



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Vicerrectorado de
INVESTIGACION

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD Y
LAS MYPES EXPORTADORAS DE LA REGIÓN ICA, 2016-
2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**AUTOR:
GERÓNIMO VÍCTOR ALARCÓN ROMERO**

**ASESOR:
DR. JOSÉ DOMINGO ROJAS GARCÍA**

JURADO:

DR. NIETO MODESTO, DAVID ABEL

DR. HERNÁNDEZ CELIS, DOMINGO

DR. IZAGUIRRE GALLARDO, ALFREDO.

**LIMA – PERÚ
2019**

RESUMEN

La Tesis desarrollada está referida al estudio de las dificultades que tienen actualmente las Mypes exportadoras de la Región Ica, en lo que respecta a la sostenibilidad como empresa en el tiempo. Actualmente estas empresas tienen problemas en el manejo o gestión relacionadas con las habilidades gerenciales de sus administradores, las condiciones financieras en las que trabajan y los altos costos financieros; la ausencia de estrategias financieras que deben formular para poder ingresar a mercados externos, entre otros.

La Tesis desarrollada tuvo como objetivo: Identificar aquellos factores que pueden contribuir a que la competitividad permita lograr niveles de sostenibilidad aceptables para las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

Del mismo modo, la investigación fue tanto aplicada como descriptiva, debido a que se procedió a analizar aspectos teóricos y doctrinarios sobre el tema en estudio y se procedió a aplicar una encuesta con la finalidad de lograr obtener información a la muestra seleccionada y luego fue procesada en SPSS y presentada y analizada para poder contrastar las hipótesis planteadas.

Finalmente se logró determinar que existen factores determinantes de la competitividad que influyen o determinan la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

Palabras clave: habilidades gerenciales, condiciones financieras, estrategias de mercadotecnia.

ABSTRACT

The developed thesis is referred to the study of the difficulties that the export Mypes of the Ica Region currently have, with respect to sustainability as a company over time. Currently, these companies have management or management problems related to the managerial skills of their managers, the financial conditions in which they work and the high financial costs; the absence of financial strategies that must be formulated to be able to enter foreign markets, among others.

The objective of the thesis was to: Identify those factors that can contribute to competitiveness that allows achieving acceptable levels of sustainability for the exporting mypes of the Ica Region, 2016-2017.

Similarly, the research was both applied and descriptive, because it proceeded to analyze theoretical and doctrinal aspects on the subject under study and proceeded to apply a survey in order to obtain information to the selected sample and then was processed in SPSS and presented and analyzed to be able to test the hypotheses.

Finally, it was determined that there are determining factors of competitiveness that influence or determine the sustainability of the exporting mypes of the Ica Region.

Keywords: management skills, financial conditions, marketing strategies.

INTRODUCCIÓN

El tema que se ha estudiado en esta investigación hace referencia a la problemática que tienen las Mypes exportadoras, en nuestro caso de la Región Ica, y que están relacionados con la ausencia de habilidades gerenciales por parte de los gerentes o administradores de estas empresas, la falta o no formulación de estrategias de mercadotecnia orientadas al posicionamiento de los productos en mercados externos, el deficiente manejo financiero en estas empresas y que les hace tener pérdidas financieras por altos intereses y por la tasa de cambio poco favorable, y también la inexperiencia del personal para el manejo apropiado y eficiente del proceso de exportación, entre otros factores.

El objetivo de la investigación realizada fue lograr identificar aquellos factores que pueden determinar de la competitividad para la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

La investigación fue de tipo aplicada, no experimental; se aplicó una encuesta con 18 preguntas relacionadas a los indicadores y dimensiones formulados a un total de 110 personas que trabajan en las mypes exportadoras de la Región Ica; las mismas que fueron procesadas y presentadas en el capítulo de resultados y que permitieron apoyar la contrastación de hipótesis.

La investigación desarrollada tiene la siguiente estructura:

Se desarrolló el Capítulo I, en el que se desarrolla la problemática de la investigación y se incluyen problemas objetivos, hipótesis y otros aspectos importantes.

Del mismo modo en el Capítulo II se desarrolló el marco teórico de la investigación, donde se desarrollaron los antecedentes y diversas teorías relacionadas con el tema de investigación.

La metodología de la investigación fue desarrollada en el Capítulo III que además contiene la población, muestra, instrumentos y procesamiento de información.

Los resultados se presentan en el Capítulo IV, donde se organiza los datos debidamente tabulados e interpretados, así como la debida contrastación de hipótesis.

En la parte final de la investigación se presentan la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones; para finalmente ubicar los anexos

.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes

1.1.1. Investigaciones internacionales recientes

Mara (2017), en su investigación titulada “Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad” para la Universidad de Brasilia, planteó como objetivo: identificar, conceptuar y caracterizar los principales factores que están presentes en cada modelo y, por medio de análisis comparativo, establecer sus propiedades comunes, en base a categorías de atributos previamente definidos. Se trató de una investigación descriptiva que analizó casos, llegando a la conclusión de que tras el análisis de los modelos se puede inferir que las dimensiones, factores, mecanismos e indicadores de evaluación de las condiciones de competitividad están señalizadas en las sus representaciones y en su mayoría son comunes a todos los formatos de interpretación teórica del entorno propio del destino turístico, indicando las fuerzas y las debilidades para enfrentarse al contexto de la competencia en turismo.

Contreras, Castillo y Salgado (2017), en su tesis “Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia”, para la Universidad de la Salle de Colombia, planteó como objetivo: “realizar un análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia, realizando una caracterización, estableciendo deficiencias y oportunidades, y reconociendo la evolución de este sector”. Esta investigación fue de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). Se realizó un estudio de casos de empresas del sector astillero en Colombia. Se aplicó como instrumento una encuesta. Las conclusiones a las que se llegaron fueron: “1. La teoría de Michael Porter y la competitividad sistémica, nos brindaron un aporte amplio y riguroso de las variables a nivel micro, macro, meso y meta, que posteriormente fueron aplicadas al sector astillero y ajustadas en relación a lo que se planteó en la investigación, encontrando que las variables micro y macro son las que mejor se ajustan al sector astillero colombiano, en el sentido que fueron variables que se pudieron analizar y se pudieron estimar conforme a la información obtenida del sector mediante la estadística descriptiva, revisión bibliográfica y el uso de las encuestas. 2. El sector astillero, es un sector con cualidades y características importantes que incluyen su posicionamiento estratégico, participación en actividades de fortalecimiento, encadenamiento con sectores como el metalmecánico, apoyo de entidades como Procolombia y Colciencias, alianzas gubernamentales, innovación a través de proyectos de inversión en

tecnología, índices económicos estables, entre otros aspectos que evidencian y lo posicionan como un sector con grandes ventajas oportunidades de crecimiento”.

1.1.2. Investigaciones nacionales recientes

Meza y Meza (2015), en su tesis titulada “Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles - Confecciones de la Región Junín Periodo 2014”, para la Universidad Nacional del Centro, plantearon como objetivo: “determinar la influencia de los factores de la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles – confecciones de la Región Junín en el año 2014”. En esta investigación fue de tipo aplicada, se emplearon los métodos inductivo y deductivo, análisis y síntesis, el nivel de investigación es *expost facto*. Se aplicó una encuesta como instrumento a 194 personas. Las conclusiones a las que se llegaron fueron: “1. Después de haber realizado la investigación sobre factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones de la Región Junín periodo 2014, se ha considerado que la competitividad de la de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones de la Región Junín está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto; investigando que estos factores son lo que determinaron la competitividad de las

micro y pequeñas empresas, contrastando la hipótesis si se logra consistencia del modelo de investigación y se determinan los factores detallados a la competitividad de las micro y pequeñas empresas. 2. Los resultados se validan con la teoría de la cadena de valor de Michael Porter, el cual señala que la competitividad está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión en calidad del producto”.

Armestar (2011), en su investigación “De la micro competitividad a la competitividad nacional”, para la Escuela de Posgrado de la UPC, refiere que El país en el último lustro ha experimentado un crecimiento promedio de 7 % anual, uno de los más altos de la región. Sin embargo, este crecimiento no ha logrado disminuir las desigualdades, y los niveles de productividad del tejido empresarial son cada vez más pobres en comparación con los países más desarrollados. En ese contexto la única manera de lograr mayores niveles de competitividad nacional es a través de elevar la competitividad de las empresas que conforman nuestro desarticulado tejido empresarial, por lo que es importante reflexionar sobre los determinantes de la competitividad para el grueso de las empresas, que viene a ser en este país: las micro y pequeñas empresas. En esta investigación se llega entre otras a las siguientes conclusiones:

- a) El Perú ha experimentado en los últimos 10 años crecimientos importantes en la economía, pero no ha podido reducir la desigualdad. Además, que no se ha podido mejorar en los niveles de productividad de las empresas y a pesar del crecimiento cada vez somos menos productivos.
- b) La necesidad de mejorar nuestros niveles de competitividad como nación, nos lleva a buscar mejores niveles de productividad de nuestro tejido empresarial, sobre todo en los sectores de micro y pequeñas empresas.
- c) El Perú todavía tiene un tejido empresarial desarticulado, donde hay una ausencia de medianas empresas y las unidades empresariales se concentran entre las micro y pequeñas empresas y la gran empresa. Este genera que no hay mucha posibilidad de conexión entre las Mype y la gran empresa, limitando a las Mypes a dificultar su paso a niveles mayores de crecimiento y postergándolas a seguir en el mismo estatus por tiempo indefinido.
- d) Las políticas de desarrollo de las Mypes son fundamental ya que no se concibe mejores niveles de competitividad para el país si su tejido empresarial no mejora sus niveles de productividad. Es decir, no hay competitividad si no hay productividad.

1.2 Planteamiento del problema

De acuerdo a lo que sostiene la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú) indicó que “el 56,4% de las empresas exportadoras

en el país son microempresas, 25,6% son pequeñas empresas y el 18% restante son medianas empresas” (El comercio Perú, 2018). Respecto a los productos enviados, durante el periodo 2016 y 2017, el 19% de Mypes exportaron bienes del sector metalmecánico, 13% vendieron al exterior bienes del sector agropecuario y el 15% realizó envíos del sector textil y confecciones. Según ComexPerú, las Mypes aumentaron un 4% en el país, pasando de 5,683,912 millones a 5,904,614 millones de empresas entre los años 2016 y 2017, con lo que representan casi el 46,5% del empleo total del Perú. (El comercio Perú, 2018).

En el primer semestre del año 2018 un total de 1 480 micro y pequeñas empresas (mypes) dejaron de exportar, número superior en 5% respecto al mismo periodo del 2017 (1,409), lo que refleja su creciente fragilidad y la urgencia de fortalecer las políticas de apoyo a su internacionalización, informó el presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), Juan Varillas Velásquez (Adex, 2018).

Según el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales CIEN-ADEX, entre enero-junio se registró un stock de 5 814 empresas exportadoras, cifra superior al promedio de los últimos cinco años. De ese total, 4 858 fueron mypes que son las más expuestas a la mortalidad. (Adex, 2018). Un hallazgo que ilustra la frágil vida de una mype es que de las 4 858 mypes que exportan actualmente, solo el 8.9% (432 pymes) tuvo su origen en el 2013. En ese período (2013 –

2018) solo el 16.3% de mypes (790) mantuvo una continuidad limitada de dos años.

El problema de estudio que se busca resolver en la investigación se basa en que las Mypes exportadoras, son agentes que tienen efectos de arrastre sobre la actividad económica al utilizar mano de obra en forma intensiva (de manera general en el país). Además de constituirse en la fuerza o motor de la economía del país contribuyendo hasta con un 70% a la economía del país.

Las empresas de este tipo generalmente tienen problemas para poder colocarse y sostenerse en otros mercados (externos) y asimismo tampoco aprovechan los aspectos tributarios que el estado brinda a nivel de facilidades y beneficios tributarios y tampoco aprovechan los tratados internacionales que el Estado firma con otros países y por los cuales los aranceles son cero y se pueden abaratar costos, por ejemplo.

Otro de los problemas de estas Mypes es la adaptabilidad al cambio y que parte del hecho de que son empresas informales y familiares, es decir, que no invierten en infraestructura, en contratar personal especialista, en hacer cambios o adaptarse a los cambios que son necesarios para que una organización pueda adaptarse a las necesidades del mercado y a que también puedan adaptar su organización a la exigencia de mercados externos.

Todo ello puede contribuir a que las empresas se adapten a mercados externos y puedan tratar con empresas extranjeras.

Delimitación del problema

1. Delimitación espacial (geográfica)

La investigación se desarrollará a nivel de las mypes exportadoras de la Región Ica.

2. Delimitación temporal

La investigación comprendió los años 2016 y 2017.

3. Delimitación temática y unidad de análisis

Esta investigación tiene como tema de estudio identificar aquellos factores que pueden determinar la competitividad y sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

1.2.1 Problema principal

¿Cuáles son los factores que determinan la competitividad y contribuyen con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017?

1.2.2. Problemas específicos

1. ¿En qué forma el conocimiento y experiencia gerenciales mejoran la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017?

