más bajos que los de la competencia, lo que puede mejorar la competitividad en mercados donde el precio es un factor crucial (Porter, 1985).
- Estrategias basadas en la diferenciación. La estrategia de diferenciación busca ofrecer productos o servicios únicos que se perciban como distintos por los clientes, lo que puede justificar precios más altos y mejorar la competitividad (Kotler y Keller, 2016).

2.1.18 Definición de productividad Organizacional

La productividad organizacional describe la eficiencia de una organización para transformar sus recursos en productos o servicios. Esta eficiencia es crucial para alcanzar el éxito en el mercado.

Según Neely et al. (1995) la productividad organizacional se puede definir como la medida de la eficiencia con la que se utilizan los recursos para lograr los resultados deseados.

La productividad organizacional puede ser evaluada a través de varias dimensiones, como:

- **Eficiencia Operativa:** se enfoca en la utilización óptima de los recursos para alcanzar los objetivos organizacionales. La eficiencia operativa se evalúa comúnmente mediante la relación entre la producción lograda y los recursos empleados (Chien y Shih, 2007).
- **Eficiencia Organizacional:** Evalúa el grado en que una organización logra sus metas y objetivos estratégicos. La efectividad se centra en los resultados alcanzados en lugar de en los recursos empleados (Kaplan y Norton, 1992).
- **Satisfacción del Cliente:** La satisfacción del cliente actúa como una medida indirecta de la productividad organizacional, ya que un cliente satisfecho refleja una producción efectiva y eficiente (Parasuraman et al., 1988).

2.1.19 Factores que afectan la Productividad organizacional

Varios factores afectan la productividad organizacional:

- **Recursos humanos:** La formación, motivación y habilidades del personal son esenciales para aumentar la productividad (Barney, 1991).
- **Tecnología:** La incorporación de tecnologías avanzadas puede optimizar los procesos y elevar la productividad (Brynjolfsson y Hitt, 2000).
- **Gestión de procesos:** La eficiencia en la gestión de procesos operativos tiene un impacto directo en la productividad organizacional (Porter, 1985).
- **Entorno económico y político:** Factores externos como la economía y las políticas gubernamentales también pueden influir en la productividad (North, 1990).

2.1.20 Medición de la productividad organizacional

Para evaluar la productividad organizacional, se emplean diversas herramientas y métricas, tales como:

- **Indicadores de desempeño clave (KPIs):** Son métricas específicas que ayudan a medir la eficacia y eficiencia de una organización (Parmenter, 2015).
- **Análisis de rentabilidad:** Evalúa las ganancias en función de los recursos invertidos (Gillespie, 2010).
- **Benchmarking:** Compara el desempeño de una organización con el de sus competidores o con estándares de la industria (Camp, 1989).

Martínez (2017) en su estudio científico sobre las variables importantes de la gestión del conocimiento y la competitividad en la cadena agroalimentaria láctea, considerando la competitividad en la cadena agroalimentaria láctea, considerando la competitividad en el contexto de la Gestión del Conocimiento (GC), presenta un marco conceptual que incluye dos dimensiones principales: Productividad organizacional (PO) y Ventaja Competitiva (VC).

2.1.21 La productividad Organizacional (PO)

Se debe considerar como el fundamento de la competitividad desde una perspectiva de la Gestión del Conocimiento (GC), ya que el entorno actual requiere niveles de productividad más altos para garantizar la sostenibilidad de la organización.

En conclusión, la productividad organizacional es un concepto complejo que abarca dimensiones como la eficiencia operativa, los procesos internos, la efectividad estratégica y la satisfacción del cliente. Medirlo y mejorarlo es esencial para el éxito organizacional y se puede lograr utilizando una variedad de estrategias y modelos teóricos. Este marco teórico ofrece una base sólida para comprender los distintos aspectos de la productividad organizacional y las maneras en que se puede medir y mejorar.

2.1.22 Ventaja Competitiva (VC)

Según Porter (1985) una ventaja competitiva se define como una condición o circunstancia que permite a una empresa competir de manera más efectiva que sus rivales.

Martínez (2017) sostiene que las Ventajas Competitivas (VC) son aquellas que posibilitan que la organización o el sistema interorganizacional aprovechen su potencial para crecer y obtener retornos atractivos a la inversión, considerando aspectos como la calidad del producto, la seguridad alimentaria, el manejo de relaciones con los clientes, la tecnología, innovación, infraestructura, entre otros.

2.1.23 Tipos de Ventajas Competitivas

Las ventajas competitivas pueden ser categorizadas en dos tipos principales:

- **Ventajas por Costo:** Estas se relacionan con la capacidad de una empresa para ofrecer productos o prestar servicios a un costo inferior al de sus competidores. Estas ventajas pueden lograrse a través de economías de escala, eficiencia operativa o acceso a recursos más económicos (Porter, 1985).
- **Ventajas de Diferenciación:** Se refieren a la capacidad de una empresa para ofrecer bienes o servicios que sus clientes los consideran únicos. La diferenciación puede manifestarse a través de aspectos como calidad, características distintivas o servicios adicionales (Kotler y Keller, 2016).

2.1.24 Estrategias para Desarrollar Ventajas Competitivas

Las organizaciones pueden aplicar diversas estrategias para desarrollar y mantener ventajas competitivas:

- **Estrategia de Reducción de Costos:** Consiste en disminuir los costos de producción para ofrecer precios más competitivos a los clientes. Esta estrategia se centra en la eficiencia operativa y en el aprovechamiento de economías de escala para lograr precios bajos (Porter, 1985).

- Estrategia de Diferenciación: Involucra brindar productos o servicios que se consideren ideales para sus usuarios, permitiéndole a la empresa fijar aumento de costos. Esta estrategia puede incluir la innovación de productos, la prestación de servicios excepcionales o el desarrollo de una marca sólida (Kotler y Keller, 2016).
- Estrategia de Enfoque: Es cuando nos dirigimos a un mercado particular con necesidades específicas, empleando ya sea una ventaja de costo o una diferenciación en ese segmento (Porter, 1985).

2.1.25 Factores que afectan las ventajas Competitivas

Existen múltiples factores que pueden impactar en la capacidad de una organización para generar y preservar ventajas competitivas:

- Innovación: Capacidad de una empresa para implementar nuevas ideas, procesos o modelos de negocio que permita lograr y mantener una ventaja competitiva duradera (Teece et al., 1997)
- Recursos y Capacidades Internos: La calidad de los recursos y capacidades internas, incluyendo el capital humano, las tecnologías y los sistemas de gestión, juega un papel clave en la capacidad de una organización para establecer ventajas competitivas (Barney, 1991).
- Condiciones del Mercado: Las condiciones económicas, la regulación y la dinámica del mercado pueden influir en la sostenibilidad de las ventajas competitivas (Porter, 1990).

2.1.26 Medición de Ventajas Competitivas

Para medir las ventajas competitivas, se pueden utilizar herramientas y métricas como:

- **Análisis e Benchmarking:** Analizar cómo se compara el desempeño de la organización con el de sus competidores para identificar oportunidades de mejora y potenciales ventajas competitivas (Camp, 1989).
- **Análisis de la Cadena de Valor:** Investigar cómo cada actividad dentro de la cadena de valor contribuye a la ventaja competitiva y cómo se pueden implementar mejoras (Porter, 1985).

2.1.27 Definición de términos básicos

- **Áreas de competitividad empresarial.** Ibarra (2017), según su investigación, determinó que las áreas de competitividad empresarial a nivel micro o empresarial incluyen ocho dimensiones: Planificación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, marketing, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información.
- **Capital Humano.** Becker (1964) sostiene que las habilidades, conocimientos y capacidades de los empleados de una organización están correlacionados con su capital humano. Invertir en el desarrollo del capital humano puede impulsar la producción, la creación y la competencia de una organización.
- **Calidad del Producto o Servicio.** Garvín (1987) indica que la calidad del producto o servicio es una dimensión esencial que impacta claramente en la complacencia del usuario y la percepción de valor. Las empresas que proporcionan productos de buena calidad pueden diferenciarse de los otros productos o servicios y fidelizar sus clientes.
- **Competitividad.** Villalva (2023), señala que competitividad es un concepto con variadas definiciones en la literatura, lo que demuestra la preocupación y el esfuerzo de investigadores y organismos oficiales para identificar aquellos elementos que más intervienen en la competitividad de una empresa. En la investigación se tuvo como

resultado la identificación de las siguientes dimensiones: rentabilidad, participación de mercado, costos, productividad, crecimiento, calidad, eficiencia e innovación.

- **Eficiencia Operativa.** Slack (2010) sostiene que la eficiencia operativa es la capacidad que tiene una organización para utilizar sus recursos de manera efectiva para la fabricación de productos y brindar servicios. Se puede aumentar la eficiencia optimizando procesos, reduciendo costos y mejorando la productividad.
- **Estrategia y Liderazgo.** Porter (1985) sostiene que la estrategia y el liderazgo son dimensiones cruciales para la competitividad organizacional. Una estrategia bien articulada y un liderazgo efectivo pueden dirigirla hacia la consecución de objetivos, además de sostener sus ventajas competitivas. Gulati (1998), considera que las redes y alianzas estratégicas permiten a las empresas acceder a nuevos recursos, conocimientos y mercados. Las colaboraciones y asociaciones pueden fortalecer la posición competitiva de una empresa.
- **Flexibilidad y Adaptabilidad.** Volberda (1996) sostiene que la flexibilidad y adaptabilidad son dimensiones esenciales que permiten a una empresa reaccionar rápidamente a los cambios en el entorno empresarial. Las organizaciones flexibles pueden ajustar sus estrategias y operaciones para enfrentar nuevas condiciones del mercado y aprovechar oportunidades emergentes.
- **Innovación.** Damanpour (1991) hace referencia a la innovación como la capacidad de una empresa para crear y aplicar nuevas ideas, bienes, procesos y tecnologías. Las empresas innovadoras se adaptan ágilmente a los constantes cambios del mercado y saben cómo aprovechar las nuevas oportunidades.
- **Reputación y Marca.** Fombrun (1996) sostiene que la reputación y la marca de una empresa son activos intangibles que pueden afectar considerablemente su competitividad. Una marca sólida y una reputación positiva pueden atraer más

clientes, aumentar la lealtad y permitir que la empresa se distinga de los competidores.

- Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Carroll (1999) sostiene que la responsabilidad social corporativa abarca las prácticas y políticas de una empresa destinadas a beneficiar a la sociedad y al medio ambiente. Las empresas que adoptan la RSC pueden mejorar su imagen, fortalecer sus relaciones con los stakeholders y potenciar su competitividad.
- Teorías de la competitividad. Ricardo (1817) afirma que las teorías de la competitividad exploran conceptos como ventaja comparativa y ventaja competitiva. La ventaja comparativa se refiere a la capacidad de una empresa para elaborar bienes o servicios a un costo relativamente menor que otras empresas. Por otro lado, la ventaja competitiva es la capacidad para sobresalir de sus competidores en aspectos como calidad, innovación o costo (Porter, 1998).
- Tecnología y Transformación Digital. Bharadwaj (2013) manifiesta que el acogimiento de tecnologías modernas y la innovación digital son fundamentales para conservar la competitividad en la era moderna. Las empresas que invierten en tecnología pueden optimizar sus procesos, incrementar la eficiencia y ofrecer producto y servicios de mayor calidad.

III. MÉTODO

El estudio se relaciona con el paradigma positivista, que es una corriente de pensamiento que defiende la idea de que el conocimiento auténtico solo puede provenir de lo que se puede observar y medir de manera directa. En este enfoque, se cree que la realidad existe independientemente de quién la observe, y que la única forma válida de entender el mundo es a través de hechos comprobables y verificables. En lugar de buscar explicaciones abstractas o subjetivas, el positivismo pone énfasis en los datos observables, promoviendo un enfoque más riguroso y científico para comprender el entorno (Meza, 2015).

Por otro lado, el estudio se enmarca en el enfoque cuantitativo, que se centra en la recolección y el análisis de datos numéricos con el fin de obtener resultados precisos y medibles. Este enfoque busca identificar patrones, relaciones y causalidades entre distintas variables, utilizando herramientas estadísticas y matemáticas para interpretar los datos de manera objetiva. Es comúnmente utilizado en disciplinas como la sociología, la economía y la salud, donde se busca tener conclusiones claras que puedan aplicarse a grupos más grandes a partir de muestras representativas. La idea principal de este enfoque es obtener resultados que puedan ser replicados y generalizados, basándose siempre en la objetividad (Hernández et al., 2017).

Finalmente, el estudio se vincula con el método hipotético-deductivo, que es un proceso que se utiliza para probar teorías a través de la formulación de hipótesis que se derivan de conocimientos previos. En este método, primero se observa un fenómeno o problema, y a partir de allí se plantea una hipótesis, que es una posible explicación del fenómeno. Luego, se hacen predicciones basadas en esta hipótesis y se llevan a cabo experimentos o estudios para obtener datos. Dependiendo de los resultados, se analiza si la hipótesis es confirmada o refutada, lo que puede llevar a nuevas hipótesis y a una revisión continua del conocimiento. Este enfoque es fundamental para las ciencias empíricas, ya que

permite comprobar y validar teorías mediante la observación directa y la experimentación controlada (Barrantes, 2016).

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicada se centra en resolver problemas reales de la vida cotidiana, buscando soluciones prácticas que puedan ser implementadas de inmediato. A diferencia de la investigación básica, que busca expandir el conocimiento de forma más teórica, la aplicada tiene un enfoque directo en mejorar situaciones concretas (Hernández et al., 2017).

Por su parte, el nivel correlacional se trata de un tipo de investigación que busca entender si hay alguna relación entre dos o más cosas, sin intentar establecer cuál de ellas causa a la otra. En lugar de experimentar o intervenir, el objetivo es observar cómo varían juntas las variables (Sánchez et al., 2023).

En un diseño no experimental, el investigador se limita a observar lo que sucede en su entorno, sin intervenir de ninguna forma. Es decir, no se manipulan las variables ni se controla el entorno; simplemente se observa cómo se dan los fenómenos de manera natural (Sánchez et al., 2023).

Finalmente, un estudio de corte transversal es como tomar una foto de un momento específico en el tiempo. En este tipo de investigación, se recogen datos en un solo instante, sin hacer un seguimiento posterior. Es útil para conocer la situación actual de un grupo o para identificar patrones o tendencias en un momento dado (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. Población y muestra

En estadística, el término población se refiere no sólo a personas si no a todos los elementos que han sido escogidos para su estudio. En este caso la población estará conformada por 100 delegados quienes serán representativos de los socios de la Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez”. En cuanto a la muestra se contará con los 100

delegados, que son los representativos de los socios, quienes a través de elecciones generales son elegidos representantes de los socios a nivel nacional.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1 Definición conceptual de la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento es un proceso de creación dinámico, almacenamiento, transferencia y, aplicación y uso del conocimiento con el fin de mejorar los resultados en una organización (Tari, 2009).

3.3.2 Definición operativa de la gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento se estudiará mediante las dimensiones: Creación del conocimiento, Transferencia y almacenamiento, y aplicación y uso del conocimiento.

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1. Gestión del conocimiento

Variable 1	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Gestión del conocimiento	Creación del conocimiento (aprendizaje organizativo)	-Adquisición externa de información	1, 2	Ordinal
		-Adquisición interna de información	3, 4, 5, 6, 7	
		- Distribución del conocimiento	8, 9, 10, 11, 12	
		- Interpretación compartida.	13, 14, 15	
	Transferencia y almacenamiento o de conocimiento (conocimiento organizativo)	- Almacenamiento conocimiento - Trabajo en equipo. - Empowerment. - Promover el diálogo. - Establecer sistemas para capturar y compartir el aprendizaje. - Relación entre distintos departamentos o áreas funcionales. - Compromiso con el aprendizaje.	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	Escala de Likert
			23, 24, 25, 26	
			27, 28	
			29, 30, 31	
			32, 33, 34	
			35, 36	
Aplicación y uso del conocimiento (organización de aprendizaje)		37, 38		

3.3.3 Definición conceptual de la competitividad

La competitividad se fundamenta en alcanzar niveles óptimos de eficiencia en la producción, destacando la promoción de la innovación por parte del talento, según Martínez (2017).

3.3.4 Definición operativa de la competitividad

La gestión del conocimiento se estudiará mediante las dimensiones: Creación del conocimiento, Transferencia y almacenamiento, y aplicación y uso del conocimiento.

Tabla 2

Operacionalización de la variable 2. Competitividad

Variable 2	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
	Productividad organizacional	- Productividad operativa - Capital intelectual - Tecnología	39, 40, 41, 42, 43, 44 45, 46, 47, 48, 49, 50	Ordinal
Competitividad	Ventajas competitivas	- Ventajas Competitivas - Gestión de la relación con el cliente - Calidad de productos y servicios - Tamaño de la organización.	51, 52, 53 54, 55 56, 57, 58, 59 60, 61, 62 63, 64, 65, 66	Escala de Likert 1 Nunca 2 Casi nunca 3 A veces 4 Con frecuencia 5 Siempre

3.4. Instrumentos

La técnica que se empleará es la encuesta y el instrumento para aplicar es el cuestionario dirigido a los delegados que representan a los socios.

El cuestionario es una herramienta utilizada para recolectar datos de manera estructurada. Consiste en un conjunto de preguntas organizadas con el fin de obtener información específica de los participantes sobre un tema determinado. Su diseño permite a

los investigadores obtener respuestas que pueden ser analizadas de manera sistemática, con el objetivo de responder a las hipótesis o preguntas de la investigación (Hernández et al., 2014).

3.5. Procedimientos

Es utilizar los resultados de la encuesta, codificarlos en una matriz para establecer su confiabilidad y prepararlo para el siguiente paso que es el análisis de los resultados

3.6. Análisis de datos

Para el recojo y análisis de datos se utilizará el programa Statistical Package for Sciences (SPSS), cuyos resultados serán organizados y mostrados en la presente investigación. También se empleará el software Excel para crear y consolidar la información recopilada.

3.7. Consideraciones éticas

La presente investigación es un documento original, elaborado teniendo en cuenta las normas vigentes en cuanto a los valores éticos que identifican al investigador.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados descriptivos de la gestión del conocimiento

Concluido el análisis estadístico, se aprecia algunas debilidades de la gestión del conocimiento, principalmente en los siguientes ítems, que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 3

Debilidades de la gestión del conocimiento

	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
En la cooperativa existen personas encargadas de recoger las propuestas de los socios, para consolidarlos y distribuirlos internamente.	28.0%	24.0%	32.0%	7.0%	9.0%
La cooperativa dispone de base de datos que permitan almacenar las experiencias y conocimientos del personal, para ser utilizados con posterioridad	31.0%	16.0%	22.0%	21.0%	10.0%
La cooperativa cuenta con un centro de documentación y/o biblioteca.	35.0%	14.0%	22.0%	16.0%	13.0%
La cooperativa cuenta con un sistema de codificación y administración de conocimiento que facilite el trabajo de los empleados	24.0%	10.0%	36.0%	21.0%	9.0%
Se puede acceder a la base de datos y documentos de la cooperativa a través de algún tipo de red informática interna	26.0%	17.0%	26.0%	19.0%	12.0%
La cooperativa cuenta con un sistema que recoja formalmente las ideas que los delegados reciben de sus socios	26.0%	25.0%	34.0%	13.0%	2.0%

Nota. Elaboración propia sobre 6 de 38 preguntas que representan las debilidades de la gestión de conocimiento en las cooperativas.

Interpretación: La siguiente tabla presenta los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre la presencia y el uso de sistemas y prácticas asociadas a la gestión del conocimiento en una cooperativa.

- En la cooperativa, existen personas encargadas de acopiar propuestas de los socios, consolidarlas y distribuirlos internamente. La principal debilidad observada aquí radica en que un 28.0% de los encuestados indicaron que nunca hay personas encargadas de recoger las propuestas de los socios. Esto sugiere una posible ausencia de un proceso formal para recopilar y analizar las ideas de los socios hacia la

cooperativa, lo que podría limitar su participación y contribución en la toma de decisiones.

- La cooperativa cuenta con una base de datos que permite almacenar experiencias y conocimientos del personal, para ser utilizados con posterioridad: La debilidad identificada aquí es que un 31.0% de los encuestados expresa que nunca la cooperativa dispone de una base de datos para almacenar experiencias y conocimientos del personal. Esto sugiere una posible falta de infraestructura para capturar y utilizar el conocimiento de manera efectiva, lo que podría traer como consecuencia una pérdida de información única y en la falta de aprendizaje organizacional.
- La cooperativa cuenta con un centro de documentación y/o biblioteca: Aquí, la debilidad está en que un 35.0% de los encuestados indicaron que nunca la cooperativa cuenta con un centro de documentación o biblioteca. Esto sugiere una posible falta de recursos dedicados a almacenar y compartir información dentro de la cooperativa, lo que podría afectar la eficiencia en identificación, resguardo y utilización de información relevante.
- La cooperativa cuenta con un sistema de codificación y administración de conocimiento que facilite el trabajo de los empleados: La debilidad principal en este indicador es que un 24.0% de los encuestados indicaron que nunca la cooperativa cuenta con un sistema de codificación y administración de conocimiento. Esto sugiere una posible falta de herramientas y procesos para gestionar de manera efectiva el conocimiento dentro de la cooperativa, lo que podría limitar la eficiencia y la innovación en el trabajo de los empleados, mientras que un 9% dijo que siempre está disponible.

- Se puede acceder a la base de datos y documentos de la cooperativa a través de algún tipo de red informática interna: La debilidad aquí radica en que un 26.0% de los encuestados indicaron que nunca se puede acceder a la base de datos y documentos de la cooperativa a través de una red informática interna. Esto sugiere posibles deficiencias en la infraestructura tecnológica de la cooperativa, lo que podría dificultar el acceso a la información y colaboración entre los empleados.
- La cooperativa cuenta con un sistema que recoja formalmente las ideas que los delegados reciben de sus socios: Aquí, la debilidad está en que un 26.0% de los encuestados indicaron que nunca la cooperativa cuenta con un sistema para recoger formalmente las ideas de los socios. Esto sugiere una posible falta de mecanismos estructurados para capturar y aprovechar las ideas y sugerencias de los socios, lo que podría limitar la capacidad de la cooperativa para transformar y responder a las necesidades de sus miembros.

Tabla 4*Fortalezas de la gestión del conocimiento*

	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
La cooperativa concurre a la contratación de personal cualificado para la adquisición de determinados conocimientos	7.0%	19.0%	43.0%	18.0%	13.0%
Se utiliza la tecnología de la información para mejorar el flujo de información y potenciar la comunicación entre los socios de la cooperativa	4.0%	19.0%	26.0%	31.0%	20.0%
Se realiza periódicamente reuniones donde se informa a todos los delegados y/o socios de las novedades que ha habido en la cooperativa	2.0%	18.0%	21.0%	30.0%	29.0%
La cooperativa dispone de base de datos de los socios donde aparece actualizada toda la información relacionada a los mismos	7.0%	12.0%	19.0%	38.0%	24.0%
En la cooperativa se dispone de directorios telefónicos o e-mails por áreas funcionales que permitan encontrar en un momento dado al experto en un tema concreto	5.0%	14.0%	33.0%	26.0%	22.0%
La cooperativa se relaciona con profesionales y técnicos expertos.	8.0%	15.0%	52.0%	13.0%	12.0%

Nota: Elaboración propia sobre 6 de 38 preguntas que representan las fortalezas de la gestión de conocimiento en las cooperativas.