2. ¿En qué forma las condiciones financieras de mercado inciden en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017?
3. ¿Cómo las estrategias de mercadotecnia se relacionan con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017?
4. ¿De qué manera el conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar los factores que determinan la competitividad y contribuyen con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Determinar si el conocimiento y experiencia gerenciales mejoran la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
2. Establecer la forma cómo las condiciones financieras de mercado inciden en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

3. Determinar si las estrategias de mercadotecnia se relacionan con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
4. Establecer si el conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

1.4. Justificación

La presente investigación se llevó a cabo con la finalidad de conocer aquellos factores que pueden contribuir con mejorar la competitividad de las mypes, y específicamente de las mypes exportadoras de la Región de Ica. Estas empresas presentan problemas para la colocación de sus productos en el extranjero o en mercados de destino donde el Perú tiene convenios o tratados internacionales firmados principalmente pues se deben aprovechar las ventajas competitivas y la posición competitiva de nuestro país para poder posicionarse en mercados exigentes y a su vez lograr la continuidad y sostenibilidad de estas empresas exportadoras.

Este tema es poco desarrollado o poco analizado; más aún cuando en nuestro país existe mucho potencial, capacidades y habilidades de los propietarios de estas empresas o de sus administradores o los encargados del manejo de las mismas; que sumado a la calidad de

los productos y las materias primas que en nuestro país se producen, deberían de darse una posición competitiva estable y sostenida para nuestras empresas, pero esto no se logra y no se viene cumpliendo y se puede poner en riesgo a estas empresas y por ende a la economía nacional.

Asimismo, consideramos que con los resultados obtenidos es posible contribuir a consolidar a las mypes exportadoras de la Región Ica y con ello mejorar la economía de dicha región.

1.5 Alcances y limitaciones

Alcances

Esta investigación se desarrolló y aplicó al personal que labora en las Mypes exportadoras de la Región Ica: personal de planta, personal de oficina, contadores, administradores, gerentes, etc.

Limitaciones

Hubo limitaciones referidas a disponibilidad de información y a aplicación de instrumentos, pero fueron superadas satisfactoriamente por el tesista.

1.6. Definición de Variables

Variable Independiente

(X): Factores determinantes de la competitividad

Variable Dependiente

(Y): Sostenibilidad de las mypes exportadoras

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Teorías Generales relacionadas con el tema

De acuerdo con Mitroff (1987), hoy todos los negocios son globales y sólo las empresas que entienden claramente las nuevas reglas de negociación en una economía mundial que prosperarán, todas las demás no sobrevivir. Así, este capítulo pretende analizar los factores que posibilitan el crecimiento sostenido de las empresas, es decir, los factores que son determinantes para su competitividad. Cabe señalar que no se abordarán todos los factores de competitividad y se han efectuado una selección de algunos que se consideran particularmente relevantes en los mercados B2B.

Los factores de competitividad de una empresa adquieren especial relevancia en el contexto de la internacionalización. De acuerdo con Freire (1997), la internacionalización de una empresa resulta de la extensión de sus estrategias de productos-mercados a otros países, por lo que un proceso de internacionalización debe ser enmarcado teniendo en cuenta las competencias y ventajas competitivas desarrolladas por la empresa en su mercado interno o local.

Algunos factores de competitividad son: el producto, la marca y las alianzas estratégicas. A nivel del producto, se ha dado énfasis a la

personalización del producto ya los servicios asociados al producto, elementos considerados estratégicos en la gestión del producto. En lo que se refiere a la marca, se optó por su autonomización del producto, teniendo en cuenta que ésta no se agota en un solo producto, pudiendo identificar diversos productos. Por último, las alianzas estratégicas se abordan en la lógica de que la capacidad de una empresa de cooperar, en particular mediante el establecimiento de alianzas estratégicas, constituye un factor de competitividad.

2.2. Bases teóricas especializadas sobre el tema

2.2.1. Variable Independiente: Competitividad

El término competitividad ha sido diseccionado intensamente en la literatura académica desde que se convirtió en un foco del debate político a fines de la década de 1980 y principios de la década de 1990 (Porter 1992). Las diferentes opiniones sobre qué es la competitividad y qué valor tiene para la política que surgió en ese momento nunca se conciliaron realmente. Dada esta falta de consenso, nuestra investigación se centrará en revisar los principales puntos de vista opuestos sobre cómo se debe definir la competitividad. Pondrá estas definiciones en el contexto de cómo surgieron y qué sugieren para la política. Las definiciones de conceptos abstractos como la competitividad nunca son verdaderas o falsas. Como herramientas

conceptuales solo pueden evaluarse con respecto a su capacidad de arrojar luz sobre los problemas particulares que se les propone abordar. Esta visión, algo abstracta pero fundamental, a menudo se ha perdido en el debate sobre la competitividad como concepto. Como sugiere la siguiente discusión, muy a menudo el desacuerdo no se trata de la definición que se usa en sí misma, sino del tema a ser estudiado y las implicaciones de política que deben extraerse. (CENTRUM, 2011).

Definiciones de competitividad

La antigua diferenciación de la competitividad de Paul Krugman como concepto peligroso o trivial sigue siendo un buen punto de partida para organizar el debate (Krugman, 2010). Expone los dos puntos de vista principales que compiten sobre cómo definir la competitividad: Costos / capacidad de exportar versus productividad.

La vista de cuota de mercado / costo de la competitividad

La primera definición considera la competitividad como el nivel de costo unitario de la ubicación, lo que impulsa la capacidad de las empresas para competir con éxito en los mercados globales. Esta definición está motivada por una preocupación sobre el "equilibrio externo" de una ubicación, es decir, su capacidad de vender sus productos y servicios, defender la participación en el mercado internacional y, por lo tanto,

generar las entradas necesarias para pagar las importaciones. Las ubicaciones son, por lo tanto, "competitivas" si sus agregados macroeconómicos están en equilibrio. Está inspirado en el enfoque de las empresas en las ventas y la participación en el mercado, y observa un lugar desde una perspectiva similar. Desde una perspectiva macroeconómica, analiza la sostenibilidad del nivel actual de crecimiento. La perspectiva tomada se centra en el corto a mediano plazo: ¿cuán grande es la brecha entre la situación actual y los fundamentos subyacentes?

Esta definición es importante para las organizaciones que tienen el mandato de rastrear y gestionar los desequilibrios macroeconómicos. Se considera que los países que están perdiendo competitividad en el sentido de que aumentan los costos relativos de la mano de obra unitaria están en peligro de acumular desequilibrios macroeconómicos u otras cuentas corrientes. Que tales desequilibrios pueden volverse muy costosos para relajarse se ha vuelto dolorosamente claro en la reciente crisis.

La definición ha sido criticada en varias cuentas, muchas de las cuales están relacionadas con problemas al traducir un concepto creado inicialmente para comprender la rivalidad firme. A diferencia de las empresas, las ubicaciones no cierran. Siempre pueden ajustar sus precios (y niveles de prosperidad), mientras que las empresas pierden

su capacidad de movilizar factores de producción si sus ingresos disminuyen. Y a diferencia de las empresas, las ubicaciones se benefician en su prosperidad, otras ubicaciones se vuelven más prósperas; la visión de la competencia, en gran parte de suma cero, entre las empresas echa de menos aspectos importantes de la forma en que las ubicaciones se relacionan entre sí. Esta es una de las razones por las que Krugman (2010) considera la competitividad como un concepto potencialmente peligroso: puede utilizarse para motivar políticas que reducen los costos y, por lo tanto, aumentan las exportaciones, pero al hacerlo atrincheran la competencia de suma cero entre ubicaciones y reducen la prosperidad.

La visión de la competitividad basada en la productividad

La segunda definición considera la competitividad como el nivel de productividad de un lugar, impulsando el nivel de vida que los individuos en ese lugar pueden sostener (Porter, 1990; Porter, 2000; Delgado et al., 2013). Esta definición está motivada por la preocupación sobre la capacidad inherente de un lugar para crear valor en función de los factores de producción que tiene a su disposición. Está inspirado en la investigación sobre las diferencias entre países en materia de prosperidad y tasas de crecimiento a largo plazo (BID, 2010). Desde una perspectiva macroeconómica, analiza los factores que impulsan la tasa de crecimiento tendencial subyacente de una ubicación. La

perspectiva tomada se centra en el mediano a largo plazo: ¿cuán fuertes son los fundamentos subyacentes y cómo se pueden mejorar? Se supone que los salarios y los costos se revierten 'automáticamente' a sus niveles de equilibrio. Esta definición es importante para organizaciones como los consejos de competitividad que se suponen se centran en el crecimiento a largo plazo y las tasas de prosperidad. Los países que están perdiendo competitividad en el sentido de desaceleración de la dinámica de la productividad se ven expuestos a un desempeño de la prosperidad en deterioro. La literatura sobre los aumentos repentinos del crecimiento ha demostrado que el nivel de crecimiento sostenido de la productividad es lo que finalmente importa, no la estabilidad o variabilidad de las tasas de crecimiento en sí.

La definición no ha cumplido con muchas críticas fundamentales: la literatura es muy clara en cuanto a que la productividad es, en última instancia, el factor clave de las diferencias de prosperidad en todas las ubicaciones (Hall, 1999). También se asocia con un conjunto de políticas en áreas como actualización de habilidades; inversión en infraestructura, investigación e innovación, y acceso a financiamiento que no son muy controvertidos. El debate se centra más en qué políticas específicas se aplican mejor para respaldar el crecimiento de la productividad, y no si estas políticas son en general útiles o no. Sin embargo, el término competitividad es para muchos profesionales asociados con nociones de competencia y, por lo tanto, la rivalidad

entre ubicaciones. La acción política en materia de competitividad a menudo ha sido desencadenada por una preocupación sobre la competencia extranjera, no solo por una desaceleración del crecimiento de la productividad interna. Y las clasificaciones de competitividad que han surgido refuerzan claramente las preocupaciones sobre el rendimiento relativo más que absoluto. La globalización y la fragmentación geográfica de las cadenas de valor han hecho que este aspecto de la interacción económica entre ubicaciones sea más importante: más ubicaciones que nunca compiten ahora por actividades económicas y los factores de producción móviles que utilizan. Y la heterogeneidad entre el conjunto relevante de ubicaciones está aumentando, lo que podría aumentar el papel de las diferencias de costos.

¿Dónde nos deja esta discusión? Si se pretende que la competitividad sea un concepto significativo para describir y analizar las causas de los niveles de prosperidad, sugiere que el enfoque en la productividad debe ser primordial. La productividad es el motor clave de los niveles de prosperidad a largo plazo y, por lo tanto, es un objetivo apropiado y crítico para las políticas. Pero dado este enfoque en la productividad, es por dos razones importantes vigilar los niveles de costos como una condición necesaria importante:

- Primero, la relación entre productividad y costos es crítica para el atractivo relativo de una ubicación para las empresas. Esto es particularmente crucial para Irlanda dado su posicionamiento como una plataforma para las multinacionales. Si bien el atractivo para estas empresas es poco probable que sea un objetivo final apropiado para la política, es una condición necesaria para lograr un alto nivel de vida para la población irlandesa.
- En segundo lugar, la relación entre productividad y costos es un indicador importante del equilibrio macroeconómico. Los salarios que se establecen por encima de los niveles de productividad pueden provocar el desarrollo de desequilibrios macroeconómicos. Y la creciente demanda impulsada por las entradas de capital, el aumento del crédito o el aumento de la deuda pública puede hacer que los salarios superen los niveles sostenibles con la productividad. Si bien, una vez más, la sostenibilidad macroeconómica de una situación no es en sí misma suficiente para garantizar el elevado y creciente nivel de vida de la población irlandesa, su ausencia tiene un costo significativo.

Nuevos desarrollos en el debate académico de competitividad

El debate central sobre el término competitividad no ha cambiado mucho desde principios de la década de 1990; continúa siguiendo el

camino descrito anteriormente. Sin embargo, en dos dimensiones ha habido un movimiento que es importante seguir: primero, el concepto que inicialmente se aplicó solo a las economías nacionales se ha utilizado cada vez más también en otros niveles de la geografía, en particular las regiones subnacionales (Ketels, 2014). Y segundo, ha habido un creciente debate sobre si el PIB per cápita es una medida apropiada para capturar el nivel de vida de una localidad, el objetivo clave que sustenta la visión de competitividad basada en la productividad (Aiginger, 2015).

Competitividad en diferentes niveles de geografía

El enfoque inicial en la competitividad nacional tenía muchas buenas razones: las naciones suelen ser el nivel en el que las empresas tienden a ver los mercados integrados con un conjunto de condiciones estructurales; son el nivel geográfico en el cual se supone que los bienes, servicios, pero también los factores de producción se mueven libremente, y son el nivel de gobierno donde se concentra la mayor parte del poder legislativo y de gasto. Y para la visión de competitividad basada en los costos, las regiones subnacionales no son un problema: las diferencias de costos dentro de un país se están ajustando automáticamente en los procesos normales del mercado, y los desequilibrios macroeconómicos tampoco son una preocupación relevante.

Para la visión de la competitividad basada en la productividad, sin embargo, el enfoque en las condiciones nacionales por sí solo pronto resultó ser insuficiente. Las diferencias de prosperidad (y productividad) dentro de los países son grandes y en muchos casos crecientes (OCDE, 2012). Las empresas colocan sus actividades económicas en lugares específicos dentro de una economía nacional, y no son agnósticos acerca de a dónde van. Los factores que se ven para determinar los niveles de productividad claramente difieren entre ubicaciones dentro de los países. Muchas acciones políticas relevantes tienen un impacto geográficamente distinto en diferentes partes de una economía nacional. Y los gobiernos regionales han sido acusados en un grado creciente de políticas para mejorar el desarrollo económico regional y la competitividad.