Interpretación: Esta tabla representa los resultados de un estudio sobre algunas prácticas específicas relacionadas con la gestión del conocimiento y la comunicación en la cooperativa:

- La cooperativa concurre a la contratación de personal cualificado para la adquisición de determinados conocimientos: Una fortaleza destacada aquí es que el 43.0% de los encuestados indicaron que a veces la cooperativa concurre a la contratación de personal cualificado para adquirir conocimientos específicos, y un 18.0% indicó que con frecuencia lo hace. Esto sugiere que la cooperativa reconoce la importancia de contar con expertos en áreas específicas y está tomando medidas para adquirir conocimientos especializados cuando sea necesario.
- Se utiliza la tecnología de la información para mejorar el flujo de información y potenciar la comunicación entre los socios de la cooperativa: Una fortaleza de este indicador es que el 31.0% de los encuestados indicaron que con frecuencia se utiliza la tecnología de la información para mejorar el flujo de información y la comunicación entre los socios de la cooperativa. Esto sugiere que la cooperativa está aprovechando herramientas tecnológicas para facilitar la comunicación interna y mejorar la interacción entre los miembros.
- Se realizan periódicamente reuniones donde se informa a todos los delegados y/o socios de las novedades que ha habido en la cooperativa: Aquí, una fortaleza es que el 29.0% de los encuestados indicaron que siempre se realizan reuniones periódicas para informar a los delegados y/o socios sobre las novedades en la cooperativa, y un 30.0% indicó que con frecuencia se realizan. Esto sugiere que la cooperativa tiene un

enfoque proactivo para mantener a todos los miembros informados y actualizados sobre los acontecimientos relevantes.

- La cooperativa dispone de base de datos de los socios donde aparece actualizada toda la información relacionada a los mismos: Otra fortaleza aquí es que el 38.0% de los encuestados indicaron que con frecuencia la cooperativa dispone de una base de datos actualizada de los socios, y un 24.0% indicó que siempre.
- La cooperativa dispone de directorios telefónicos y correos electrónicos por áreas funcionales, lo que facilita encontrar expertos en temas específicos. Un 33% de los encuestados indicó que esto ocurre a veces, y un 26% con frecuencia, lo que refleja una buena organización para compartir información.
- Además, el 52% señaló que la cooperativa se relaciona con profesionales y técnicos expertos, lo que sugiere un enfoque activo en buscar colaboración externa, enriqueciendo así sus capacidades y conocimientos.

4.2 Resultados descriptivos de la competitividad

Tabla 5

Debilidades de la competitividad

	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
La asignación flexible de recursos al interior de la cooperativa fomenta las tareas compartidas y la innovación	9.0%	35.0%	32.0%	17.0%	7.0%
La cooperativa cuenta con procedimientos de verificación para el cuidado del medio ambiente	25.0%	31.0%	24.0%	16.0%	4.0%
Los trabajadores de la institución participan con iniciativas creativas las cuales son tomadas en cuenta para la toma de decisiones.	13.0%	34.0%	34.0%	14.0%	5.0%
Los trabajadores de la cooperativa se relacionan con los socios para desarrollar soluciones	10.0%	33.0%	24.0%	27.0%	6.0%
La cooperativa ha implementado un centro de chat o llamadas para promover el contacto directo con los socios	29.0%	16.0%	22.0%	22.0%	11.0%
La cooperativa fundamenta su estructura organizacional en la descentralización y reducción de jerarquías.	12.0%	32.0%	28.0%	17.0%	11.0%

Nota: Elaboración propia sobre 6 de 28 preguntas que representan las debilidades de la competitividad de las cooperativas.

Interpretación: Esta tabla representa los resultados de la evaluación de diferentes aspectos relacionados con una cooperativa:

- La asignación flexible de recursos al interior de la cooperativa fomenta las tareas compartidas y la innovación: La debilidad principal aquí parece ser que una proporción significativa 35.0% de los encuestados indicó que casi nunca se asignan recursos de manera flexible para fomentar tareas compartidas e innovación. Esto sugiere que podría haber rigidez en la asignación de recursos, lo que limita la capacidad de la cooperativa para adaptarse rápidamente a nuevas situaciones o para promover la innovación.
- La cooperativa cuenta con procedimientos de verificación para el cuidado del medio ambiente: La debilidad identificada en este indicador es que el 25.0% de los encuestados indicaron que nunca la cooperativa cuenta con procedimientos de verificación para el cuidado del medio ambiente. Esto sugiere una falta de atención o compromiso con las prácticas ambientales dentro de la cooperativa, lo que podría afectar su reputación y su impacto ambiental.
- Los trabajadores de la institución participan con iniciativas creativas las cuales son tomadas en cuenta para la toma de decisiones: Aquí, la debilidad radica en que un 34.0% de los encuestados indicaron que casi nunca los trabajadores participan con iniciativas creativas que son consideradas en la toma de decisiones. Esto sugiere una falta de cultura organizacional que promueva y valore la creatividad y la participación de los empleados en la toma de decisiones, lo que podría afectar la innovación y la eficacia de la cooperativa.
- Los trabajadores de la cooperativa se relacionan con los socios para desarrollar soluciones: La debilidad principal en este indicador es que el 33.0% de los encuestados indicaron que casi nunca los trabajadores se relacionan con los socios

para desarrollar soluciones. Esto sugiere una falta de colaboración y comunicación entre la cooperativa y sus socios, lo que podría limitar la capacidad de la cooperativa para entender las necesidades de sus socios y ofrecer soluciones efectivas.

- La cooperativa ha implementado un centro de chat o llamadas para promover el contacto directo con los socios. La debilidad aquí radica en que el 29.0% de los encuestados indicaron que nunca la cooperativa ha implementado un centro de chat o llamadas para promover el contacto directo con los socios.
- La cooperativa fundamenta su estructura organizacional en la descentralización y reducción de jerarquías. En este caso, la debilidad está en que el 32.0% de los encuestados indicaron que casi nunca la cooperativa fundamenta su estructura organizacional en la descentralización y reducción de jerarquías. Esto sugiere una posible falta de flexibilidad y adaptabilidad en la estructura organizativa de la cooperativa, lo que podría limitar la capacidad de respuesta y la eficiencia en la toma de decisiones.

Tabla 6

Fortalezas de la competitividad

	Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
Las operaciones que se realizan en la institución son eficientes	6.0%	21.0%	33.0%	28.0%	12.0%
El personal a cargo del área de informática está capacitado para resolver problemas informáticos	6.0%	15.0%	34.0%	27.0%	18.0%
El uso de la tecnología ha permitido a la institución el aprendizaje e innovación en las actividades de atención al socio cooperativo	5.0%	24.0%	23.0%	28.0%	20.0%
La cooperativa mantiene buenas relaciones con sus delegados y socios.	4.0%	14.0%	37.0%	28.0%	17.0%
La institución optimiza y armoniza todos los canales de comunicación con el socio (correo electrónico, página web, redes sociales)	9.0%	17.0%	29.0%	30.0%	15.0%
La calidad con la que se realiza cada proceso trae como consecuencia la eficiencia operativa	5.0%	25.0%	36.0%	23.0%	11.0%

Nota: Elaboración propia sobre 6 de 28 preguntas que representan las fortalezas de la competitividad de las cooperativas.

Interpretación: Esta tabla representa los resultados de la evaluación sobre diferentes aspectos de una institución, como una cooperativa:

- Las operaciones que se realizan en la institución son eficientes: Una fortaleza destacada aquí es que el 33.0% de los encuestados indicaron que a veces las operaciones son eficientes, y un 28.0% indicó que con frecuencia lo son. Esto sugiere que la institución tiene un nivel aceptable de eficiencia en sus operaciones, lo que puede contribuir a la productividad y la satisfacción del personal y los socios.
- El personal a cargo del área de informática está capacitado para resolver problemas informáticos: Aquí, una fortaleza es que el 27.0% de los encuestados indicaron que con frecuencia el personal de informática está capacitado para resolver problemas informáticos. Esto sugiere que la institución se preocupa por la formación y el desarrollo del personal de tecnología de la información, lo que puede contribuir a la resolución rápida y efectiva de problemas informáticos.
- El uso de la tecnología ha permitido a la institución el aprendizaje e innovación en las actividades de atención al socio cooperativo: Una fortaleza en este indicador es que el 28.0% de los encuestados indicaron que con frecuencia el uso de la tecnología ha permitido a la institución el aprendizaje e innovación en las actividades de atención al socio cooperativo. Esto sugiere que la institución está aprovechando la tecnología de manera efectiva para mejorar sus procesos y servicios, lo que puede conducir a una mayor satisfacción y compromiso de los socios.
- La cooperativa mantiene buenas relaciones con sus delegados y socios: Aquí, una fortaleza destacada es que el 37.0% de los encuestados indicaron que a veces la cooperativa mantiene buenas relaciones con sus delegados y socios, y un 28.0% indicó que con frecuencia lo hace. Esto sugiere que la cooperativa valora las

relaciones con sus miembros y persevera por mantener canales de comunicación efectiva.

- La institución optimiza y armoniza todos los canales de comunicación con el socio (correo electrónico, página web, redes sociales): Una fortaleza en este indicador es que el 30.0% de los encuestados indicaron que con frecuencia la institución optimiza y armoniza todos los canales de comunicación con el socio. Esto sugiere que la institución está utilizando múltiples canales de comunicación de manera efectiva para mantenerse en contacto con sus socios, lo que puede mejorar la satisfacción y la participación de estos últimos.
- La calidad de la implementación de cada proceso conduce a la eficiencia operativa: la ventaja aquí, una fortaleza es que el 36.0% de los encuestados cree que a veces la calidad de la implementación de cada proceso conduce a la eficiencia operativa. Esto sugiere que la institución enfocada en la calidad y la mejora continua de sus procesos, lo que puede conducir a una mayor eficiencia y resultados positivos en general.

4.3 Prueba de las hipótesis

4.3.1 Hipótesis General

H₁: Existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

H₀: No existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de las cooperativas de Servicios Múltiples.

Regla de decisión:

Si p valor mayor o igual 0,05 se acepta la H₀

Si p valor es menor 0,05 se rechaza la H₀

Tabla 7

Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y la competitividad

		Competitividad							
		Nulo		Regular		Muy competitivo		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Gestión del conocimiento	No conoce la GC	41	95.3%	3	10.0%	0	0.0%	44	44.0%
	Conoce la GC	2	4.7%	26	86.7%	14	51.9%	42	42.0%
	Aplica la GC	0	0.0%	1	3.3%	13	48.1%	14	14.0%
Total		43	100.0%	30	100.0%	27	100.0%	100	100.0%

Nota: Elaboración propia sobre la comparación de la gestión del conocimiento con la competitividad en las cooperativas.

Interpretación: La tabla 7 presenta los resultados de una evaluación sobre competitividad en relación con la gestión del conocimiento. El 95.3% de los encuestados con competitividad cero no usa la gestión del conocimiento, mientras que un 10% en nivel regular también la desconoce. En niveles muy competitivos, nadie ignora su uso. El 86.7% en competitividad regular y el 51.9% en alta competitividad están familiarizados con la gestión, lo que indica que su aplicación mejora la competitividad.

Tabla 8*Prueba exacta de Fisher para validación de hipótesis general*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)	Probabilidad en el punto
Chi-cuadrado de Pearson	105,633 ^a	4	0.000	0.000		
Razón de verosimilitud	118,538	4	0.000	0.000		
Prueba exacta de Fisher- Freeman- Halton	108,720			0.000		
Asociación lineal por lineal	72,519 ^b	1	0.000	0.000	0.000	0.000
N de casos válidos	100					

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,78.

b. El estadístico estandarizado es 8,516.

Tabla 9*Prueba de Tau – b Kendall para validar el grado de correlación de las variables*

	Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada	Significación exacta	
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	0.837	0.032	23.516	0.000	0.000
N de casos válidos	100					

a. No se presupone la hipótesis nula.

c. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota: Elaboración propia sobre la prueba Tau-b Kendall.

Decisión: La tabla 9 muestra dos casillas con valor 0, por lo que se usa la prueba exacta de Fisher. El p-valor = 0,000, menor que Alpha = 0,05, rechaza la hipótesis nula, indicando una relación significativa y fuerte ($F = 0,837$) entre la gestión del conocimiento y la competitividad en trabajadores de las cooperativas.

4.3.2 Prueba de hipótesis específica 1

H₁: La gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

H₀: La gestión del conocimiento no se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

Tabla 10

Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y la productividad organizacional

	Productividad organizacional								
	Nivel bajo		Nivel intermedio		Nivel alto		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
Gestión del conocimiento	No conoce	40	95.2%	4	11.4%	0	0.0%	44	44.0%
	Conoce	2	4.8%	30	85.7%	10	43.5%	42	42.0%
	Aplica	0	0.0%	1	2.9%	13	56.5%	14	14.0%
Total		42	100.0%	35	100.0%	23	100.0%	100	100.0%

Nota: Elaboración propia sobre la comparación de la gestión del conocimiento con la productividad organizacional en las cooperativas.

Interpretación: La tabla 10 presenta los resultados sobre la productividad organizacional y el nivel de conocimiento y aplicación de la gestión del conocimiento. Se divide en categorías: "Productividad organizacional" y "Gestión del conocimiento", con niveles bajo, intermedio y alto. En productividad baja, el 95.2% no conoce la gestión del conocimiento. En nivel intermedio, solo el 11.4% no la conoce, y en el alto, ninguno. En productividad intermedia, el 85.7% conoce la gestión, y en el alto, el 43.5%. El 56.5% de los encuestados con alta productividad aplica la gestión, mientras que solo el 2.9% en productividad intermedia lo hace. La mayoría (44%) no conoce la gestión del conocimiento, sin importar el nivel de productividad. Los resultados sugieren que conocer y aplicar la gestión del conocimiento se correlaciona con niveles más altos de productividad organizacional.

Tabla 11*Prueba exacta de Fisher para la validación de hipótesis específica 1*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	112, 111 ^a	4	0.000	0.000
Razón de verosimilitud	118.882	4	0.000	0.000
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	109.213			0.000
N de casos válidos	100			

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,22.

b. El estadístico estandarizado es 8,581.

Nota: Elaboración propia sobre la prueba exacta de Fisher como una alternancia al chi cuadrado.

Tabla 12*Prueba de tau – b Kendall para validar el grado de correlación*

	Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada	Significación exacta
Tau-b de Kendall	0.843	0.034	20.867	0.000	0.000
N de casos válidos	100				

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota: Elaboración propia sobre la prueba Tau-b Kendall.

Decisión: Se muestra 2 casillas con valor 0 las cuales no permiten interpretar la correlación con la Chi – cuadrado en su defecto se debe interpretar con la prueba exacta de Fisher, siendo el p – valor es 0,000 y es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; entonces se rechaza la hipótesis nula, por consiguiente, la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples, además, cabe señalar que dicha correlación es fuerte, ya que, $F = 0,843$.

4.3.3 Hipótesis específica 2

H₁: La gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

H₀: La gestión del conocimiento no se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.

Tabla 13

Tabla cruzada de la gestión del conocimiento y las ventajas competitivas

		Ventajas competitivas						Total	
		Nivel bajo		Nivel intermedio		Nivel alto			
		N	%	N	%	N	%	N	%
Gestión del conocimiento	No conoce	40	97.6%	4	12.9%	0	0.0%	44	44.0%
	Conoce	1	2.4%	26	83.9%	15	53.6%	42	42.0%
	Aplica	0	0.0%	1	3.2%	13	46.4%	14	14.0%
Total		41	100.0%	31	100.0%	28	100.0%	100	100.0%

Nota: Elaboración propia sobre la comparación de la gestión del conocimiento con las ventajas competitivas en las cooperativas.

Interpretación: La tabla 13 muestra los resultados sobre la gestión del conocimiento y las ventajas competitivas en una organización, divididos en dos categorías: "Gestión del conocimiento" y "Ventajas competitivas". En cuanto a la gestión del conocimiento, el 97.6% de los encuestados con baja ventaja competitiva no conocen la gestión del conocimiento. En el nivel intermedio, el 12.9% no la conoce, y en el alto, nadie lo indica. Del 2.4% con baja ventaja competitiva, solo ese porcentaje conoce la gestión del conocimiento, mientras que, en el nivel intermedio, el 83.9% la conoce, y en el alto, el 53.6% la conoce. En cuanto a su aplicación, el 46.4% de los encuestados con alta ventaja competitiva la aplican, mientras que solo el 3.2% en nivel intermedio lo hace, y ninguno en el bajo nivel aplica la gestión. En cuanto a las ventajas competitivas, la mayoría (44%) no conoce la gestión del conocimiento, y el 42% la conoce. Solo el 14% aplica la gestión del conocimiento y todos tienen alta ventaja

competitiva. Los resultados indican que quienes conocen y aplican la gestión del conocimiento tienen una ventaja competitiva más alta.

Tabla 14

Prueba exacta de Fisher para validación de hipótesis específica 2

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	104,318 ^a	4	0.000	0.000
Razón de verosimilitud	119.696	4	0.000	0.000
Prueba exacta de Fisher-Freeman-Halton	109.518			0.000
N de casos válidos	100			

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,92.

b. El estadístico estandarizado es 8,507.

Nota: Elaboración propia sobre la prueba exacta de Fisher como una alternancia al chi cuadrado.

Tabla 15

Prueba de Tau – b Kendall para validar el grado de correlación

	Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada	Significación exacta
Tau-b de Kendall	0.835	0.031	25.046	0.000	0.000
N de casos válidos	100				

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Nota: Elaboración propia sobre la prueba Tau-b Kendall.

Decisión: La tabla 15 muestra 2 casillas con valor 0 las cuales no permiten interpretar la correlación con la Chi – cuadrado en su defecto se debe interpretar con la prueba exacta de Fisher, siendo el p – valor es 0,000 y es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; entonces se rechaza la hipótesis nula, por consiguiente, la gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples, además, cabe señalar que dicha correlación es fuerte, ya que, $F = 0,835$.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Habiendo planteado el objetivo general demostrar que la gestión del conocimiento se relaciona con la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples, de acuerdo con los resultados estadísticos se puede evidenciar que existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores, dado el estadígrafo de Tau- Kendall, indica que existe una correlación fuerte (0,837), estos resultados coinciden con las investigaciones hechas por Durand (2021) llevó a cabo una investigación para determinar si la gestión empresarial tiene un impacto en la competitividad de las empresas textiles en la ciudad de Chiclayo. Los resultados mostraron que los niveles de competitividad fueron los siguientes: nivel bajo (52,35%), nivel medio (39,41%) y nivel alto (8,24%). Además, se encontró que hay una correlación positiva media entre la gestión empresarial y la competitividad, con un valor de significancia de 0,000 y un coeficiente de correlación de $r = 0,724$, que existe una correlación positiva media entre la Gestión empresarial y Competitividad, del mismo modo coincide con la investigación hecha por Baltazar (2022) examinó el papel de la gestión del conocimiento y la competitividad en la industria aeroespacial, y llegó a la conclusión de que los resultados muestran una relación moderada entre los procesos de gestión del conocimiento y la competitividad de la empresa. Y finalmente coincide con la investigación hecha por Mohd (2019) quien investigó los efectos mediadores de la innovación en la relación entre Gestión del conocimiento y competitividad de las empresas, llegando en otros a la siguiente conclusión que, la gestión del conocimiento tuvo un efecto positivo directo y significativo en la competitividad de las empresas; sin embargo, el efecto de la gestión del conocimiento sobre la competitividad de las empresas estudio mediado por la innovación, esto indica que la GC debe estar respaldada por innovaciones técnicas y administrativas en la organización.

Habiendo planteado el objetivo específico, determinar si la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples, con base en los resultados estadísticos obtenidos a través de la prueba exacta de Fisher se puede evidenciar que existe una correlación significativa entre la gestión del conocimiento y el nivel de productividad organizacional en los trabajadores de la cooperativa, teniendo en cuenta los datos estadísticos de Tau-b. de Kendall, muestra que existe una fuerte correlación ($F=0,843$). Estos resultados son consistentes con la investigación realizada por Paredes (2022) examinó la gestión del conocimiento, la implementación de ideas innovadoras, y la práctica continua de habilidades y capacidades dinámicas como factores determinantes de la productividad en las organizaciones. Concluyó que hay una conexión significativa entre la gestión del conocimiento y los procesos de innovación, que conducen a un aumento de la productividad y competitividad, así como los procesos de innovación y que se conducen a la productividad y competitividad, así como los procesos de innovación y que conducen a la productividad y competitividad, esto coincide con el estudio realizado por Aguiar (2021) cuyo objetivo fue introducir un nuevo paradigma de gestión de la productividad de las organizaciones enmarcado en el aprendizaje organizacional con alta productividad, y concluyó que la ausencia de un mecanismo explícito que garantice la perdurabilidad de los distintos programas y sistemas para el mejoramiento de la productividad en las organizaciones propicia que las empresas los abandonen. Finalmente, estos resultados son consistentes con un estudio realizado por Mauricio (2021) para determinar la relación entre la gestión del conocimiento y la productividad en la empresa constructora PBG E.I.R.L. Se encontró que existe una relación directa y significativa entre la gestión del conocimiento y la productividad.

Las personas que conocen y utilizan la gestión de conocimiento tienden a lograr una mayor productividad organizacional en comparación con aquellos que no conocen o no aplican la gestión del conocimiento.

Habiendo planteado el objetivo específico verificar si la gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples, basándose en los resultados estadísticos obtenidos mediante pruebas exactas de Fisher, demostraron que existe correlación entre la gestión del conocimiento y el nivel de ventajas competitivas en la organización, teniendo en cuenta el estadígrafo de Tau-b. de Kendall, señala que la correlación es fuerte ($F=0,835$), estos resultados son consistentes con el estudio realizado por Ordoñez (2023) sobre ventaja competitiva sostenible en la era digital, centrándose en la adopción de nuevas tecnologías y la transformación digital. El objetivo principal es comprender cómo las empresas nativas digitales, están redefiniendo la competitividad en el mercado actual a través de la agilidad y la gestión del conocimiento. Finalmente señala la importancia de enfatizar una cultura de innovación y una estrategia que integre la sostenibilidad y la agilidad organizacional para lograr una ventaja competitiva sostenible en un mercado que está en constante evolución. Finalmente, en la investigación hecha por Perdomo (2023) sostiene que las organizaciones deben desarrollar habilidades de "aprender a aprender" para obtener una ventaja competitiva y sostenible en un entorno empresarial cambiante. El estudio concluyó que la gestión del conocimiento implica administrar el capital intelectual de una organización para aumentar el valor a los productos y servicios, ayudando así a mantener una ventaja competitiva más sólida.

Quienes conocen y aplican la gestión del conocimiento suelen tener alguna ventaja competitiva sobre quienes no conocen ni aplican la gestión del conocimiento.

VI. CONCLUSIONES

- La evidencia obtenida a través del análisis estadístico se ha determinado que existe una relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de las cooperativas. Dicha relación es fundamental, ya que indica que el manejo eficaz de los diferentes tipos de información dentro de las organizaciones contribuye directamente con la mejora de la competitividad de los trabajadores. Esto implica que las estrategias orientadas a fomentar la gestión del conocimiento pueden ser una herramienta poderosa para mejorar el desempeño y la eficiencia en las cooperativas; asimismo, este hallazgo subraya la importancia de que las cooperativas prioricen la implementación de prácticas y políticas que promuevan la captura, el almacenamiento y la entrega efectiva del conocimiento dentro de la organización. Cabe agregar que, la inversión en capacitación, tecnología, son procesos importantes porque facilitan la gestión del conocimiento y pueden ser una estrategia clave para aumentar la competitividad y lograr la consolidación de las cooperativas dentro de un entorno empresarial competitivo y cambiante.
- Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se ha determinado que la productividad organizacional en los trabajadores de las cooperativas se relaciona significativamente con la gestión del conocimiento. Este hallazgo resalta la importancia de implementar prácticas y políticas que promuevan la gestión efectiva para la gestión del conocimiento en las cooperativas, ya que se ha demostrado que esto tiene un impacto directo en la producción de sus trabajadores; asimismo, una gestión eficaz del conocimiento facilita la adquisición, entrega y aplicación de los conocimientos relevantes, mejorando así la eficiencia y eficiencia de las operaciones organizacionales. La fuerte correlación (0,837) refuerza la necesidad de invertir en la

gestión del conocimiento, porque la gestión del conocimiento y la productividad organizacional es sólida y significativa.

- En relación con los resultados obtenidos se confirma que la gestión del conocimiento se relaciona de manera significativa con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples. Este hallazgo resalta la importancia de que las Cooperativas de Servicios Múltiples implementen estrategias efectivas para la gestión del conocimiento, se ha demostrado que esto contribuye directamente a la ventaja competitiva en el mercado, La capacidad de adquirir, compartir y aplicar conocimientos ayuda a las cooperativas diferenciarse de sus competidores y adaptarse de manera efectiva a los cambios del entorno.