A medida que el marco de competitividad se aplicó a las regiones subnacionales, desencadenó una cantidad similar de debate como lo había hecho antes a nivel de naciones (Zenka et al., 2012). Parte de este debate fue un simple reflejo del argumento costo vs. productividad que había ocurrido antes. Además, sin embargo, el debate se centró en cómo las regiones no eran simplemente versiones más pequeñas de las economías nacionales, sino estructuralmente diferentes. Como parte de las economías nacionales, están claramente más expuestas a la movilidad de los factores y específicamente de la mano de obra que

las economías nacionales. Y las economías regionales se caracterizan por un nivel de proximidad geográfica que hace que los vínculos locales y los desbordamientos, así como la dinámica de los clústers, provoquen una consideración mucho más central.

Nuevas medidas del nivel de vida

La visión de la competitividad basada en la productividad apunta a arrojar luz sobre los factores subyacentes del nivel de vida en un lugar determinado. Pero, ¿cómo se debe medir el "nivel de vida"? Resulta que esto es mucho más que una pregunta técnica; es un problema con un impacto significativo en las implicaciones de política del análisis.

El análisis tradicional ha utilizado alguna variación del PIB per cápita como la "variable dependiente" central para capturar el nivel de prosperidad y productividad que ha alcanzado un lugar. Los ajustes en el poder adquisitivo generalmente se hacen para tener una mejor idea de los bienes y servicios que un lugar puede pagar dados sus ingresos. En países como Irlanda, con un gran papel de empresas extranjeras, también puede tener sentido observar el PNB (es decir, la actividad económica de los nacionales) frente al PIB (es decir, las actividades económicas dentro del país) (FitzGerald, 2015). Pero más allá de estos ajustes ha habido

una discusión sobre cómo ajustar las medidas tradicionales del PIB (Stiglitz et al., 2009) para capturar mejor la calidad de vida. La desigualdad y más allá de las medidas del PIB han sido centrales en este debate.

La desigualdad, especialmente cuando está cambiando sistemáticamente a lo largo del tiempo, puede reducir el valor del PIB per cápita como una buena medida resumida de los ingresos y, en última instancia, del nivel de vida que puede disfrutar una gran parte de la sociedad. Las preocupaciones sobre la desigualdad han aumentado, al menos en parte, debido a la creciente participación del ingreso de capital en el ingreso total que varias economías han informado en el pasado reciente (Piketty, 2014). Además, el crecimiento de los salarios se ha concentrado desproporcionadamente en los asalariados con altos salarios.

Las medidas más allá del PIB apuntan a capturar factores no relacionados con el ingreso que influyen en el nivel de vida de una sociedad. Un buen ejemplo es el Índice de progreso social (Porter et al., 2015); hay una gama de otras clasificaciones de instituciones oficiales como la OCDE y otros grupos que tienen una ambición similar. Cubren temas como las condiciones ambientales, la presencia de derechos políticos básicos, la ausencia de discriminación y el acceso a bienes y servicios públicos básicos. El creciente interés en estos temas

podría deberse a las preocupaciones sobre una posible compensación entre el PIB per cápita y estas medidas: un mayor PIB per cápita podría obtenerse socavando estos aspectos no medidos que, sin embargo, podrían decirse que también son un componente importante del país estándar de vida. Además, los aspectos no relacionados con el PIB podrían verse como cada vez más importantes para el nivel de vida. Impulsado por estas discusiones, se han intentado medir los factores que podrían contribuir no solo al PIB per cápita sino a los resultados más amplios (Bilbao-Osorio B. et al., 2013; Balkyte y Tvaronaviciene, 2010).

¿Dónde nos deja esta discusión? La elección de si un análisis debe incluir estas nuevas dimensiones de competitividad es en parte política e impulsada por una visión sobre qué temas debe abordar un esfuerzo particular en materia de competitividad en relación con otras iniciativas e instituciones políticas. Pero también está impulsado por suposiciones sobre si las definiciones tradicionales de competitividad son un buen indicador de estos aspectos adicionales, y si el buen desempeño en ellas está impulsado por el mismo conjunto de políticas. La transparencia sobre las elecciones y suposiciones que sustentan el trabajo del NCC puede ayudar a asegurar un enfoque más productivo de la discusión política sobre los aspectos que el CNC está tratando de abordar.

Definiciones de competitividad en el trabajo relacionado con políticas

Las nociones competitivas de competitividad también han encontrado su reflejo en el trabajo aplicado sobre competitividad. Si bien tiende a haber un claro enfoque en uno u otro en el trabajo de instituciones específicas, la definición de competitividad aplicada a menudo tiende a combinar aspectos de ambas ideas conceptuales. El presidente del BCE, Mario Draghi, por ejemplo, definió una economía competitiva como aquella en la que "las condiciones institucionales y macroeconómicas permiten a las empresas productivas prosperar y, a su vez, el desarrollo de estas empresas respalda la expansión del empleo, la inversión y el comercio" (citado en Altomonte / Bekes, 2016). Esta perspectiva está abierta a consideraciones de costo / participación de mercado y orientadas a la productividad; es más explícito sobre los resultados macroeconómicos y las condiciones políticas específicas que sobre los mecanismos que los conectan. Un buen número de organizaciones se abstienen por completo de declarar explícitamente la definición de competitividad que aplican.

El trabajo aplicado se centró en la productividad

Buenos ejemplos de trabajo aplicado fuertemente enfocado en la productividad son los rankings anuales de países en el Informe Global

de Competitividad GCR (Foro Económico Mundial, 2015), las evaluaciones anuales realizadas por la OCDE como parte de su programa "Going for Growth" 1, el trabajo del Consejo Danés de Globalización (véase el apéndice) y varios informes nacionales de competitividad (por ejemplo, Cunska et al., 2013). El GCR, en particular, tiene como objetivo capturar los factores que impulsan la prosperidad y el crecimiento entre las naciones, centrándose en una amplia gama de factores que pueden influir en la productividad. Los niveles de costo no son parte del análisis; se supone que se mueven endógenamente de acuerdo con los fundamentos de competitividad que captura el GCR.

Tanto el GCR como el trabajo del Consejo Danés de Globalización enfocaron fuertemente la productividad en el contexto de la competencia global. Para el GCR, esto se refleja en el ranking de países que es una pieza central del Informe. Para el Consejo Danés de Globalización, una motivación clave fue comprender cómo la economía danesa tuvo que ajustarse a las cambiantes realidades de la competencia mundial para mantener el alto nivel de prosperidad de Dinamarca.

Los consejos de competitividad como el Consejo Danés de Globalización y los informes nacionales de competitividad, como el de Letonia mencionado anteriormente, centran su asesoramiento de

política casi exclusivamente en medidas para elevar la productividad. Esto parece, sin embargo, en gran medida no una cuestión de principios sino de prioridad percibida: en ambos casos el objetivo explícito era buscar formas de mejorar la productividad mientras que los costos no se percibían como un problema o se cubrían en una política diferente / contexto institucional.

Implicaciones

Existe poco desacuerdo sobre el hecho de que la competitividad es una cuestión de política crítica, pero sorprende la heterogeneidad en la definición de la competitividad en la investigación académica y su aplicación en análisis orientados a las políticas. La revisión de la literatura sugiere que el debate sobre la definición "correcta" de competitividad sigue sin resolverse, porque el término se aplica para abordar dos cuestiones relacionadas pero diferentes: la visión de costo / mercado impulsada por las acciones para rastrear la sostenibilidad macroeconómica y la productividad. visión impulsada para seguir el nivel de vida. Cada una de las definiciones tiene validez con respecto al problema para el que se ha creado, y falla de manera importante si se aplica a la otra.

Si bien las dos perspectivas sobre la competitividad son válidas, es importante reconocer sus diferentes roles relativos en la jerarquía

general de los objetivos de la política económica. Aumentar el nivel de vida de una comunidad es sin duda el objetivo principal de la política económica; esto le da a la definición de competitividad como productividad un papel crítico. Evitar los desequilibrios macroeconómicos también es importante y puede tener implicaciones significativas a corto y mediano plazo para la prosperidad de un lugar. Pero sigue siendo "solo" un objetivo secundario en el espíritu de una "condición necesaria" en lugar de un objetivo final. Lo mismo es cierto para los niveles de costo que erosionan el atractivo de una ubicación para las empresas y socavan su posición en los mercados de exportación. El atractivo global es una condición necesaria para poder alcanzar una prosperidad elevada y creciente, pero en sí misma insuficiente para alcanzar este objetivo. Definir la competitividad como la ausencia de desequilibrios macroeconómicos, la estabilidad de los costos laborales unitarios o la creciente participación de mercado en las exportaciones es apropiado para las agencias gubernamentales con un mandato específico para monitorear la sostenibilidad macroeconómica y el atractivo global, pero un enfoque engañoso para guiar los esfuerzos más amplios del gobierno para aumentar la prosperidad

La experiencia práctica sugiere que varios factores son importantes para elegir una definición de competitividad que sea útil para una organización: Primero, debe haber claridad sobre el mandato y el

objetivo de la organización. En segundo lugar, el marco de competitividad aplicado debe ser impulsado por este mandato y hacerse transparente. En tercer lugar, este marco debe aplicarse con flexibilidad, sin predeterminedar los resultados de un análisis al reducir el alcance de las cuestiones a considerar desde el principio. Los ejemplos perfilados en los estudios de casos generalmente fueron bien en los primeros dos aspectos. El marco específico a menudo no se hizo explícito; la claridad sobre la dirección general parecía ser suficiente. En el tercer aspecto, sin embargo, especialmente los consejos de productividad mostraron cierta tendencia a volverse relativamente estrechos en su alcance, mirando más a las ineficiencias en los mercados que a una gama más amplia de factores de competitividad.

El marco de competitividad aplicado por el NCC irlandés representa en muchos sentidos la respuesta pragmática que las buenas prácticas han encontrado al desafío de las dos definiciones rivales de competitividad: es a través de su enfoque en el crecimiento sostenible y su referencia al nivel de vida claramente anclado en la definición de competitividad basada en la productividad. Pero también se centra en los costos y especialmente en el atractivo de los costos de Irlanda como un lugar para que las empresas hagan negocios (Porter et al., 2013). Esto parece razonable, no menos importante, debido al enfoque estratégico de Irlanda sobre las empresas multinacionales como motores de su desarrollo económico.

La pregunta que debe hacer el NCC irlandés es si sería útil aclarar más la relación entre estos dos aspectos importantes de la competitividad. La formulación actual se puede utilizar para motivar un fuerte enfoque en la productividad o en los costos, dando poca orientación sobre la naturaleza de su relación entre sí. Además, un enfoque estrecho en los costos como un indicador de equilibrio macroeconómico sería demasiado estrecho. Si y cómo deben cubrirse estos desequilibrios es una cuestión importante no solo para orientar internamente al trabajo de los CNC, sino también para otorgarle el mandato de participar en este debate en el sistema de política económica irlandés más amplio.

¿Cómo medir la competitividad?

De lo anterior se han identificado una cantidad de dimensiones que una medida de competitividad debería cubrir potencialmente:

- Indicadores de resultados que capturan los objetivos finales de la política.
- Indicadores intermedios que proporcionan información sobre la competitividad y rastrean cómo la competitividad subyacente impulsa los resultados.
- Factores fundamentales de la competitividad que estructuralmente impulsan los resultados y son palancas

fundamentales para las intervenciones de políticas que pueden tener un impacto sostenible.

- Controlar los indicadores que capturan desequilibrios potenciales que tienen el potencial de crear altos costos a corto plazo, incluso si no conducen los resultados a largo plazo.

Para cada una de estas categorías, un marco de medición práctico tiene que identificar indicadores que estén disponibles en calidad y tiempo aceptables, y que capten el problema subyacente que es conceptualmente de interés de una manera satisfactoria. Ambas cualidades son, en la práctica, un desafío: los datos disponibles de las estadísticas públicas captan solo un subconjunto de los temas que son conceptualmente de interés, y a menudo vienen con un retraso de tiempo significativo. Las fuentes alternativas de datos, como las encuestas, son costosas y con Cant. hay dudas sobre su confiabilidad.

Los desafíos prácticos están relacionados con la forma en que se deben interpretar los datos específicos: las mediciones del desempeño económico, especialmente en los indicadores intermedios, pero también en la prosperidad y la productividad, están sujetas tanto a la competitividad a largo plazo como a las fuerzas cíclicas a corto plazo. Un análisis robusto de competitividad debe centrarse en lo anterior, pero separarlos empíricamente está ligado a las dificultades. Además,

para muchos indicadores de competitividad fundamental, la interpretación de los valores absolutos es difícil. Requiere un punto de referencia en términos de cambios a lo largo del tiempo y, lo que es más importante, ubicaciones de iguales o rivales.