VII. RECOMENDACIONES

- Resulta importante que las cooperativas prioricen la implementación de prácticas y políticas que promuevan una gestión efectiva del conocimiento, para lo cual se recomienda a la institución, que realice inversiones en infraestructura, tecnología de punta y capacitación integral, orientados a facilitar los procesos de generación de conocimiento, e impulsen la productividad y el rendimiento general de las cooperativas, asegurando su éxito y competitividad a largo plazo en el mercado. En ese sentido, resulta relevante que las cooperativas de servicios múltiples también implementen una base de datos centralizada, biblioteca, y un sistema de gestión del conocimiento, que provea el aprendizaje organizacional, además que permite aprovechar eficazmente el conocimiento dentro de la cooperativa.
- Se recomienda a la institución cooperativa implementar prácticas y políticas que promuevan la gestión efectiva y eficaz del conocimiento dentro de las cooperativas, y faciliten la adquisición, transferencia, almacenamiento y aplicación de conocimientos relevantes, que contribuyan a mejorar las operaciones organizacionales.
- Se sugiere que las Cooperativas de Servicios Múltiples implementen estrategias efectivas para la gestión del conocimiento, toda vez que se ha demostrado que esto contribuye directamente en la obtención de ventajas competitivas en el mercado, cuya capacidad de adquirir, compartir y aplicar conocimientos relevantes permite a las cooperativas diferenciarse de sus competidores y adaptarse de manera efectiva a los cambios del entorno.

VIII. REFERENCIAS

- Aaker, A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Aguiar, D., Ayón, F. y Plascencia, T. (2021). Methodological Proposal for the Management of Organizational Learning and Productivity in Micro, Small and Medium-sized Mexican Companies. *Revista de El Colegio de San Luis, Nueva época*, 11(22), 5-31. <http://dx.doi.org/10.21696/rcls112220211303>.
- Alavi, M. y Leidner, D. (2001). Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136. <https://doi.org/10.2307/3250961>.
- Álvarez, D., Montes, J. y Osorio, C. (2023). Habilidades gerenciales como factor de competitividad empresarial. *Región Científica*, 2(2), 1-10. <https://doi.org/10.58763/rc2023109>.
- Ansoff, I. (1957). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. McGraw-Hill.
- Arias, J. (2022). Competitiveness: a strategic resource-based approach to bussiness Management. *TECHNO Review*, 11, 2-15. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4449>.
- Baltazar, L., Cárdenas, M., Hernández, L. y Ontiveros, A. (2023). Gestión del conocimiento y la competitividad en la industria aeroespacial. *Teuken Bidikay - Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 13(21), 71-93. <https://doi.org/10.33571/teuken.v13n21a4>.
- Barney, B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>.

- Barrantes, R. (2016). Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo, cuantitativa y mixta. *Serie Estudios*, 10, 412. <https://editorial.uned.ac.cr/book/U08167>.
- Barría, I. (2023). Factores de éxito que inciden en la competitividad de las cooperativas en Panamá. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 10(2), 36-52. <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v10n2.a4139>.
- Becker, S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Bernal, C., Turriago, A. y Sierra, H. (2010). Aproximación a la medición de la gestión del conocimiento empresarial. *AD-minister*, 16, 30-49. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/183/198>.
- Bharadwaj, A., El Sawy, A., Pavlou, A. y Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.2.13>.
- Bilbao, A. (2024). The philosophy of medicine of G. Canguilhem: axiology and ontology of the living being. *Revista de Filosofía Aurora*, 36, 1-17. <https://doi.org/10.1590/2965-1557.036.e202430414>.
- Brynjolfsson, E. y Hit, L. (1998). Beyond the Productivity Paradox: Computers are the Catalyst for Bigger Changes. *Communications of the ACM*, 41(8), 49-55. <https://core.ac.uk/download/pdf/214201308.pdf>.
- Cabrera, A., & Cabrera, E. (2002). Knowledge-Sharing Dilemmas. *Organization Studies*, 23(5), 687-710. <https://doi.org/10.1177/0170840602235001>.
- Camp, C. (1989). *Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance*. Quality Resources.

- Canals, A. (2003). *La gestión del conocimiento*. FUOC.
<http://www.uoc.edu/dt/20251/index.html>
- Carroll, B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>.
- Castañeda, M. (2022). The scientificity of quantitative, qualitative and emerging methodologies. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 16(1), 1-12. <https://doi.org/10.19083/ridu.2022.1555>.
- Chesbrough, W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.
- Chien, F. y Shih, H. (2007). The evaluation of the effectiveness of the performance of the organization. *International Journal of Production Economics*, 106(1), 24-34. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.05.011>.
- Christensen, M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Cuello, J., Erazo, J. y Narváez, C. (2020). Visión sistemática de la gestión del conocimiento en el sector financiero cooperativo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 5(10), 607-630. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.707>.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590. <https://doi.org/10.2307/256406>.
- Davenport, H. y Prusak, L. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press.
- Deming, E. (1986). *Out of the Crisis*. Massachusetts Institute of Technology. Center for Advanced Educational Services.

- Díaz, G., Quintana, M. y Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*. 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>.
- Díaz, M. (2017). Sistemas de gestión de información y conocimiento en empresas cooperativas: sociedades colaborativas de conocimiento. *Cooperativismo y Desarrollo*, 5(2), 221-232. <https://codes.upr.edu.cu/index.php/codes/article/view/178/329>.
- Durand, A. y Villanueva, J. (2021). Gestión empresarial y su incidencia en la competitividad de las MYPES del sector textil en la ciudad de Chiclayo. *Rev. Horizonte Empresarial*, 8(1), 272-285. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1630>.
- Escobar, A., Velandia, G. y Navarro, E. (2018). Gestión del conocimiento y competitividad en las cooperativas con sección de ahorro y crédito. *Revista de Estudios Cooperativos*, 127, 90-115. <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.59769>.
- Fombrun, J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press.
- Garduño, R., Ibarra, J. y Dávila, R. (2013). Realidad, datos y espacio. *Revista internacional de estadística y geografía*, 4(3), 1-197. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/RDE_02.pdf.
- Garvin, A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 87, 101-109. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1906545>.
- Gillespie, J. (2010). *Finance for Managers*. McGraw-Hill Education.
- Giraldo, M., y Iriarte, A. (2020). *Modelo gestión empresarial (MGE)*. Editorial Kinesis.
- González,, C., Guerrero, R. y Vidaurri, J. (2019). Gestión del conocimiento enfocado a la competitividad en empresas familiares turísticas (EFT) de Guanajuato, México. *Turismo y patrimonio*, 13, 13-34. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2019.n13.02>.

- Guerrero, R., Orellana, J. y López, S. (2023). Bioethics through a philosophical lens: the (bio)ontological foundations of Juliana González Valenzuela's proposal. *Salud Colectiva*, 19, 1-10. <https://doi.org/10.18294/sc.2023.4467>.
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293-317. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199804\)19:4%3c293::AID-SMJ982%3e3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199804)19:4%3c293::AID-SMJ982%3e3.0.CO;2-M).
- Hernández, G. (2020). Diagnósis organizacional como modelo de desarrollo sostenible y competitivo. *Revista Científica Electrónica de negocios*, 47, 13-22. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4766394>.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernandez, R., Fernandez, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigacion* (6 ed.). McGraw Hill Education.
- Hernandez, R., Mendez, S., Mendoza, C. & Cuevas , A. (2017). *Fundamentos de investigacion*. McGraw Hill Education.
- Hernández, S. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial: Enfoque basado en competencias*. McGraw-Hill.
- Hinojosa, C., Montes de Oca, Y., Polo, B., Chamorro, J. y León, R. (2022). Sistema de planificación estratégica y niveles de competitividad: Caso de la Asociación de productores de cacao en el norte de Amazonas-Perú. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 51, 419-432. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9826398>.
- Ibarra, M., González, L. y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estud. front.*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>.

- Igbinovia, O. y Igenwe, J. (2017). Knowledge management: processes and systems. *Information Impact Journal of Information and Knowledge Management* 8(3), 26-38. <https://dx.doi.org/10.4314/ijikm.v8i3.3>.
- Jiménez, M. (2006). Modelo de competitividad empresarial. *UMBral Científico*, 9, 115-125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2263196>.
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8, 23-32. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490676>.
- Kaplan, S. y Norton, P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard business Review*, 70(1), 71-79. https://doi.org/10.1007/978-1-4757-3571-8_5.
- Kotler, P., y Keller, L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson.
- López, R., Rodríguez, L. y Trujillo, G. (2021). La gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las microempresas del sector pesquero de la ciudad de Piura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(1), 485-496. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.245.
- Mantje, M., Rambe, P. y Ndofirepi, T. (2023). Effects of knowledge management on firm competitiveness: The mediation of operational efficiency. *South African Journal of Information Management* 25(1), 1549. <https://doi.org/10.4102/sajim.v25i1.1549>.
- Marcelín, M. (2023). Epistemological reflections derived from transdisciplinary research praxis. *Sophia, número 34*, 265-289. <https://doi.org/10.17163/soph.n34.2023.09>.
- Martínez, M., Vargas, J., Rodríguez, C. y Morris, A. (2017). Variables críticas de la Gestión del Conocimiento y Competitividad en la Cadena Agroalimentaria Láctea. *15th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education, and*

- Technology*, 1, 1-7. https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Rodriguez-Monroy/publication/318680720_Variables_criticas_de_la_Gestion_del_Conocimiento_y_Competitividad_en_la_Cadena_Agroalimentaria_Lactea/links/59775a88aca27203ecbdd6af/Variables-criticas-de-la-Gestion-.
- Mauricio, R., García, D., Merma, N. y Villamares, E. (2021). Knowledge and productivity management of a construction company in Peru. *South Florida Journal of Development*, 2(4), 5183–5194. <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n4-017>.
- Meza, L. (2015). El paradigma positivista y la concepción dialéctica del conocimiento. *Revista Virtual*, 4(2), 1-6. <https://doi.org/10.18845/rdmei.v4i2.2296>.
- Mohd, M. & Normayuni, Z. (2019). Knowledge management and the competitiveness of small construction firms: Innovation as mediator. *Competitive. Rev.*, 29, 534–550. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9793900/>.
- Nel, P., Jiménez, G. & Buitrago, J. (2021). Las teorías de la competitividad: Una síntesis. *Revista Republicana*, 31, 119-144. <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a110>.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press.
- North, C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Ogutu, H., Bujdosó, Z., Andrea, B., Fekete, M. & Dávid, L. (2023). Theoretical Nexus of Knowledge Management and Tourism Business Enterprise Competitiveness: An Integrated Overview. *Sustainability*, 15, 1-11. <https://doi.org/10.3390/su15031948>.
- Ordoñez, D., Proaño, X., & Morales, A. (2024). Estrategias dinámicas para la ventaja competitiva en la era digital: Un modelo conceptual. *Yachana Revista Científica*, 13(1), 34-54. <https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v13.n1.2024.899>.

- Ortega, M. (2023). *La competitividad empresarial y la gestión del conocimiento en el desempeño exportador de empresas textiles en el Perú*. (Tesis doctoral, Universidad Ricardo Palma). <https://repositorio.urp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c83694f4-28d7-45c5-b856-c70d1979d574/content>.
- Palacios, J. & Zambrano, E. (2020). Importance of knowledge management and its impact on the competitiveness of the Autonomous Decentralized Governments of Manabí. *Pol. Con.*, 5, (3), 326-353. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7398412.pdf>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)00084-8](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)00084-8).
- Parmenter, D. (2015). *Key Performance Indicators: Developing, Implementing, and Using Winning KPIs*. Wiley.
- Perdomo, R. (2023). Gestión del conocimiento en las organizaciones. *Revista Educare*, 27(1), 497-517. <https://revistas.investigacion-upelipb.com/index.php/educare/article/view/1904/1760>.
- Pérez, M. (2008). *Gestión del conocimiento en las organizaciones: Fundamentos, metodología y praxis*. Ediciones TREA, S.L.
- Pfeffer, J. (1994). *Competitive Advantage Through People: Unleashing the Power of the Workforce*. Harvard Business School Press.
- Polanyi, M. (1966). *The tacit dimension*. Routledge & Kegan Paul.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press .
- Porter, M. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

- Porter, M. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78-93. https://doi.org/10.1007/978-0-387-71793-5_5.
- Pozo, A. (2019). *Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas eléctricas en la provincia de Chincha*. [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Ica]. <https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/bitstream/20.500.14441/2268/3/POZO%20GUTIERREZ%20ANGEL%20ALBERTO.pdf>.
- Prasadja, R., Alfriadi, L., Yana, T., Marthaleina, R., Amrulloh, K., Gusti, K., . . . Dedeh, E. (2023). Enterprise risk management and business strategy on firm performance: The role of mediating competitive advantage. *Uncertain Supply Chain Management*, 11, 249-260. https://www.researchgate.net/profile/Endri-Endri/publication/366596878_Enterprise_risk_management_and_business_strategy_on_firm_performance_The_role_of_mediating_competitive_advantage/links/63aa316da03100368a304397/Enterprise-risk-management-and-.
- Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. John Murray.
- Robbins, P. & Judge, T. (2019). *Organizational Behavior*. Pearson.
- Rumelt, P. (1974). *Strategy, Structure, and Economic Performance*. University Press.
- Sánchez, M., Tejada, G., Bazan, J., Pajuelo, C., Solis, J. & Torres, J. (2024). Educación financiera en el aumento de los prestamos Gota a Gota – 2024. *Revista de Climatología Edición Especial Ciencias Sociales*, 23, 4334-4339. <https://rclimatol.eu/2023/12/31/educacion-financiera-en-el-aumento-de-los-prestamos-gota-a-gota-2024/>.
- Sánchez, M., Velasco, M., Espinoza, R., Gonzales, A., Romero, R., & Mory, W. (2023). *Metodología y estadística en la investigación científica*. Puerto Madero Editorial Académica. <https://doi.org/10.55204/PMEA.17>
- Schein, H. (2010). *Organizational culture and leadership*. John Wiley & Sons.

- Schumpeter, A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Brothers.
- Schwab, K. (2020). *The global competitiveness report 2019*. World Economic Forum.
Obtenido de <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2019>
- Slack, N., Chambers, S., y Johnston, R. (2010). *Operations Management*. Pearson Education.
- Stewart, A. (1997). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. Doubleday.
- Tarí , J. y García, M. (2009). Dimensiones de la gestión del conocimiento y de la gestión de la calidad: una revisión de la literatura. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3), 139-152.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120375008>.

IX ANEXOS

Anexo A. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p style="text-align: center;">Problema General</p> <p>¿De qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples?</p> <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples? • ¿En qué medida la gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas productivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples? 	<p style="text-align: center;">Objetivo General</p> <p>Demostrar que gestión del conocimiento se relaciona con la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples</p> <p style="text-align: center;">Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si la gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples. • Verificar si gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples. 	<p style="text-align: center;">Hipótesis General</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión del conocimiento y la competitividad en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples.</p> <p style="text-align: center;">Hipótesis Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión del conocimiento se relaciona con la productividad organizacional en los trabajadores de las Cooperativas de Servicios Múltiples. • La gestión del conocimiento se relaciona con las ventajas competitivas en los trabajadores de la Cooperativa de Servicios Múltiples. 	<p style="text-align: center;">Gestión del Conocimiento</p> <p style="text-align: center;">Definición conceptual:</p> <p>Tarí (2009), sostiene que la gestión del conocimiento es el proceso dinámico de creación, almacenamiento, transferencia y aplicación y uso del conocimiento con el fin de mejorar los resultados en una organización.</p> <p style="text-align: center;">Definición operacional:</p> <p>Creación del conocimiento, transferencia y almacenamiento de conocimiento, aplicación y uso.</p> <p style="text-align: center;">Competitividad</p> <p style="text-align: center;">Definición conceptual:</p> <p>Martínez (2017) sostiene que la competitividad está basada en el manejo de los niveles óptimos de eficiencia en el nivel productivo con énfasis en el fomento de la innovación por parte del talento.</p> <p style="text-align: center;">Definición operacional:</p> <p>Productividad organizacional, ventajas competitivas</p>	<p>GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</p> <p>Creación del conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> * Adquisición de información * Diseminación de información. * Interpretación compartida. <p>Transferencia y almacenamiento de conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> * Almacenar conocimiento. * Transferencia conocimiento en la organización. <p>Aplicación y uso</p> <ul style="list-style-type: none"> * Trabajo en equipo. * Empowerment. * Promover el diálogo. * Establecer sistemas para capturar y compartir el aprendizaje. * Relación entre distintos departamentos o áreas funcionales. * Compromiso con el aprendizaje. <p style="text-align: center;">COMPETITIVIDAD</p> <p>Productividad organizacional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productividad Operativa • Capital intelectual • Tecnología <p>Ventajas Competitiva</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventajas competitivas. • Gestión de la relación con el cliente. • Calidad de productos y servicios. • Tamaño de la organización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de la investigación No experimental, Transversal. 2. Nivel de la investigación Correlacional. 3. Tipo de Investigación Aplicada. 4. Población: 100 delegados, representantes de los socios. 5. Muestra: 100 delegados 6. Técnicas de recolección de datos Encuesta. 7. Instrumentos de recolección de datos: Cuestionario. 8. Instrumento de procesamiento y análisis de datos Software SPSS versión 23

Anexo B. Validación de instrumentos

La validación es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Se logra cuando se demuestra que el instrumento refleja el concepto abstracto a través de sus indicadores empíricos (Hernández y Mendoza, 2018).

La validación de instrumentos en el presente estudio se realizó por juicio de expertos, que se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema (Hernández y Mendoza, 2018).

Certificado de validación de instrumentos



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez: DR. SEGUNDO WALDEMAR RIOS RIOS
- 1.2 Cargo e institución donde labora: UNDC- SECRETARIO ACADEMICO
- 1.3 Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario.
- 1.4 Autor del instrumento: JOSE HILDEBRANDO BANCES SUCLUPE
- 1.5 Título del Plan de Investigación: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS COOPERATIVAS DEL PERÚ - 2023

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y Comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E
				1	

Coefficiente de validez =

$$\frac{49}{50}$$

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00-0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60-0,70]
Aprobado X <input checked="" type="radio"/>	<0,70-1,00]

IV. Calificación de aplicabilidad

.....Aplicable para la investigación planteada.....

Lugar: Lima 20 Enero del 2024

Dr. Segundo Waldemar Rios Rios
DNI 06799562



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez: FILIBERTO FERNANDO OCHOA PAREDES
- 1.2 Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
- 1.3 Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario.
- 1.4 Autor del instrumento: JOSE HILDEBRANDO BANCES SUCLUPE
- 1.5 Título del Plan de Investigación: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS COOPERATIVAS DEL PERÚ - 2023

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y Comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
5. SUFICIENCIA	Cubre los aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados					X
7. CONSISTENCIA	Permite conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	10 * 5 E

Coefficiente de validez =

50
50

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00-0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60-0,70]
Aprobado <input checked="" type="radio"/>	<0,70-1,00]

IV. Calificación de aplicabilidad

Aplicable para la investigación planteada

Lugar: Lima 18 de enero del 2023

Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes
DNI 07356267



Firmado digitalmente por:
OCHOA PAREDES Filiberto
Fernando FIR 07356267 hash
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/01/2024 11:07:35-0800



**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO
VILLAREAL**
**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez: FILIBERTO FERNANDO OCHOA PAREDES
 1.2 Cargo e institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
 1.3 Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario.
 1.4 Autor del instrumento: JOSE HILDEBRANDO BANCES SUCLUPE
 1.5 Título del Plan de Investigación: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LA
 COMPETITIVIDAD EN LAS COOPERATIVAS DEL PERÚ - 2023

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	BAJA 2	REGULAR 3	BUENA 4	MUY BUENA 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					X
7. CONSISTENCIA	Permite conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)						10 '5
		A	B	C	D	E

Coefficiente de validez =

$$\frac{50}{50}$$

III. Calificación global (Ubique la coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00-0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60-0,70]
Aprobado <input checked="" type="radio"/>	<0,70-1,00]

IV. Calificación de aplicabilidad

Aplicable para la investigación planteada

Lugar: Lima 18 de enero del 2023

Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes
 DNI 07356267



Firmado digitalmente por:
 OCHOA PAREDES Filiberto
 Fernando FIR 07356267 hash
 Objeto: Soy el autor del
 documento
 Fecha: 22/01/2024 11:07:35-0600

10	Se realiza periódicamente reuniones donde se informa a todos los delegados y/o socios de las novedades que ha habido en la cooperativa	1	2	3	4	5
11	La cooperativa elabora periódicamente informes escritos que distribuye a todos los socios de la institución donde se comunica sobre los avances producidos en la misma.	1	2	3	4	5
12	En la cooperativa existen personas encargadas de recoger las propuestas de los socios, para consolidarlos y distribuirlos internamente.	1	2	3	4	5
Interpretación del conocimiento						
13	La cooperativa desarrolla programas de rotación interna que faciliten el paso de los trabajadores por distintas áreas funcionales	1	2	3	4	5
14	La cooperativa es capaz de desechar el conocimiento que ha quedado obsoleto y buscar nuevas alternativas.	1	2	3	4	5
15	La cooperativa cuenta con sistemas o procedimientos que permitan a los trabajadores autoseleccionar el conocimiento que sea importante en el momento	1	2	3	4	5
TRANSFERENCIA Y ALMACENAMIENTO						
Almacenamiento de conocimientos						
16	La cooperativa dispone de base de datos que permitan almacenar las experiencias y conocimientos del personal, para ser utilizados con posterioridad.	1	2	3	4	5
17	La cooperativa cuenta con un centro de documentación y/o biblioteca.	1	2	3	4	5
18	Todos los delegados de la cooperativa tienen acceso a la base de datos de que se dispone.	1	2	3	4	5
19	La base de datos, en caso existan, son actualizados en forma continua	1	2	3	4	5
20	La cooperativa cuenta con un sistema de codificación y administración de conocimiento que facilite el trabajo de los empleados.	1	2	3	4	5
21	Se puede acceder a la base de datos y documentos de la cooperativa a través de algún tipo de red informática interna (intranet)	1	2	3	4	5
22	La renuncia de trabajadores supone alguna pérdida de conocimientos o habilidades importantes para la cooperativa.	1	2	3	4	5
APLICACIÓN Y USO						
Trabajo en equipo						
23	El trabajo en equipo es una práctica muy habitual en la cooperativa	1	2	3	4	5
24	Se desarrollan procesos de trabajo en equipo en la cooperativa	1	2	3	4	5
25	El trabajo colectivo se observa como una oportunidad y se disfruta	1	2	3	4	5
26	Se apoya a los grupos o equipos de trabajo para incrementar la eficacia organizacional	1	2	3	4	5
Empowerment						
27	La cooperativa ofrece la autonomía necesaria para que los trabajadores puedan decidir cómo realizar su trabajo, con la finalidad de alcanzar el objetivo trazado.	1	2	3	4	5
28	En la cooperativa se valora y reconoce la opinión de los trabajadores	1	2	3	4	5
Promover el diálogo						
29	En la cooperativa se promueve la apertura al diálogo entre los trabajadores, delegados y socios	1	2	3	4	5
30	En la cooperativa, los delegados, trabajadores y socios comparten conocimiento y experiencia a través del dialogo	1	2	3	4	5
31	Es frecuente que las sugerencias aportadas por los socios y delegados se incorporen para mejorar los servicios que brinda la institución.	1	2	3	4	5
Establecer sistemas para capturar y compartir el aprendizaje						
32	La cooperativa dispone de base de datos de los socios donde aparece actualizada toda la información relacionada a los mismos.	1	2	3	4	5