La investigación sobre la competitividad también revela una serie de desafíos adicionales que están relacionados con la naturaleza de cómo los diferentes factores influyen en la productividad potencial de una economía. Tres cuestiones en particular dificultan una evaluación global de la competitividad general:

En primer lugar, existe una visión clara en la literatura de que el valor de las cualidades individuales en términos de competitividad subyacente depende del contexto específico de una ubicación, en particular del rendimiento que la ubicación alcanza en otros factores de competitividad. Los impulsores de la competitividad interactúan sistémicamente; el valor de tener una mano de obra calificada, por ejemplo, depende de factores como la disponibilidad de la tecnología, pero también la apertura de los mercados donde los productos que producen estos empleados se pueden vender de forma rentable. Las mejoras en la competitividad podrían depender de si alivian un "cuello de botella" en un contexto específico (Hausmann et al., 2005).

En segundo lugar, una visión relacionada es que el valor de los impulsores específicos de competitividad depende de la etapa general de desarrollo económico de una ubicación y, en un nivel más estrecho, del posicionamiento estratégico de la ubicación en los mercados de la economía global. La idea de que los países requieren diferentes cualidades a medida que alcanzan niveles más altos de desarrollo económico no es nueva; también se discute en Porter's Competitiveness Advantage of Nations (Porter's Competitiveness Advantage of Nations) (Porter, 1990). La opinión de que no solo existen estos patrones genéricos sino también que las ubicaciones pueden elegir posiciones estratégicas más específicas dentro de estas categorías generales es más reciente (Valdaliso / Wilson, 2015). Ha ganado fuerza en Europa, ya que a las regiones subnacionales se les ha pedido que desarrollen 'estrategias'.

En tercer lugar, la discusión de los factores individuales que determinan la competitividad fundamental ya ha indicado que su rol en los resultados de competitividad, pero también el proceso para cambiarlos a través de la acción política, difiere significativamente:

- Las políticas macroeconómicas tienen un alto impacto a corto plazo en el resultado económico, pero el impacto a largo plazo en los niveles de prosperidad es limitado. El gobierno tiene herramientas poderosas para establecer estas políticas

- La infraestructura social y las instituciones políticas generalmente cambian lentamente con el tiempo, pero luego tienen un impacto importante en los niveles de prosperidad a largo plazo. El gobierno tiene influencia sobre estos factores, pero el proceso es complejo, involucra a otros y generalmente no se entiende bien.
- La competitividad microeconómica incluye una gama de factores con diferentes propiedades: algunos son controlados por el gobierno y pueden cambiarse rápidamente, mientras que otros son el resultado de un proceso a más largo plazo que involucra a muchos actores y tomadores de decisiones. Los cambios de políticas individuales en un campo restringido tienden a tener un impacto limitado, pero se vuelven críticos como parte de paquetes de reformas más amplios.

En general, estas observaciones implican que una medida de competitividad basada en una simple agregación de cualidades individuales puede ser altamente engañosa. Aun así, las interacciones detalladas entre los factores de competitividad son demasiado complejas y no siempre se comprenden lo suficiente como para capturarlas en un modelo que represente la dinámica subyacente del sistema. El resto de esta sección analiza cómo se han abordado estos desafíos en aplicaciones prácticas, diferenciando entre clasificaciones entre países y análisis específicos de cada país.

2.2.2. Habilidades gerenciales

Se supone que un administrador es aquél que: (a) dirige las actividades de otras personas; y (b) toma la responsabilidad para lograr ciertos objetivos mediante estos esfuerzos. Dentro de esta definición, la buena administración parece descansar en tres habilidades básicas, que llamaremos técnica, humanística (sensibilidad) y conceptual. Sería poco realista aseverar que estas habilidades no están entrelazadas, sin embargo, tiene su mérito el examinar cada una de ellas por separado y desarrollarlas de manera independiente (Robbins y Coulter, 2012, p. 83).

Si bien los gerentes requieren de diversas habilidades individuales, según Katz citado por Robbins y Coulter (2012):

“deben contar con tres (3) habilidades o capacidades esenciales: técnicas, humanas y conceptuales; las cuales varían según el área que ocupe en la organización; las mismas se describen a continuación:

Habilidades técnicas: Comprenden conocimientos, destrezas, así como la experiencia en ciertos campos especializados como, por ejemplo: la ingeniería, la computación, las finanzas o la manufactura. Aun cuando este tipo de habilidades se vuelven menos importantes conforme el gerente asciende en la jerarquía organizacional, hasta la gerencia general debe contar con los antecedentes necesarios para sus nuevas responsabilidades y la capacidad de apreciación de las actividades desempeñadas por el personal que conforma la empresa.

Habilidades humanas: Es la capacidad de trabajar bien con otras personas, tanto en lo individual, como en grupo. Son esenciales en todas

las áreas de la jerarquía organizacional; además, los gerentes que la desarrollan pueden obtener más de su gente, por cuanto saben cómo deben tratarlos, liderarlos, motivarlos y comunicarse con eficacia. La capacidad de interactuar con muchos tipos distintos de personas, así como de intercambiar información con ellas es vital para una carrera gerencial exitosa.

Habilidades conceptuales: Comprenden la capacidad del gerente para ver la organización como un todo, las relaciones entre sus diversas subunidades, visualizar cómo se ajusta en su entorno, reconocer asuntos complejos, así como dinámicos, examinar los numerosos factores influyentes en estos asuntos, y para resolver los problemas en beneficio de todos los involucrados. En la medida que adquiera mayores responsabilidades, el gerente debe ejercer este tipo de habilidades con mayor Cant. (pp. 215-216).

Habilidades conceptuales

Para Kotler (2010) “la habilidad conceptual implica la capacidad de ver a la empresa como un todo, comprende el reconocimiento de cómo las diferentes funciones de la organización dependen unas de las otras. y cómo los cambios en alguna parte afectan a las demás y se extiende a la visualización de la relación entre el negocio individual y la industria, la comunidad y las fuerzas políticas, sociales y económicas del país en general” (p. 158).

El reconocimiento de estas relaciones y la percepción de los elementos significativos de cualquier situación deben llevar al administrador a actuar de

manera en que se adelante al bienestar global de toda la organización. De ahí que el éxito de cualquier decisión depende de la habilidad conceptual de las personas que toman la decisión y aquéllas que la ponen en práctica.

Cuando, por ejemplo, se efectúa un cambio importante en la política de mercadeo, resulta crítico que se consideren los efectos que tendrá en la producción, el control, las finanzas, la investigación y las personas involucradas. Y, sigue siendo crítico hasta el último ejecutivo que deba implementar la nueva política. Si cada ejecutivo reconoce las relaciones globales y la importancia del cambio, es casi seguro que resultará más efectivo en su administración. Consecuentemente, las posibilidades de éxito se aumentan considerablemente.

Habilidades técnicas

La habilidad técnica implica el entendimiento, y aprovechamiento, de un tipo específico de actividad, particularmente aquella que se refiera a métodos, procesos, procedimientos o técnicas. Nos es relativamente fácil visualizar la habilidad técnica del cirujano, el músico, el contador o el ingeniero cuando cada uno de ellos está desarrollando su propia función específica (Kotler, 2010, p. 164).

La habilidad técnica comprende conocimientos especializados, capacidad analítica dentro de esa especialidad y facilidad para el uso de herramientas y técnicas de esa disciplina específica.

De las tres habilidades descritas en este artículo, la habilidad técnica quizás resulte la más conocida porque es la más concreta y porque, en nuestra era de especialización, es la habilidad que se requiere del mayor número de personas.



Según Chiavenato (2011): “Las habilidades técnicas constituyen la capacidad de aplicar el conocimiento especializado o experiencia. Cuando se piensa en las habilidades de profesionales como los ingenieros civiles, contadores fiscales, cirujanos dentistas, uno se enfoca generalmente en sus habilidades técnicas. Por medio de una extensa educación formal, estos especialistas han adquirido los conocimientos y la práctica especiales de su campo profesional. Desde luego, los profesionales no tienen un monopolio sobre las habilidades técnicas, y éstas no tienen que aprenderse en escuelas o por medio de programas formales de capacitación. Todos los trabajos requieren de alguna experiencia especializada, y muchas personas desarrollan estas habilidades técnicas en el trabajo” (p. 149).

Habilidades humanas

La habilidad humanística, ha sido entendida en grado mucho menor, y no ha sido sino hasta recientemente que se ha logrado un progreso sistemático en su desarrollo. Muchos diferentes enfoques para el desarrollo de la habilidad

humanística están aplicándose en diferentes universidades y también están haciéndolo profesionales, hoy día (Kotler, 2010, p. 166).

La sensibilidad es la capacidad del ejecutivo para funcionar de manera efectiva como miembro de un grupo y de lograr la cooperación dentro del equipo que dirige. Así como la habilidad técnica se relaciona fundamentalmente con el funcionamiento de las “cosas” (procesos u objetos físicos), así la habilidad humanística se relaciona fundamentalmente con el funcionamiento con la gente.

Esta habilidad se demuestra en la manera en que el individuo percibe y reconoce las percepciones de sus superiores, colegas y subordinados y en la manera en que se comporta consiguientemente. La persona que tiene una sensibilidad sumamente desarrollada está consciente de sus propias actitudes, suposiciones y conceptos acerca de otros individuos y grupos; puede ver la utilidad y las limitaciones de estos sentimientos. Con la aceptación de la existencia de puntos de vista, percepciones y creencias diferentes de los propios, tiene habilidad para entender lo que otros realmente quieren decir con sus palabras y conducta. Es igualmente hábil para comunicar a otros, dentro de sus propios contextos, lo que él quiere decir con su conducta.

Tal persona lucha por crear un ambiente de aprobación y seguridad en el que los subordinados se sienten en libertad para expresarse sin temor a la censura o al ridículo, alentándolos a participar en la planificación y ejecución de aquellos asuntos que los afecten directamente. Es lo suficientemente sensible a las necesidades y motivaciones de otros dentro de su organización para

juzgar las posibles reacciones a, y resultados de, diferentes cursos de acontecimientos que pueda emprender. Con tal sensibilidad puede, y está dispuesto a comportarse de manera en que toma en cuenta estas percepciones de otros.

Para Koontz y Wehrich (2009) “la verdadera habilidad para trabajar con otros debe convertirse en una actividad natural y continua ya que implica la sensibilidad, no sólo en los momentos en que se toman decisiones, sino también en la conducta diaria del individuo” (p. 79). La habilidad humana no puede ser un “asunto ocasional”. Las técnicas no pueden aplicarse al azar, tampoco pueden ponerse o quitarse los rasgos de la personalidad como si fueran un abrigo. Debido a que todo lo que dice o hace un ejecutivo tiene un efecto en sus asociados, su verdadero yo, con el tiempo, se mostrará. Por tanto, para que sea efectiva, esta habilidad debe desarrollarse de manera natural e inconsciente, al igual que consistentemente demostrarse en cada acción del individuo debe convertirse en parte integral de todo su ser.

Debido a que la habilidad humana es parte tan vital de todo lo que hace el administrador, los ejemplos de la habilidad humana inadecuada son más fáciles de describir de lo que son los ejemplos sumamente destacados.

La gestión empresarial es más que simplemente decirles a los empleados qué hacer. Los gerentes deben entender la organización empresarial, las finanzas y la comunicación, así como tener un conocimiento profundo de su mercado particular y las tecnologías y políticas relevantes. Si bien los gerentes no son necesariamente las personas más importantes de la organización, su trabajo es fundamental para ayudar a todos los demás a trabajar juntos sin problemas.

Las habilidades de gestión se superponen con las habilidades de liderazgo, ya que ambas implican la resolución de problemas, la toma de decisiones, la planificación, la delegación, la comunicación y la gestión del tiempo. Los buenos gerentes son a menudo buenos líderes. Sin embargo, los dos roles son distintos.

En general, la gestión se trata de organización. Puede haber algo mecánico al respecto, no en el sentido negativo de un "rendimiento mecánico", sino más bien en su enfoque en el "cómo" técnico de realizar tareas. Los líderes, en contraste, se enfocan en el "por qué", motivando e inspirando a sus subordinados. El liderazgo es sobre las personas. No todos los líderes tienen la habilidad para ser gerentes, y no todos los gerentes tienen las habilidades para ser líderes.

2.2.3. Condiciones financieras de mercado

Tasa de interés

La tasa de interés, es el costo del dinero que cobra el inversionista por el dinero prestado al usuario, en general por un lapso de tiempo determinado previamente, por lo tanto es el interés que se cobra por el tiempo transcurrido, es decir es el interés al tiempo; el interés cobrado se asume que debería ser digno, justo y equitativo que le permita a ambas partes obtener beneficios razonables, sin embargo, el diferencial entre la tasa activa y la pasiva muchas veces cuadruplica o quintuplica el verdadero costo del dinero, como en el caso de los depósitos en ahorro o los depósitos a plazo, lo cual deviene en una actividad usurera por otorgar por encima de lo justo y razonable.

La tasa de interés puede ser visto tanto del lado interno como del lado externo,

en el lado externo podemos ver los más polémicos y complejos problemas del orden económico internacional, como es el caso de la deuda externa de los países subdesarrollados. Aunque también la deuda externa afecta a los países ricos, incluyendo a los Estados Unidos, que actualmente es el país más deudor del mundo, precisamente en los países pobres, donde la deuda externa manifiesta sus garras devoradoras, especialmente entre la población pobre y desposeída. Ello, por cuanto los gobiernos se encuentran comprometidos en pagar los altos intereses de la deuda externa, intereses sobre intereses, por el financiamiento obtenido en su momento por los gobernantes de turno.

Existen muchas teorías, así como definiciones sobre la tasa de interés, “Una tasa de interés es el precio pagado por un “prestatario” (o deudor) a un “prestamista” (o acreedor) por el uso de recursos durante algún tiempo”; al respecto las dos teorías más influyentes en la determinación de la tasa de interés son: **la teoría de Fisher** que sustenta la teoría de fondos prestables, y **la teoría de preferencia de liquidez** de Keynes” (Fabiozzi, 2001, p. 238) esa tasa de interés cobrada finalmente queda plasmada en dinero, y el dinero es un apetito encantador para toda persona sin excepción,

Tipo de cambio

El mercado cambiario implica el sistema de cambio el cual está influenciado por la oferta y la demanda de divisas; en la presente investigación se definirá tipo de cambio, los factores que intervienen en la oferta y la demanda de

divisas, el mercado cambiario, las modalidades o tipos de cambio, las modificaciones de la paridad y el control de cambio.

Sistema de tipo de cambio

La cotización de una moneda en términos de otra moneda es el **tipo de cambio**, el cual expresa el número de unidades de una moneda que hay que dar para obtener una unidad de otra moneda.

Factores que intervienen en la oferta y la demanda

La cotización o tipo de cambio se determina por la relación entre la **oferta y la demanda de divisas** ; alternativamente, puede decirse que el tipo de cambio se determina por la relación entre oferta y demanda de moneda nacional para transacciones internacionales del país: efectivamente, la oferta de divisas tiene como contrapartida la demanda de moneda nacional y la demanda de divisas tiene como contrapartida la oferta de moneda nacional.

Las **variaciones de la relación oferta/demanda de divisas** determinan las fluctuaciones del tipo de cambio; sin embargo, hay un tipo de cambio normal o de equilibrio en torno al cual se efectúan las variaciones y que debe corresponder al equilibrio de los pagos internacionales.

En **régimen de patrón oro** el tipo normal o de equilibrio se identifica con la paridad oro, o sea, la relación entre los contenidos de oro de las monedas. En **régimen de patrón de cambio** dicho tipo se determina por la tendencia de las cotizaciones. En **régimen de papel moneda inconvertible** ese tipo se determina por la relación entre los poderes adquisitivos de las monedas supuestas una estabilidad comparativa de los niveles de precios. En **régimen**

de Fondo Monetario Internacional el tipo de cambio normal debe ser declarado a la Institución, en base del contenido de oro de la moneda o, alternativamente, de la relación con el dólar de Estados Unidos.

Modalidades de Tipos de Cambio

Entre las modalidades de tipo de cambio se encuentran:

- **Cambio rígido**

El tipo de **cambio rígido** es aquel cuyas fluctuaciones están contenidas dentro de un margen determinado. Este es el caso de patrón oro, en que los tipos de cambio pueden oscilar entre los llamados puntos o límites de exportación e importación de oro, por arriba o por debajo de la paridad.

Cambio flexible

El tipo de cambio flexible es aquel cuyas fluctuaciones no tienen límites precisamente determinados, lo que no significa que tales fluctuaciones sean ilimitadas o infinitas. Este es el caso del patrón de cambio puro y del papel moneda inconvertible. Son los propios mecanismos del mercado cambiario y, en general, la dinámica de las transacciones internacionales del país, los que, bajo la condición esencial de la flexibilidad, permiten una relativa estabilidad de los cambios, dadas las elasticidades de oferta y demanda de los diversos componentes de la balanza de pagos.

- **Cambio fijo**

Es aquel determinado administrativamente por la autoridad monetaria como el Banco Central o el Ministerio de Economía y Finanzas puede combinarse tanto con demanda libre y oferta parcialmente libre, como con restricciones cambiarias y control de cambios.

- **Cambio único**

El tipo de cambio único, como su nombre lo indica, es aquel que rige para todas las operaciones cambiarias, cualquiera que sea su naturaleza o magnitud. Se tolera cierta diferencia entre los tipos de compra y de venta de la divisa como margen operativo para los cambistas en cuanto a sus gastos de administración y operación y beneficio normal. El ideal del FMI es el sistema de cambios únicos, que no admite discriminación en cuanto a las fuentes de origen de las divisas ni en cuanto a las aplicaciones de las mismas en los pagos internacionales. De modo distinto, los tipos de cambio múltiples o diferenciales permiten la discriminación entre vendedores y entre compradores de divisas, de acuerdo con los objetivos de la política monetaria, fiscal o económica en general. Mediante este sistema puede favorecerse determinadas exportaciones (con tipos de cambio de preferencia que proporcionen más moneda nacional por unidad de moneda extranjera a los respectivos exportadores), determinadas entradas de capital, o restringirse determinadas importaciones o salidas de capital y otras transacciones internacionales. Es un sistema frecuentemente utilizado por los países no desarrollados como un instrumento auxiliar de la política de crecimiento económico (Tong, 2006, pp. 108-113).

2.2.4. Estrategias de mercadotecnia

Para muchos autores, la estrategia competitiva consiste en lo que está haciendo una compañía para tratar de desarmar las compañías rivales y obtener una ventaja competitiva. La estrategia de una compañía puede ser

básicamente ofensiva o defensiva, cambiando de una posición a otra según las condiciones del mercado.

“Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva propuestos por Michael Porter” (1996) son:

- Luchar por ser el productor líder en costos en la industria (El esfuerzo por ser productor de bajo costo)
- Buscar la diferenciación del producto que se ofrece respecto al de los rivales (Estrategia de diferenciación)
- Centrarse en una porción más limitada del mercado en lugar de un mercado completo (Estrategias de enfoques y especialización).

Por muchos años los militares utilizaron la estrategia con la significación de un gran plan hecho a la luz de lo que se creía que un adversario haría o dejaría de hacer. El propósito de las estrategias es determinar y comunicar, a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción de lo que se desea que sea la empresa. Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos.

“Una buena estrategia debe”:

- Ser capaz de alcanzar el objetivo deseado.
- Realizar una buena conexión entre el entorno y los recursos de una organización y competencia; debe ser factible y apropiada.
- Ser capaz de proporcionar a la organización una ventaja competitiva; debería ser única y que pueda mantenerse en el tiempo.
- Dinámica, flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.
- Suficiente por sí misma

Estrategia de Mercadotecnia

“Una buena estrategia de marketing integraría los objetivos de marketing de una organización, las políticas, las secuencias de acción (tácticas) dentro de un todo coherente. El objetivo de una estrategia de marketing es poner la organización en posición de llevar a cabo su misión de forma efectiva y eficiente” (2013).

“Las estrategias de marketing se derivan parcialmente de las estrategias, las misiones y los objetivos globales corporativos. También están influenciadas por una gran variedad de factores micro ambientales” (Kotler, 2010, p. 78).

2.2.5. Conocimiento de dinámica del comercio exterior

Las aduanas, de acuerdo a Rivas (2009), pueden definirse como “oficinas públicas encargadas de determinar y aplicar el régimen jurídico al tráfico de mercancías. Son parte integrante de todo el conjunto denominado Administración Aduanera” (p. 15). Según este mismo autor, su antigüedad y extendida existencia en todos los pueblos organizados hace impreciso el conocimiento de su verdadero origen. Las aduanas ejercen funciones de control básicamente operativas, en la jurisdicción que les corresponda. De acuerdo a Rivas (ob.cit.), internacionalmente se les ha atribuido como funciones principales las siguientes:

- a) Control del comercio exterior: introducción, paso y extracción de todo género de mercancías, de acuerdo al régimen jurídico al que estén sometidas dichas mercancías.

- b) Recaudación tributaria: derivada de las obligaciones tributarias a que esté sometido el tráfico de mercancías.
- c) Control sanitario: de las condiciones y estado físico de las mercancías, para evitar el ingreso de plagas, enfermedades u otros males que afecten la salud de las personas, la fauna o la flora.
- d) Control del fraude aduanero: adoptar medidas que garanticen la prevención y represión de ilícitos aduaneros.
- e) Control del fraude comercial: reprimir delitos asociados al fraude de mercancías no originales, violatorias de los derechos de propiedad intelectual.
- f) Gestión de estadísticas: proveer información relativa al movimiento del comercio exterior, a los fines de conocer la balanza de pagos y otros datos que sean necesarios para la toma de decisiones relacionadas con la política económica.

Procedimientos Aduaneros

Como los procedimientos aduaneros forman parte de la DFI y es de suma importancia dentro de la cadena, ya que sin una buena gestión del proceso es posible que nuestra carga no ingrese al mercado de destino o tenga varios días de sobre-estadía en puerto o en algún almacén extra portuario, lo que se traduce en sobre costos. Ante esto los exportadores o importadores deben de tener bien claro el procedimiento, y las distintas normas que las rigen.

En nuestro país actualmente el decreto legislativo 1053 “Ley general de aduanas” es la norma general de todos los procedimientos aduaneros. Esta ley es la matriz de los distintos procedimientos generales y procedimientos

específicos que rigen los distintos despachos aduaneros para ingreso y salida de mercancías del territorio nacional.

Existen dentro de la DFI un procedimiento de despacho en origen y otro en destino, para enfocarnos un poco más en el tema y que es en si el material de estudio de la presente tesis, nos enfocaremos en los procedimientos en destino o de importación a nuestro país.

La ley general de aduanas define al proceso de importación como el ingreso de mercancía al territorio nacional para su consumo final, pagando los distintos gravámenes para poder obtener la libre disposición de los mismos.

(El peruano, 2008) Fuente: Ley General de Aduanas.

2.2.6. Variable Dependiente: Sostenibilidad de las mypes exportadoras

La realidad que las Mypes soportan en su funcionamiento cotidiano, se centra en las incertidumbres tan básicas como las exigencias legales a las que se ven sometidas o las buenas prácticas para la optimización de los recursos, aspectos del sistema de funcionamiento interno que repercuten directamente en la sostenibilidad económica, y que ponen de manifiesto la aplicabilidad de la frase “La Sostenibilidad es Rentable”.

De acuerdo a la Real Academia Española, sostenible significa que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace; mantener significa conservar algo en su ser, darle vigor y permanencia. Por lo que sostenibilidad se podría interpretar como la cualidad de conservar o mantener algo por sí mismo.

Colom (1998) nos dice que el desarrollo se refiere a las necesidades socio personales de una comunidad, un concepto cualitativo tanto en las

dimensiones económicas, como en las ambientales y socioculturales. Consideramos que el desarrollo sostenible es el equilibrio entre los recursos económicos, sociales y ecológicos, sin perjudicar a ninguno por beneficiar a otro, es decir no agotar los recursos ecológicos para tener mayor nivel monetario. Progresar por medio de la conservación de todos los recursos.

De acuerdo a la página pymempresario.com en su publicación “Desarrollo sostenible en México es prioridad según empresarios” según la segunda Encuesta de Desarrollo Sostenible en México 2013, de la cual destaca que al menos el 95% de la Alta Dirección del país considera cada vez mayor el creciente valor que tiene el Desarrollo Sostenible o Sustentable en la estrategia de las empresas (...) A pesar de ser considerado crítico, existe una brecha relevante entre lo importante y lo urgente, ya que únicamente 20% de los encuestados incluye al concepto de sostenibilidad en la planeación estratégica y en los indicadores de desempeño en su empresa. También es relevante notar que de aquellas empresas que lo hacen, 65% lo realiza de manera parcial considerando un solo aspecto, ya sea el económico, ambiental o social, pero no de manera integral.

Esto es un claro reflejo de que muy pocas empresas se deciden por incluir la sostenibilidad y lo que es peor aquellas que la incluyen no la están aplicando correctamente, debido a estas experiencias incompletas y equilibrios precarios muchas empresas se van a la quiebra, provocando que las restantes duden al decidirse por la sostenibilidad.

Es crucial que las empresas de todos los tamaños comprendan la necesidad de extender la visión de negocio al mediano y largo plazo, incorporando el

concepto de sostenibilidad en la estrategia del negocio. (...) Es importante destacar que el Desarrollo Sostenible no sólo se trata de filantropía, sino del análisis integral del desempeño de la organización bajo tres pilares: el económico, relativo a la necesidad de que la empresa sea rentable para perdurar en el tiempo; el social, que atiende los impactos tanto externos como internos de esta índole que pudieran tener las operaciones de la empresa; y el ambiental, que cuida el impacto que pudiera ejercer la operación de la empresa sobre el medio ambiente y los recursos naturales. (...) Se puede ver que grandes organizaciones en México han iniciado esfuerzos en el tema, sin embargo, el mayor porcentaje de organizaciones, colaboradores e incluso ciudadanos, no cuentan con la cultura suficiente en dicho concepto.

Para incluir el desarrollo sostenible en las pequeñas y medianas empresas, pienso que es importante que las altas direcciones (dueños, gerentes, encargados) conozcan las oportunidades que tiene una organización al enfocarse al desarrollo sostenible:

- Ahorro de recursos energéticos
- Aumento en la reputación de la empresa
- Mayor número de clientes al mejorar la reputación
- Incremento de la eficiencia
- Equilibrio del capital humano, físico y ecológico
- Mortandad corporativa alta, es decir la durabilidad de la empresa es mayor (pymempresario.com, 2014).