33	En la cooperativa se dispone de directorios telefónicos o e-mails por áreas funcionales que permitan encontrar en un momento dado al experto en un tema concreto.	1	2	3	4	5
34	La cooperativa cuenta con un sistema que recoja formalmente las ideas que los delegados reciben de sus socios.	1	2	3	4	5
Relación entre distintas áreas funcionales						
35	La cooperativa dispone de mecanismos formales que garanticen las mejores prácticas y ser compartidas entre las distintas áreas funcionales.	1	2	3	4	5
36	La cooperativa ofrece otras oportunidades de aprendizaje (programas de formación interna) con el propósito de que los trabajadores comprendan las funciones de las diferentes áreas de trabajo	1	2	3	4	5
Compromiso con el aprendizaje						
37	La cooperativa adquiere conocimiento a través de sus relaciones con otras cooperativas u organizaciones.	1	2	3	4	5
38	La cooperativa se relaciona con profesionales y técnicos expertos.	1	2	3	4	5
Nº	DIMENSIONES/ÍTEM	ESCALA DE VALORIZACIÓN				
V2. COMPETITIVIDAD						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Con frecuencia	Siempre
		1	2	3	4	5
PRODUCTIVIDAD ORGANIZACIONAL						
Productividad operativa						
39	La productividad operativa permite alcanzar el cumplimiento de las metas y satisfacción del socio.	1	2	3	4	5
40	Las operaciones que se realizan en la institución son eficientes	1	2	3	4	5
41	La rentabilidad de la cooperativa se ve reflejada en las estrategias diseñadas en base a la productividad.	1	2	3	4	5
42	La cooperativa enfoca su planeación a largo plazo en la consecución efectiva de resultados organizacionales y personales.	1	2	3	4	5
43	La asignación flexible de recursos al interior de la cooperativa fomenta las tareas compartidas y la innovación.	1	2	3	4	5
44	La cooperativa cuenta con procedimientos de verificación para el cuidado del medio ambiente.	1	2	3	4	5
Capital intelectual						
45	Los trabajadores de la institución participan con iniciativas creativas las cuales son tomadas en cuenta para la toma de decisiones.	1	2	3	4	5
46	Los trabajadores de la cooperativa se relacionan con los socios para desarrollar soluciones.	1	2	3	4	5
47	El conocimiento de la institución está registrado en manuales o bases de datos.	1	2	3	4	5
48	Los líderes de la cooperativa adaptan sus comportamientos a los cambios e innovaciones organizacionales.	1	2	3	4	5
49	Los trabajadores se motivan debido a la diversidad de actividades y a la cooperación entre los compañeros.	1	2	3	4	5

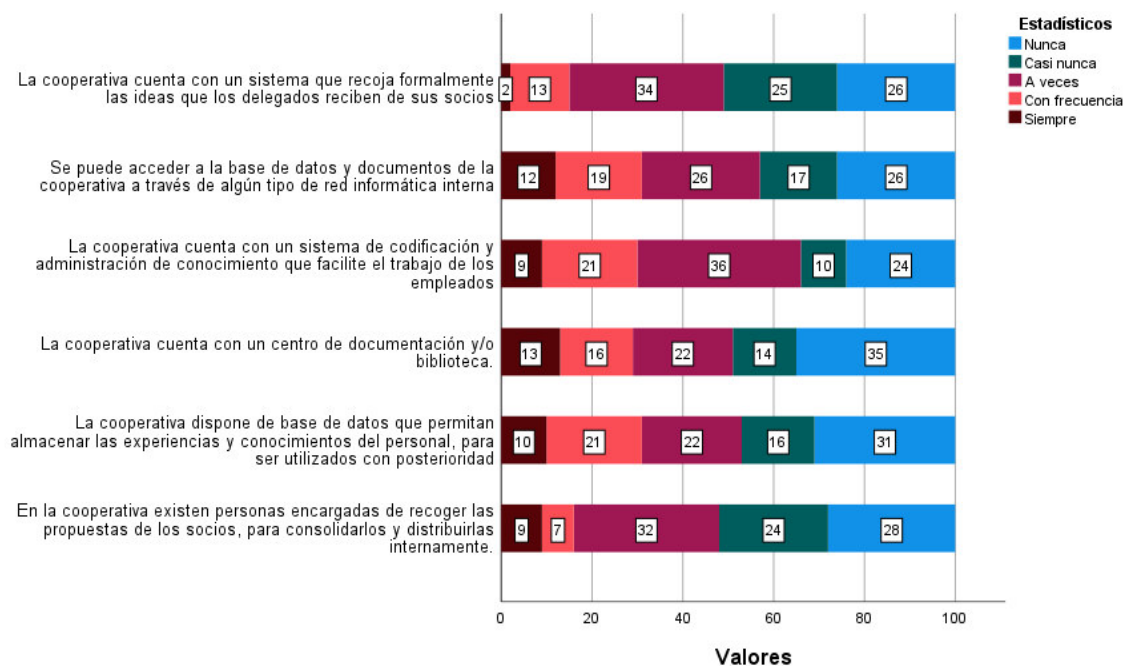
50	El personal a cargo del área de informática está capacitado para resolver problemas informáticos.	1	2	3	4	5
Tecnología						
51	El uso de la tecnología ha permitido a la institución el aprendizaje e innovación en las actividades de atención al socio cooperativo	1	2	3	4	5
52	Para el desarrollo de las actividades la cooperativa utiliza tecnologías de punta.	1	2	3	4	5
53	La información al interior de la cooperativa fluye de manera formal facilitando el aprendizaje de los procesos y la interacción con terceros.	1	2	3	4	5
VENTAJAS COMPETITIVAS						
Ventajas competitivas						
54	La cooperativa mantiene buenas relaciones con sus delegados y socios.	1	2	3	4	5
55	La conexión a internet para los socios de la institución es más rápida que las demás cooperativas	1	2	3	4	5
Gestión de la relación con el cliente						
56	La cooperativa brinda servicio diferenciado que nos distingue de las demás cooperativas.	1	2	3	4	5
57	La cooperativa ha implementado un centro de chat o llamadas para promover el contacto directo con los socios.	1	2	3	4	5
58	La institución optimiza y armoniza todos los canales de comunicación con el socio (correo electrónico, página web, redes sociales)	1	2	3	4	5
59	La cooperativa ha integrado las redes sociales en su estrategia de comunicación para ayudar a los socios a través de publicaciones, videos y artículos.	1	2	3	4	5
Calidad de productos y servicios						
60	La cooperativa planifica y prevé la calidad de servicio de atención al socio.	1	2	3	4	5
61	La institución cuenta con la comunicación como estrategia para implementar la calidad de servicio al cliente.	1	2	3	4	5
62	La calidad con la que se realiza cada proceso trae como consecuencia la eficiencia operativa.	1	2	3	4	5
Tamaño de la organización						
63	La estructura organizacional de la cooperativa facilita la conexión entre los colaboradores de las diferentes áreas.	1	2	3	4	5
64	La cooperativa fundamenta su estructura organizacional en la descentralización y reducción de jerarquías.	1	2	3	4	5
65	La estructura de la cooperativa combina la flexibilidad con la funcionalidad tradicional.	1	2	3	4	5
66	La cooperativa aprovecha su estructura y recursos para responder a los desafíos del entorno.	1	2	3	4	5
Sugerencias para mejorar el servicio de calidad en la organización						
-.....						
-.....						

Muchas gracias por tu valioso apoyo.

Anexo E. Estadística descriptiva – figuras

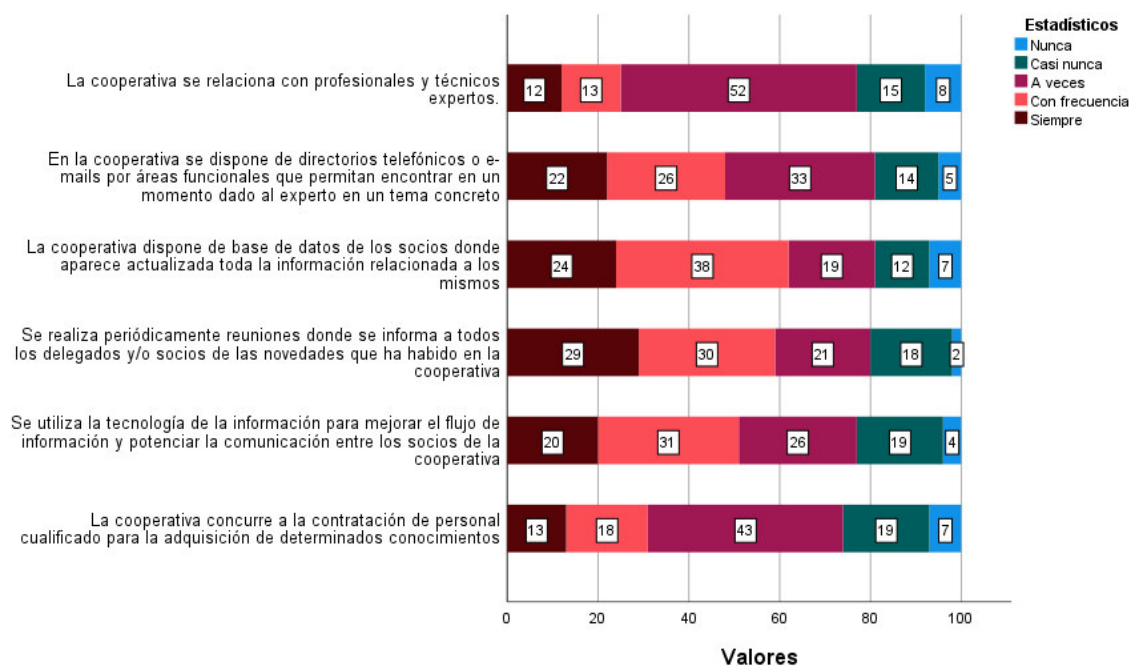
Figura 1

Debilidades de la gestión del conocimiento



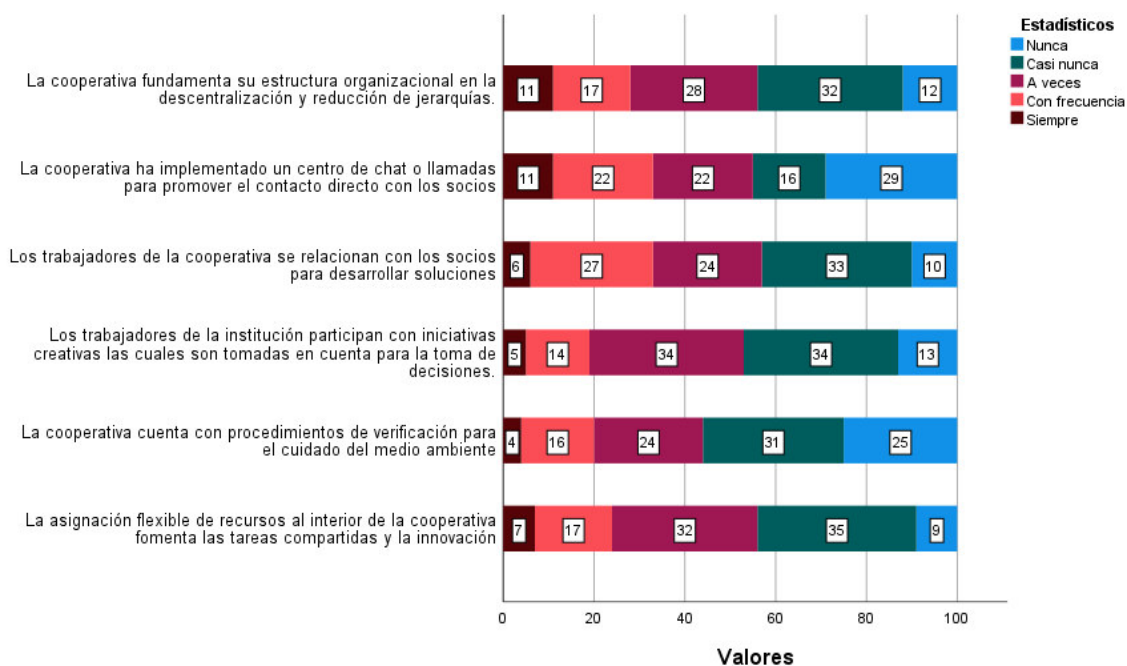
Nota: Elaboración propia sobre 6 de 38 preguntas que representan las debilidades de la gestión de conocimiento en las cooperativas.

Interpretación: En la figura 1, se aprecia que la escala de valoración nunca y casi nunca predominan, por ello inferimos que estos ítems son las debilidades de las cooperativas. En resumen, la figura muestra la variabilidad en la implementación de prácticas y sistemas relacionados con la gestión del conocimiento en la cooperativa, con algunas áreas que se utilizan con más frecuencia que otras.