2.2.7. Informalidad

Se denomina así a la extendida relación económica donde se enfatiza la evasión de impuestos y otras regulaciones gubernamentales (De Soto, 1997), así como la presencia de una constante flexibilidad de la relación laboral. Un contrato laboral es informal cuando el empleador puede aumentar o reducir el salario del empleado en cualquier momento, y cualquiera de las dos puede terminar el contrato en cualquier momento.

Para efectos prácticos, todo el autoempleo, en países en desarrollo, pertenece al sector informal. El centro de estudios para el desarrollo y participación (CEDEP), también interpreta el origen del sector informal en la existencia de distorsiones en el sector formal moderno de la economía. La importación de tecnología intensiva en capital genera poco empleo en el sector moderno de la economía. Dicho empleo se caracteriza por una alta productividad del trabajo y consecuentemente por altos salarios. Para aquellos inmigrantes de áreas rurales a las zonas urbanas éstos con bajos niveles educativos no tendrían ninguna probabilidad de obtener empleo en el sector de la subsistencia urbana (otro sinónimo utilizado para denotar al sector informal).

La definición de informalidad es un concepto muy ambiguo, que en la actualidad aún no tiene una definición determinativa. Sin embargo, se sabe que la informalidad se genera debido a que los empresarios usan otras formas “estratégicas” en donde eluden la ley, permitiéndoles mejorar su competitividad, ya sea disminuyendo costos o aumentando su rendimiento y

al no existir una regulación estricta conforme al tema, este fenómeno se sigue dando.

La informalidad nació como un concepto económico, señalando que este sector era una economía marginal en donde eran los pobres los que hacían que esta existiera, pero con el pasar el tiempo se evidenció, que este sector en realidad forma parte importante del desarrollo económico de muchos países, especialmente de los que se encuentran en vías de desarrollo. Hoy en día, se distingue a la informalidad desde dos perspectivas, la legal (donde ingresa lo tributario) y la económica. Desde la visión legal, se denomina a la informalidad como una actividad marginal e ilegal; es decir, que incumple las disposiciones de la ley al momento de laborar. (De Soto, 1997).

2.2.8. Organización

Una Organización es un conjunto de dos o más personas que se reúnen para trabajar de manera organizada, buscando con un fin común (Stoner, 2010, p. 83).

Organización empresarial: Entidades que trabaja de forma organizada de acuerdo a la ley y que pueda ser constituida por una, dos o más personas.”

Con este concepto podemos definir que es la empresa es una organización que se constituye como persona natural o jurídica, que produce o brinda servicios, su finalidad es generar beneficios tanto para la organización y usuarios. Toda empresa se crea con la finalidad lucrativo y a lo largo de crecer y ser competitivos

Se entiende como organización dos personas o más que trabajan juntas, de manera estructurada, para alcanzar una meta o una serie de metas específicas. Según James A.F. Stoner - R. Edward Freeman – Daniel R. Gilbert, Jr. “Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirles para alcanzar sus metas. Estas personas se llaman **gerentes**. Los gerentes —entrenadores, directores, ejecutivos de ventas— tal vez resulten más evidentes en unas organizaciones que en otras, pero si éstas no tienen una administración eficaz, es probable que fracasen” (p. 87).

De lo mencionado podemos aportar que las organizaciones es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

Organizar una empresa es proveerla de todo lo que es útil para su funcionamiento: materias, herramientas, capital y personal. Pueden hacerse en este conjunto dos grandes divisiones: el organismo material y el organismo social. No se tratará aquí más que del último, provisto de los recursos materiales necesarios, el personal, el cuerpo social, debe ser capaz de ejecutar todas las operaciones que comparta la empresa.

Cabe destacar que una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.

Por la cual definiremos:

Organización: Son dos personas o más que trabajan juntas de manera estructurada para alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Misión: Se entiende por misión el carácter, identidad y razón de ser de una organización, la estrategia de la misión es el planteamiento de análisis y de acción para la dirección o gestión de una organización.

Metas u Objetivos: Es lo que se pretende alcanzar la organización; con Cant., las organizaciones tienen más de una meta; las metas son elementos fundamentales de las organizaciones,

Administración: Es el proceso de la planificación, organización dirección y control del trabajo de los miembros de la organización y de usar recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas.

Gerente: Alguien que coordina y supervisa el trabajo de otras personas para lograr los objetivos de la empresa.

Empresa: Es una organización en la que un conjunto de personas transforma diversos recursos en bienes o servicios que satisfagan necesidades humanas, con la finalidad de obtener beneficio.

Por tanto, la necesidad de administrar las organizaciones recae en el gerente de la organización con la responsabilidad básica; servir para que otros miembros de la organización establezcan y alcancen una serie de metas u objetivos. Para ello contará con la administración que será su dedicación.

2.2.9. Tecnología

La Tecnología es la suma total de conocimientos sobre las formas de hacer las cosas; incluye inventos, técnicas y el vasto acervo de conocimientos organizados sobre cómo hacer las cosas.

Tecnología de conocimiento

Es el propósito de dirigir todas las energías hacia una aplicación más inteligente de los conocimientos, tanto de los ya existentes como de los nuevos, y hacia una gestión o control más inteligente y responsable de la tecnología. Es seguro que todavía se puede dar importantes adelantos en el linaje humano y que los mejores ingredientes para el futuro siguen siendo aquellos que, en el pasado, nos han traído hasta donde nos encontramos. Se puede hacer mucho más de lo se ha hecho para mejorar las vidas de las personas. Y se puede reforzar la tecnología que apunta todo este conjunto explotando la tecnología con mayor eficacia y eficiencia y gestionándola y controlándola más prudentemente (Chiavenato, 2012, p. 137).

Clasificación de la tecnología

La tecnología se puede clasificar en Tecnología incorporada (material) y tecnología no incorporada (no material). La tecnología incorporada está contenida en bienes de capital, materias primas básicas, materias primas intermedias o componentes, etc. Así, por ejemplo, una placa de metal está constituida por el metal, pero la tecnología que la hizo posible está incorporada en el equipo industrial. En ese sentido, la tecnología corresponde al concepto de hardware.

La tecnología no incorporada se encuentra en las personas, como los técnicos, peritos, especialistas, ingenieros, investigadores, bajo formas de conocimientos intelectuales u operacionales, facilidad mental o manual para ejecutar las operaciones, o en documentos que la registran y observan con el fin de asegurar su conservación y transmisión como mapas, plantas, diseños, proyectos, patentes, informes. Corresponde esto al concepto de

software. Las dos formas de tecnología frecuentemente se confunden.
(Chiavenato, 2012, p. 139)

2.2.11. Factores que afectan la competitividad de las mypes exportadoras en la Región Ica

Factores para la Internacionalización de las empresas.

“La internacionalización se refiere al proceso de creciente participación en operaciones internacionales. La internacionalización, generalmente se da en forma de inversión, fusiones y adquisiciones, licencias, franquicias u otros acuerdos de cooperación; ha sido una fuente importante de habilidades, equipos, productividad y transferencias tecnológicas, principalmente de países desarrollados a países en desarrollo; esto se basa en la noción de que las empresas nacionales en los países en desarrollo Beneficiarse de las externalidades de la IED a través de la mejora de la productividad, el empleo, el mundo Exportaciones e integración internacional” (Martínez, 2006).

“El modo de entrada es una opción altamente significativa para todas las compañías que están pensando en expandir su compañía a mercados emergentes menos desarrollados e incluso desarrollados. La mayoría de los trabajos de literatura que se han hecho sobre internacionalización y modo de entrada se centran más en las compañías de servicios. Existen numerosas razones por las cuales las empresas consideran entrar en el ámbito internacional. Hay quienes lo encuentran apropiado cuando la industria nacional es demasiado competitiva; Hay quienes toman esta dirección con el objetivo de expandir su negocio y muchas otras razones”. (Martínez, 2006).

“La internacionalización ha sido de gran interés para casi todas las empresas. No existe una definición única y universalmente aceptada de internacionalización, pero desde un punto de vista económico, se define como el proceso en el que las empresas se involucran más en los mercados internacionales. En el mundo contemporáneo, las empresas comienzan sus operaciones en el país, pero deben elaborar un plan a largo plazo sobre cómo la empresa se internacionalizará. El fenómeno de la internacionalización ha cambiado significativamente el panorama para la mayoría de los negocios, dando como resultado una situación de mercado muy dinámica con una fuerte competencia para las empresas. La razón detrás de ir al mercado internacional varía de una compañía a otra. Sin embargo, la mayoría de las empresas persiguen la internacionalización porque el mercado interno se ha vuelto inadecuado debido a las economías de escala y las múltiples oportunidades disponibles en los mercados extranjeros. La mayoría de los ejecutivos exitosos siempre querrán probar otro mercado después de cualquier éxito (Martínez, 2006).

“La internacionalización ha sido una de las estrategias utilizadas por la mayoría de los ejecutivos para reducir el costo de las operaciones. A las empresas con costos generales se les puede reducir el costo excesivo en los países que tienen monedas relativamente deflactadas, así como un bajo costo de vida. La mayoría de los negocios en los Estados Unidos encuentran que es relativamente más barato operar en países que tienen acuerdos de libre comercio con los EE. UU. Una forma en que la internacionalización ayuda a las compañías a reducir el costo de hacer negocios es a través de costos laborales reducidos. Las empresas que están interesadas en

internacionalizarse suelen buscar aquellos mercados que tienen un bajo costo de salida, ya que eso hace que sea más barato contratar empleados en esos países. Hay aquellas empresas que consideran internacionalizarse cuando están en la crisis financiera. Los ejecutivos de las empresas que están experimentando una crisis financiera en el mercado interno formularán el presupuesto e irán a los mercados extranjeros. Las instituciones se definen comúnmente como limitaciones creadas por el ser humano que dan interacciones económicas, sociales y políticas. La institución también puede considerarse como una amplia gama de estructuras que afectan ampliamente la ejecución de contratos, la protección de los inversores, el resultado económico, los derechos de propiedad e incluso el sistema político” (Martínez 2006).

Factores que afectan a la competitividad de las PYME.

“La práctica de obtener una "ventaja" sobre los competidores ofreciendo a los consumidores un mayor valor, ya sea a través de productos o servicios de menor costo u ofreciendo servicios o productos de mayor calidad que justifican precios más altos, se conoce como una ventaja competitiva. Las ventajas competitivas pueden diferir enormemente incluso entre compañías de tamaño similar que prestan los mismos servicios o producen los mismos productos, y para las pequeñas empresas y especialmente para las nuevas empresas, son el elemento más crucial de toda la estrategia de marketing”. (Martínez, 2006)

“En primer lugar, su empresa puede tener una ventaja competitiva incorporada para promover, como la incorporación de cierto software que facilita la experiencia del cliente. La ubicación de las instalaciones también podría ser

una ventaja competitiva para algunas empresas. Por ejemplo, los establecimientos de comida rápida se benefician de estar situados en una parte densamente poblada de una ciudad.

Pero incluso si no hay una ventaja obvia en la configuración o en las circunstancias básicas de la empresa, se puede crear una o más al examinar la escena competitiva, examinar los servicios proporcionados por los rivales e identificar un servicio adicional y único para mejorar los beneficios de El servicio principal que se ofrece. Por ejemplo, un minorista en línea que promete enviar todos los pedidos realizados durante las horas de trabajo en el mismo día tendrá una ventaja competitiva sobre empresas similares que no hacen ninguna promesa.

Un servicio al cliente excelente o único es a menudo la forma más fácil de establecer una ventaja competitiva, pero otros pueden incluir precios más bajos u ofertas combinadas. Ser una pequeña empresa puede ser una ventaja competitiva por sí sola cuando compite contra empresas más grandes y más establecidas” (Martínez, 2006).

Factores que afectan la capacidad exportadora de las PYME

“Los cuatro tipos de competencia

Una empresa puede hacer un enfoque o un enfoque de liderazgo para la competencia. En un enfoque, el negocio apunta a tener una ventaja sobre un par de otros negocios, por ejemplo, uno o dos. Sin embargo, en un liderazgo, el negocio apunta a tener una ventaja completa sobre todos los demás

negocios, generalmente a través de algún tipo de diferenciación. La diferenciación es lo que distingue claramente a una empresa, es decir, un aspecto diferente destinado a hacer que la empresa se distinga de las demás. Por lo tanto, los cuatro tipos de competencia son liderazgo de costos, liderazgo de diferenciación, enfoque de costos y enfoque de diferenciación.

En un enfoque de liderazgo de costos, una empresa generalmente producirá en masa para hacer que los precios sean realmente bajos, obteniendo una ventaja en los precios.

En un liderazgo de diferenciación, generalmente el negocio creará un aspecto de diferenciación distinto y atractivo, y luego lo usará para aumentar los precios.

En un enfoque de costos, el negocio se enfocará en una cosa específica para reducir los costos y ganar popularidad del cliente.

Y, por último, en un enfoque de diferenciación, una empresa apunta a clientes que se abstienen de comprar productos de la competencia debido a una pequeña característica que falta. El negocio adoptará esta función como un nicho y, por lo tanto, ganará a esos clientes.

El panorama

Al implementar cada una de estas técnicas, las empresas están eligiendo para qué quieren ser conocidas. Todos pretenden obtener una ventaja en la competencia general, pero de diferentes maneras, lo que les otorgará diferentes tipos de reputación. Por ejemplo, un enfoque en los costos promovería la popularidad del cliente porque probarán el artículo barato,

apreciarán la calidad del mismo y probablemente estén más dispuestos a probar los artículos más caros de la compañía. Con suerte, esto les llevará a elegir apoyar a la compañía en el futuro. En resumen, piense en lo que quiere que su negocio sea conocido antes de elegir una técnica, aunque todo le ayudará a largo plazo”. (Martínez, 2006).

A continuación, según Martínez (2006), se presentan “algunas maneras de diferenciarse de la multitud, obtener seguidores y tener éxito en el entorno competitivo de las pequeñas empresas de hoy.

1. Ofrecer excelentes productos y servicios

Si desea vencer a su competencia, una de las mejores estrategias para pequeñas empresas que puede emplear es simplemente proporcionar productos o servicios destacados. Con el 74% de los consumidores identificando el boca a boca como un factor de influencia clave en su decisión de compra. Claro, un gran logotipo y una marca efectiva también desempeñarán un papel clave en su éxito. Sin embargo, si su producto o servicio no deja una impresión duradera positiva, no logrará ganar lealtad, repetir clientes y nuevos clientes de referencias y de boca en boca. Continúe refinando su producto y asegúrese de ponerlo primero antes de las ventas y el dinero que genera.

2. Defina su marca

Con un producto o servicio destacado en su lugar, es hora de trabajar en la marca de su negocio. La marca para pequeñas empresas es mucho más que logotipos llamativos y comercialización inteligente. Es un crisol de experiencias de todos los clientes con una empresa. La mejor manera de

permanecer memorable es ir contra la multitud. Es probable que su pequeña empresa no sea la primera empresa que ofrece lo que está tratando de presentar a su mercado. Hay literalmente miles, sino millones, que también quieren participar de la cuota de mercado general en su nicho. Lo que te diferenciará de los demás es marcarte a ti mismo de manera diferente. La marca lleva tiempo para construir en la mente de un cliente potencial. Así que hay una necesidad de ir más allá. Haz cosas que tus competidores no quieren hacer. Desde sus redes sociales y el mensaje de marketing general hasta los elementos visuales de su empresa y sus interacciones con los clientes, todos estos elementos ayudan a dar forma a su empresa, el mensaje que desea compartir, las personas que desea atraer y la credibilidad que espera. obtener.

3. Diríjase a su mercado con precisión láser

Muchos propietarios de pequeñas empresas cometen el error de tratar de atraer a una amplia audiencia. Sin embargo, una de las mejores estrategias para pequeñas empresas es apuntar con precisión a grupos específicos de personas que buscan resolver un problema muy específico. Cuando haya definido su mercado objetivo y sepa quién se beneficia más con sus productos o servicios, atraerá a más clientes, se posicionará como un experto y podrá cobrar más por su especialización y calidad percibida. Piensa en boutique, no en caja grande.

4. Conviértete en un experto

Para realmente vencer a su competencia y separarse del paquete, debe posicionar su negocio como un experto en su campo. ¿Cómo haces esto, te preguntas? La respuesta es simple: demuestre su singularidad y experiencia

creando un gran contenido, dando a su público objetivo una razón para contactarlo y comprar sus productos o servicios.

Algunas ideas para posicionarse como un experto incluyen:

- Cree una oferta gratuita irresistible que demuestre su comprensión de sus problemas y su capacidad para resolverlos.
- Publica contenido de liderazgo innovador en tu sitio web.
- Obtenga datos que otras compañías tienen al hablar con sus clientes.
- Blog de invitados en sitios web altamente autorizados donde sus clientes potenciales están saliendo.

5. Utilizar diferenciadores competitivos.

Si quieres sobresalir de tu competencia, tienes que ser diferente de ellos. Si desea construir una marca fuerte, debe identificar exactamente qué es lo que lo hace único. Debe utilizar diferenciadores competitivos.

Como su nombre lo indica, los diferenciadores competitivos son cosas específicas que hacen que su empresa sea diferente de sus competidores.

Después de realizar una lluvia de ideas y hacer una lista de los diferenciadores competitivos de su empresa, asegúrese de incluirlos en el mensaje de su empresa, la cultura de la empresa y las estrategias de comercialización de la pequeña empresa.

6. Ponle cara al producto.

Muchas empresas pequeñas fracasan porque los propietarios están dejando de ser "propietarios" en lugar de ser la cara de su negocio. Aunque su negocio necesita funcionar bien sin su presencia continua, debe descubrir un equilibrio y encontrar la manera de ser la cara del negocio y conectarse con los clientes.

Todas las empresas prósperas tienen lo mismo en común: los propietarios activos y comprometidos tanto dentro de la empresa como en la comunidad.

7. Elija un nombre pegadizo y un gran logotipo

Un negocio exitoso comienza con una base sólida, y parte de una base sólida es tener un gran nombre y un logotipo llamativo. Dado que cambiar el nombre o el logotipo de su empresa puede ser costoso y un gran dolor de cabeza más adelante, es importante hacerlo desde el principio. El nombre y el logotipo de su empresa deben ser fáciles de reconocer y atraer a su público objetivo. También deben reflejar la personalidad de su marca, los productos que ofrece y el tono general de la empresa.

Desde su logotipo y la fuente de su sitio web hasta la alineación de su empresa, hágalo todo de manera diferente. Cuando te enfrentas a la multitud siempre es más difícil. Pero así es básicamente como sucede el éxito.

8. Construye una experiencia, no solo un sitio web

Todos hemos buscado una empresa local en Google y hemos hecho clic en un enlace, solo para encontrar que el sitio web no se podía utilizar en nuestro teléfono inteligente, que estaba mal diseñado o que no podíamos encontrar información de contacto básica. ¿Cómo te hizo sentir esto? Si eres como nosotros y la mayoría de las demás personas, inmediatamente perdiste la confianza en el negocio y regresaste a Google para buscar otra empresa que solucionara tu problema.

Las pequeñas empresas deben ajustar su mentalidad de que un sitio web es solo un folleto para su empresa, o que su diseño y experiencia de usuario no importan. Deben comenzar a pensar en crear una experiencia de sitio web

que genere confianza y ayude a los usuarios a encontrar la información que están buscando.

9. Tener una voz clara en el mercado

Una excelente estrategia de marca para pequeñas empresas es entregar constantemente su mensaje de marca único y centrarse en la comunicación con el cliente a través de las redes sociales, en persona y por teléfono.

¿Le faltan ideas creativas y no está seguro de la "voz" de su marca? Echa un vistazo a lo que están haciendo otras marcas. ¿Cuáles son los atributos positivos de su creación de marca, marketing y relación que le gustaría emular? Claro, usted quiere ser diferente a sus competidores, pero puede buscar en las empresas de otros mercados o industrias ejemplos de qué hacer para dominar su propio nicho o ubicación.

9. Construir relaciones fuertes

Una vez que sus prospectos o clientes estén fuera del teléfono o hayan abandonado su tienda o sitio, es probable que se olviden de usted. ¿Cómo se puede evitar esto? ¡Construye relaciones con ellos por supuesto! Todos saben que las relaciones con los clientes afectan el éxito de su negocio, pero pocos entienden cuán impactante es la lealtad. Un estudio informó que el 89 por ciento de los consumidores han dejado de hacer negocios con una empresa después de experimentar un servicio deficiente.

Haga un esfuerzo por mantenerse en contacto con clientes potenciales y clientes al menos una vez por semana. Bríndeles consejos interesantes, conocimientos conmovedores, descuentos, etc. para conocer su negocio,

seguirlo en las redes sociales y, de hecho, esperar los correos electrónicos que envíe” (Martínez, 2006).

2.3 Marco conceptual

Competitividad

“Para la empresa, la competitividad es la capacidad de proporcionar productos y servicios de forma más eficaz y eficiente que los competidores relevantes. En el sector comercializado, esto significa un éxito sostenido en los mercados internacionales sin protección ni subsidios.

Aunque los costos de transporte podrían permitir a las empresas de un país competir con éxito en su mercado local o en mercados adyacentes, la competitividad generalmente se refiere a la ventaja obtenida a través de una productividad superior. Las medidas de competitividad en el sector comercializado incluyen la rentabilidad de la empresa, el cociente de exportación de la empresa (exportaciones o ventas al exterior divididas por la producción) y la participación en el mercado regional o global. En el sector comercializado, el desempeño en el mercado internacional proporciona una medida directa de la competitividad de la empresa. En el sector no comercializado, la competitividad es la capacidad de igualar o superar a las mejores empresas del mundo en cuanto a costo y calidad de bienes o servicios. Medir la competitividad en el sector no comercializado es a menudo difícil, ya que no hay una prueba de desempeño del mercado directo.

Las medidas de competitividad en esta parte de la economía incluyen la rentabilidad de la empresa y las medidas de costo y calidad. En las industrias caracterizadas por la inversión extranjera directa, el porcentaje de ventas externas de la empresa (ventas extranjeras divididas por las ventas totales) y su participación en los mercados regionales o mundiales proporcionan medidas de competitividad empresarial” (BID, 2010).

A nivel de la industria, la competitividad es la capacidad de las empresas de la nación para lograr un éxito sostenido contra (o comparado con) competidores extranjeros, de nuevo sin protección.

o subvenciones. Las medidas de competitividad a nivel de la industria incluyen la rentabilidad general de las firmas de la nación en la industria, la balanza comercial de la nación en la industria, el saldo de la inversión extranjera directa de entrada y salida, y las medidas directas de costo y calidad a nivel de la industria. La competitividad a nivel industrial es a menudo un mejor indicador de la salud económica de la nación que la competitividad a nivel empresarial. El éxito de una sola empresa de la nación podría deberse a factores específicos de la compañía que son difíciles o imposibles de reproducir. El éxito de varias empresas de la nación en una industria, por otro lado, es a menudo evidencia de factores específicos de la nación que podrían ampliarse y mejorarse. La evaluación de la competitividad de una industria en la que solo hay una empresa importante requiere una evaluación de si su éxito se debe a rentas de monopolio, apoyo gubernamental o verdadera

eficiencia. También es importante tener en cuenta que la competitividad de una sola empresa no implica necesariamente la competitividad de una industria.

Desarrollo económico local

“El desarrollo económico es, pues, un concepto multivariado. Por lo tanto, no hay una sola definición satisfactoria de ello. El desarrollo económico es un proceso en el que las economías nacionales de bajos ingresos se transforman en economías industriales modernas. Implica mejoras cualitativas y cuantitativas en la economía de un país. Las transformaciones políticas y sociales también se incluyen en el concepto de desarrollo económico, además de los cambios económicos” (Martínez, 2006).

2.4. Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General

Los factores determinantes de la competitividad influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2.4.2. Hipótesis específicas

- 1 Las habilidades gerenciales influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

- 2 Las condiciones financieras de mercado inciden significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
- 3 Las estrategias de mercadotecnia se relacionan significativamente con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
- 4 El conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2.4.3. Variables

| Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|
| Variable Independiente (X): Factores determinantes de la competitividad | X₁ : Habilidades gerenciales | X1.1. Habilidades técnicas X1.2. Habilidades humanas X1.3. Habilidades conceptuales |
| | X₂ : Condiciones financieras de mercado | X.2.1. Tasas de interés X.2.2. Tipo de cambio |
| | X₃ : Estrategias de mercadotecnia | X3.1. Búsqueda de mercados X3.2. Cadena de distribución internacional |
| | X₄ : Conocimiento de dinámica del comercio exterior | X.4.1. Proceso de exportación X.4.2. Tributación aduanera X.4.3. Aranceles |
| Variable Dependiente (Y): Sostenibilidad de las mypes exportadoras | Y₁ : Informalidad | Y1.1. Evasión de impuestos Y1.2. Tipo de sociedad |
| | Y₂ : Organización | Y.2.1. Falta de adaptabilidad al cambio Y.2.2. Forma de organización |
| | Y₂ : Tecnología | Y.3.1. Transferencia tecnológica Y.3.2. Investigación científica |
| | Y₃ : Capacidad operativa | Y.4.1. Producción tecnificada Y.4.2. Capacidad de producción |

CAPITULO III: MÉTODO

3.1 Tipo

La investigación realizada es de tipo **Aplicada**, pues “La investigación aplicada es el tipo de investigación en la cual el problema está establecido y es conocido por el investigador, por lo que utiliza la investigación para dar respuesta a preguntas específicas “(Hernández, 2010) y otros aspectos que se aplican para el tema relacionado a la competitividad y la sostenibilidad de las mypes exportadoras, en el período 2016-2017.

3.2. Nivel de la investigación

Asimismo, la investigación propuesta es en cuanto al nivel explicativa y descriptiva. “La investigación explicativa se orienta a establecer las causas que originan un fenómeno determinado. Se

trata de un tipo de investigación cuantitativa que descubre el por qué y el para qué de un fenómeno” (Hernández, 2010).

3.2.1. Métodos de investigación

En el caso de la investigación presentada empleamos el método cuantitativo, “Una investigación cuantitativa es aquella que permite recabar y analizar datos numéricos en relación a unas determinadas variables, que han sido previamente establecidas. Este tipo de investigaciones de mercados estudia la relación entre todos los datos cuantificados, para conseguir una interpretación precisa de los resultados correspondientes” (Hernández, 2010).