Figura 2*Fortalezas de la gestión del conocimiento*

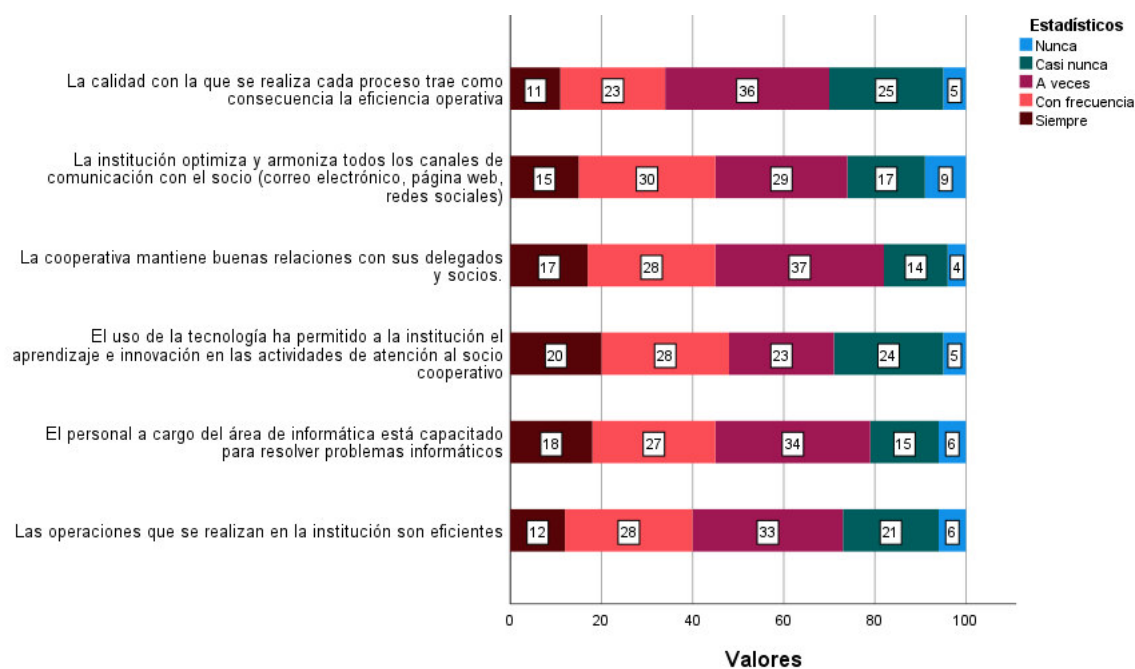
Nota: Elaboración propia sobre 6 de 38 preguntas que representan las fortalezas de la gestión de conocimiento en las cooperativas.

Interpretación: La figura 2 muestra que los menores porcentajes se encuentran en la valoración nunca. En resumen, la figura muestra que hay una variedad de prácticas implementadas en la cooperativa para gestionar el conocimiento y mejorar la comunicación entre los socios, con algunas áreas que se utilizan con más frecuencia que otras.

Figura 3*Debilidades de la competitividad*

Nota: Elaboración propia sobre 6 de 28 preguntas que representan las debilidades de la competitividad de las cooperativas.

Interpretación: La figura 3 muestra las debilidades en los ítems mencionados en la figura, en donde se observa que la mayoría valora como nunca y casi nunca. En general, la figura muestra áreas donde la cooperativa puede tener debilidades y áreas donde puede haber oportunidades de mejora en términos de prácticas organizacionales, participación de los empleados y relación con los socios y el medio ambiente.

Figura 4*Fortalezas de la competitividad*

Nota: Elaboración propia sobre 6 de 28 preguntas que representan las fortalezas de la competitividad de las cooperativas.

Interpretación: La figura muestra que, en el campo de la competitividad existen fortalezas en las cooperativas. En resumen, los resultados indican áreas donde la institución puede tener fortalezas y áreas donde puede haber oportunidades de mejora en términos de eficiencia operativa, capacitación de personal, uso de tecnología, relaciones con los socios y optimización de la comunicación.

Anexo F. Propuesta del estudio

1. Proyecto: Fortalecimiento de la Competitividad en las Cooperativas del Perú a través de la Gestión del Conocimiento: Estrategias Innovadoras para el 2023.

2. Ámbito de aplicación: Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez”

3. Financiamiento (Monto Total Estimado): S/ 122, 000

4. Fundamentación

La fundamentación del proyecto "Gestión del Conocimiento y la Competitividad en las Cooperativas del Perú - 2023", aplicado a la Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez”, se basa en la necesidad de fortalecer las capacidades internas de las cooperativas peruanas, en especial aquellas de tamaño mediano, para hacer frente a los desafíos que plantea la globalización, el avance tecnológico y la competencia en mercados cada vez más exigentes.

En el contexto actual, las cooperativas enfrentan dificultades para competir de manera efectiva debido a la falta de recursos y herramientas que faciliten la optimización de sus procesos internos. La gestión del conocimiento se presenta como una herramienta clave para mejorar la eficiencia, innovación y competitividad de las organizaciones. Al compartir y aplicar el conocimiento dentro de la cooperativa, se pueden mejorar las decisiones estratégicas, reducir costos operativos y fomentar la innovación en productos y servicios.

Además, la competitividad de las cooperativas está estrechamente vinculada con su capacidad para adaptarse a los cambios en el entorno. La incorporación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en sus operaciones, junto con la capacitación constante de sus miembros, les permitirá mejorar su gestión, aumentar la productividad y responder mejor a las demandas del mercado.

Por otro lado, las cooperativas en Perú no siempre cuentan con una infraestructura adecuada para implementar estas estrategias de manera eficaz. Este proyecto tiene como

objetivo proporcionar las herramientas necesarias para mejorar la competitividad de la Cooperativa “Manuel Polo Jiménez”, a través de un enfoque que combina capacitación, implementación de TIC, y el diseño de estrategias de gestión adaptadas a su contexto particular.

5. Justificación

La justificación de la propuesta radica en la necesidad de mejorar la competitividad y eficiencia de las cooperativas peruanas, especialmente aquellas de tamaño mediano, como la Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez”. En un contexto de globalización y avances tecnológicos, las cooperativas enfrentan desafíos para mantenerse competitivas, debido a la falta de recursos y herramientas adecuadas para optimizar sus procesos. La gestión del conocimiento y la implementación de tecnologías de la información y comunicación (TIC) son claves para transformar estos retos en oportunidades de mejora.

La gestión del conocimiento permite a los miembros de la cooperativa acceder a información relevante, compartir experiencias y tomar decisiones fundamentadas que incrementen la eficiencia organizacional. Al mejorar la gestión interna, se favorece una mayor innovación, reducción de costos y mejora en la calidad de los servicios ofrecidos. Además, la capacitación en TIC se convierte en un elemento indispensable para fortalecer la productividad, la toma de decisiones y la comunicación interna.

El proyecto también busca asegurar la sostenibilidad de la cooperativa a largo plazo. Al fortalecer sus capacidades internas, no solo se mejora su competitividad frente a otras cooperativas, sino que también se promueve un desarrollo más equitativo y colaborativo en la comunidad. Esta propuesta responde a la necesidad urgente de adaptar a las cooperativas a los nuevos desafíos del mercado y garantizar su crecimiento continuo.

5. Objetivos

Objetivo general:

Mejorar la competitividad de la Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez” a través de la implementación de estrategias de gestión del conocimiento y el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) durante el año 2023.

Objetivos específicos:

- Desarrollar e implementar un modelo de gestión del conocimiento que permita a los miembros de la cooperativa acceder y aplicar el conocimiento de manera eficiente, optimizando los procesos internos y fomentando la innovación.
- Capacitar a los miembros de la cooperativa en el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para mejorar la toma de decisiones, la productividad y la calidad de los servicios ofrecidos a los socios.

El objetivo general busca mejorar la competitividad de la cooperativa a través de estrategias de gestión del conocimiento y el uso de TIC, permitiendo una mejora en sus procesos operativos y toma de decisiones. Los objetivos específicos se centran en dos áreas clave: primero, implementar un modelo de gestión del conocimiento para optimizar la eficiencia y fomentar la innovación dentro de la cooperativa; y segundo, capacitar a los miembros en el uso de TIC para incrementar la productividad y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

6. Desarrollo

Semana	Hora	Actividades	Recursos asignados	Encargados	Participantes
Semana 1	Diagnóstico de la Situación Actual	Herramientas digitales básicas (formularios electrónicos), entrevistas directas con miembros clave.	Equipo de investigación y consultores	Miembros clave de la cooperativa	Semana 1
Semana 2	Análisis de Resultados	Software básico de análisis de datos, consultoría especializada	Consultores expertos en gestión	Gerentes y líderes de equipo de	Semana 2

	ados y Desar rollo de Estrat egias	en pequeñas.	cooperativas	conocimiento		la cooperativ a	
Semana 3	Capac itació n y Taller es	Materiales capacitación sesiones capacitadores especializados.	de online, reducidas,	Consultores capacitadores	y	Miembros clave de la cooperativ a	Semana 3
Semana 4	Imple menta ción de TIC	Herramientas tecnológicas adaptadas a la infraestructura de la cooperativa (software y equipo básico).		Equipo técnico consultores especializados	y	Miembros clave de la cooperativ a	Semana 4
Semana 4	Monit oreo y Evalu ación	Herramientas seguimiento reuniones evaluación.	de simples, periódicas de	Equipo monitoreo evaluación	de y	Miembros clave y gerentes de la cooperativ a	Semana 4

7. Recursos:

Los recursos asignados en el desarrollo del proyecto están enfocados en garantizar la efectividad de cada fase. En la Semana 1, se utilizan herramientas digitales básicas para el diagnóstico, incluyendo formularios electrónicos y entrevistas. En la Semana 2, se asignan fondos para software de análisis y consultoría especializada, asegurando un análisis preciso. En la Semana 3, se destinan recursos para materiales y capacitadores, enfocados en TIC y gestión del conocimiento. Finalmente, en la Semana 4, se emplean recursos para la implementación de TIC y el monitoreo del progreso, asegurando la adecuada ejecución y evaluación de cada fase.

8. Financiamiento:

Rubro		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Investigación	y	S/ 4,000	S/ 4,000	S/ 4,000	S/ 4,000	S/ 16,000
Diagnóstico						
Desarrollo	de	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 3,500	S/ 14,000
Estrategias						

Capacitación Talleres	y	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 5,000	S/ 20,000
Implementación TIC	de	S/ 4,500	S/ 4,500	S/ 4,500	S/ 4,500	S/ 18,000
Materiales Recursos Logísticos	y	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 1,500	S/ 6,000
Personal Consultoría	y	S/ 8,000	S/ 8,000	S/ 8,000	S/ 8,000	S/ 32,000
Monitoreo Evaluación	y	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 8,000
Costos Operativos		S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 2,000	S/ 8,000
Total		S/ 30,500	S/ 30,500	S/ 30,500	S/ 30,500	S/ 122,000

Nota. Semana 1 a Semana 4: Las actividades se distribuyen entre investigación, desarrollo de estrategias, capacitación, implementación tecnológica, y evaluación. El monto asignado por semana depende de los recursos necesarios para cada fase, incluyendo personal, materiales y costos operativos.

Total: El total final por cada rubro se obtiene de la suma de los gastos de cada semana. Este presupuesto es solo una estimación y puede ajustarse según las necesidades específicas de cada fase del proyecto.

9. Evaluación:

La evaluación del financiamiento ajustado para la Cooperativa de Servicios Múltiples “Manuel Polo Jiménez” demuestra una planificación cuidadosa y eficiente, priorizando las áreas más relevantes para mejorar su competitividad. Con un presupuesto total de S/ 122,000, los recursos están distribuidos estratégicamente a lo largo de las cuatro semanas del proyecto. Se destinan fondos para el diagnóstico de la situación actual, garantizando un análisis preciso, seguido de la implementación de estrategias a través de consultoría especializada. La capacitación en TIC y la gestión del conocimiento es una de las principales prioridades, asegurando que los miembros de la cooperativa adquieran las herramientas necesarias para optimizar sus operaciones. Además, se asignan recursos para la implementación de TIC, esenciales para mejorar la comunicación interna y la toma de decisiones. Finalmente, el monitoreo de los resultados permite evaluar el impacto y realizar ajustes según sea necesario,

asegurando la efectividad del proyecto. El financiamiento está ajustado a las necesidades específicas de la cooperativa, optimizando cada recurso disponible.