3.2.2. Diseño de la investigación

En cuanto al diseño en la investigación se aplicó un **Diseño No Experimental**, “es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural” (Hernández, 2010).

3.3 Estrategia de prueba de hipótesis

A efectos de contrastar las hipótesis se empleó el estadístico Chi Cuadrado, siguiendo el procedimiento siguiente:

- a) Formulación de la hipótesis nula
- b) Formulación de la hipótesis alternante
- c) “Fijar el nivel de significancia (α), $5\% < \alpha < 10$, y está asociada al valor de la Tabla Ji-Cuadrado que determina el punto crítico (X^2_t), específicamente el valor de la distribución es $X^2_{t(k-1), (r-1) gl}$. y se ubica en la Chi-Cuadrado, este valor divide a la distribución en dos zonas, de aceptación y de rechazo, tal como indica el gráfico; si X^2_c es $\geq X^2_t$ se rechazará la hipótesis nula”
- d) Luego se calcula la Prueba del estadístico:

$$X^2_c = \sum (o_i - e_i)^2 / e_i$$

Donde:

O_i = Valor de la observ.

e_i = Valor logrado

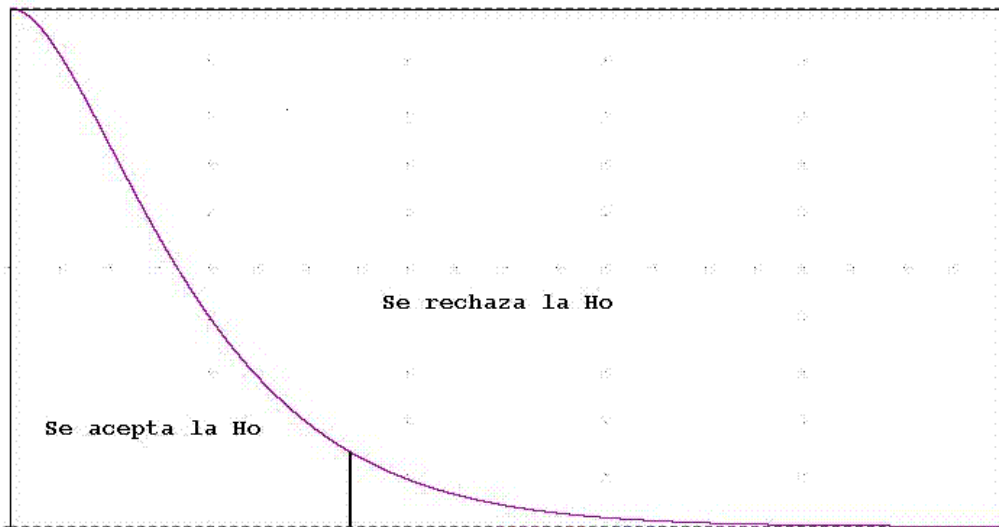
X^2_c = valor del estadístico calculado con datos de la muestra que se trabajan y se debe comparar con los valores paramétricos ubicados en la Tabla Ji cuadrado según el planteamiento de la hipótesis alternante e indicados en el paso 3.

X^2_t = Valor de la Tabla Chi Cuadrado.

K = filas, r = columnas, gl = grados de libertad

- e) Toma de decisiones

Luego se procedió a comparar los valores del estadístico con los valores de la tabla Chi Cuadrado.



Punto crítico

3.4. Variables

Variable Independiente

(X): Competitividad

Variable Dependiente

(Y): Aspectos sostenibles de las mypes exportadoras

3.5. Población

La población de la investigación estuvo conformada por el personal que trabaja en las mypes exportadoras en la Región Ica. Y la misma que de acuerdo a información a la Sunat y a la Cámara de Comercio de Ica son un total de 314 Mypes exportadoras

3.6. Muestra

“Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(p.q) Z^2 \cdot N}{(EE)^2 (N-1) + (p.q) Z^2}$$

Donde:

- n :** Tamaño de la muestra.
- p, q:** Probabilidad de la población. Se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- Z:** Desviación estándar con una probabilidad de error de 0.10.
- N :** Población, para nuestro caso es 314.
- EE :** Error estándar de la estimación, que debe ser 9.99%” (Hernández, 2010).

Sustituyendo:

$$n = \frac{(0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2 \times 314)}{((0.05)^2 \times 313) + (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2)}$$

$$n = 110$$

La muestra calculada para esta investigación es de 110 personas que trabajan en Mypes de la Región Ica.

3.7. Técnicas de investigación

Instrumentos de Recolección

Las técnicas que se aplicaron en la investigación fueron las siguientes:

- **Revisión de documentos.** - para ello fue necesario revisar material bibliográfico de todo tipo referente al tema de investigación

relacionados a la competitividad y la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

- **Encuesta.** - Se pudo aplicar una encuesta formulada en base a dimensiones e indicadores, y la misma que fue procesada.

Instrumentos de manejo de datos

- **Ficha de encuesta.** - Fue el instrumento aplicado al personal que trabaja en las mypes exportadoras de la Región Ica con respecto a las variables estudiadas.

Técnicas para el análisis de datos

“Se aplicaron las siguientes técnicas: Tabulación en tablas y gráficos”

Técnicas para el procesamiento de datos

La investigación permitió procesar la información empleado el Software Estadístico SPSS 24 y luego presentar la información debidamente analizada.

CAPITULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Contrastación de hipótesis

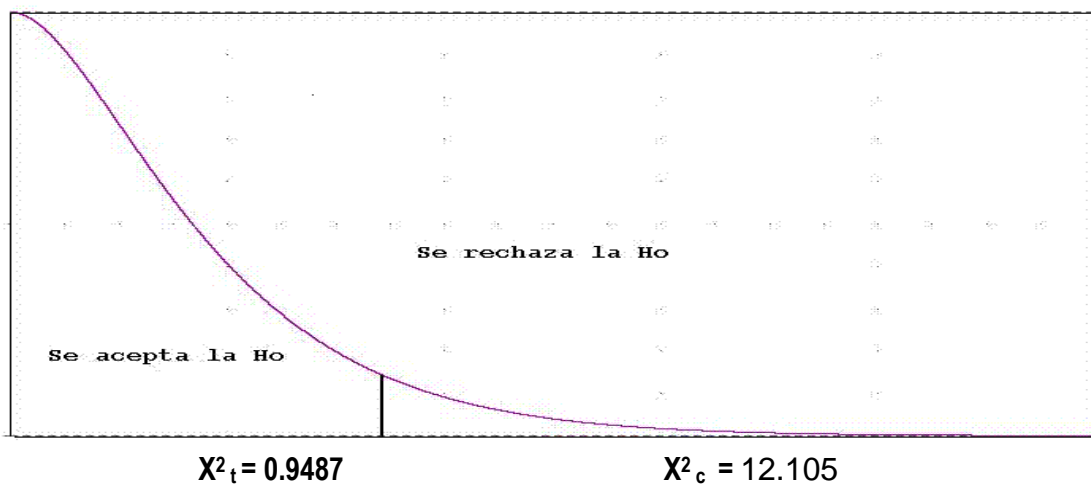
Contrastación de la Hipótesis General

1. H0: Los factores determinantes de la competitividad NO influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
2. H1: Los factores determinantes de la competitividad influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.
3. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $X^2_{(4)} = 0.9487$
4. Prueba del estadístico $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$
 $X^2_c = 12.105$

Dónde: **oi** = Valor de la observ.
ei = Valor logrado

X^2_c = “Cálculo del valor estadístico con data de encuestas procesadas mediante SPSS V24, y se llega a comparar con los resultados asociados al nivel de signif. que se encuentra en la Tabla de datos de contingencia N° 01”.

5. Decisión. Ho se rechaza



Interpretación:

Con el valor obtenido ($X^2_c = 12.105$) se ubica en zona de rechazo, se concluye que con un nivel de signif. del 5%, se procede a rechazar la hipótesis nula y luego se acepta la hipótesis propuesta, es decir; los factores determinantes de la competitividad influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017, con lo que se puede demostrar la hipótesis planteada.

Tabla de datos de contingencia N° 01

¿Considera usted que los encargados de la administración o gerencia cuenta con las suficientes habilidades técnicas para manejar la empresa?* ¿La forma de organización elegida en la empresa tiene mucho que ver con los resultados de gestión? **tabulación cruzada**

Recuento

| | | ¿La forma de organización elegida en la empresa tiene mucho que ver con los resultados de gestión? | | | Total |
|--|-------------------|--|----|-------------------|-------|
| | | Si | No | No sabe, no opina | |
| ¿Considera usted que los encargados de la administración o gerencia cuenta con las suficientes habilidades técnicas para manejar la empresa? | Si | 4 | 1 | 2 | 7 |
| | No | 94 | 2 | 4 | 100 |
| | No sabe, no opina | 3 | 0 | 0 | 3 |
| Total | | 101 | 3 | 6 | 110 |

Estadístico chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) |
|------------------------------|---------------------|----|------------------------------|
| Chi-2 Pearson | 12,105 ^a | 4 | ,017 |
| Rz. de verosim. | 7,347 | 4 | ,119 |
| Asociación lineal por lineal | 8,795 | 1 | ,003 |
| Casos procesados | 110 | | |

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

Contrastación de la Hipótesis Específica 1

1. H0: Las habilidades gerenciales NO influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2. H1: Las habilidades gerenciales influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

3. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $X^2_{(4)} = 0.8712$

4. Prueba del estadístico $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$

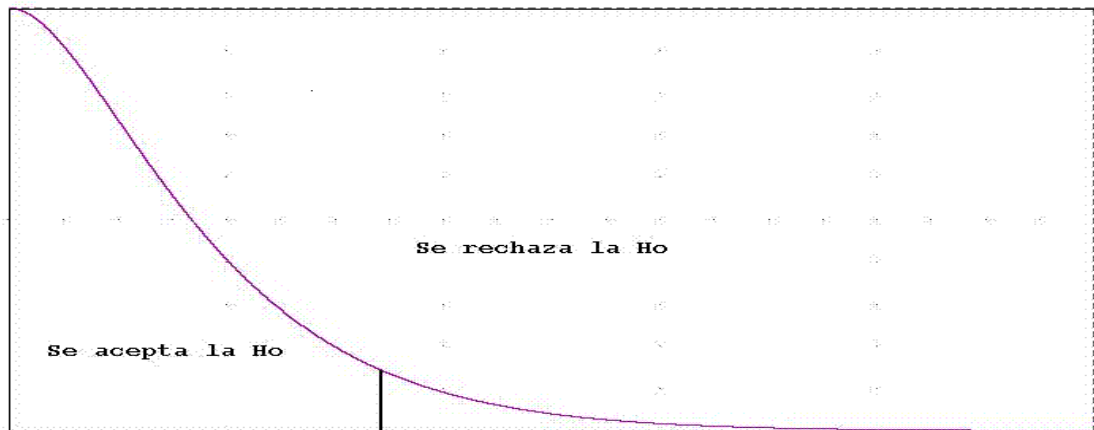
$$X^2_c = 11.039$$

Dónde: **oi** = Valor de la observ.

ei = Valor logrado

X²_c = Cálculo del valor estadístico con data de encuestas procesadas mediante SPSS V24, y se llega a comparar con los resultados asociados al nivel de signif. que se encuentra en la Tabla de datos de contingencia N° 02.

5. Decisión. Ho se rechaza



$$X^2_t = 0.8712$$

$$X^2_c = 11.039$$

Interpretación:

Con el valor obtenido ($X^2_c = 11.039$) se ubica en zona de rechazo, se concluye que con un nivel de signif. del 5%, se procede a rechazar la hipótesis nula y luego se acepta la hipótesis propuesta, es decir que las habilidades gerenciales influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017, con lo que se puede demostrar la hipótesis específica propuesta.

Tabla de datos de contingencia N° 02

“¿Se desarrollan en la empresa en forma eficiente las habilidades humanas del personal? *¿El personal encargado del Proceso de exportación tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo? tabulación cruzada

Recuento

| | | ¿El personal encargado del Proceso de exportación tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo? | | | Total |
|--|-------------------|---|-----|-------------------|-------|
| | | Si | No | No sabe, no opina | |
| ¿Se desarrollan en la empresa en forma eficiente las habilidades humanas del personal? | Si | 0 | 7 | 3 | 10 |
| | No | 3 | 85 | 4 | 92 |
| | No sabe, no opina | 0 | 8 | 0 | 8 |
| Total | | 3 | 100 | 7 | 110 |

Estadístico chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) |
|------------------------------|---------------------|----|---------------------------|
| Chi-2 Pearson | 11,039 ^a | 4 | ,026 |
| Rz. de verosim. | 7,944 | 4 | ,094 |
| Asociación lineal por lineal | 5,276 | 1 | ,022 |
| Casos procesados | 110 | | |

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,22”.

Contrastación de la Hipótesis Específica 2

1. H0: Las condiciones financieras de mercado NO inciden significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2. H1: Las condiciones financieras de mercado inciden significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

3. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $X^2_{(4)} = 0.8211$

4. Prueba del estadístico $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$

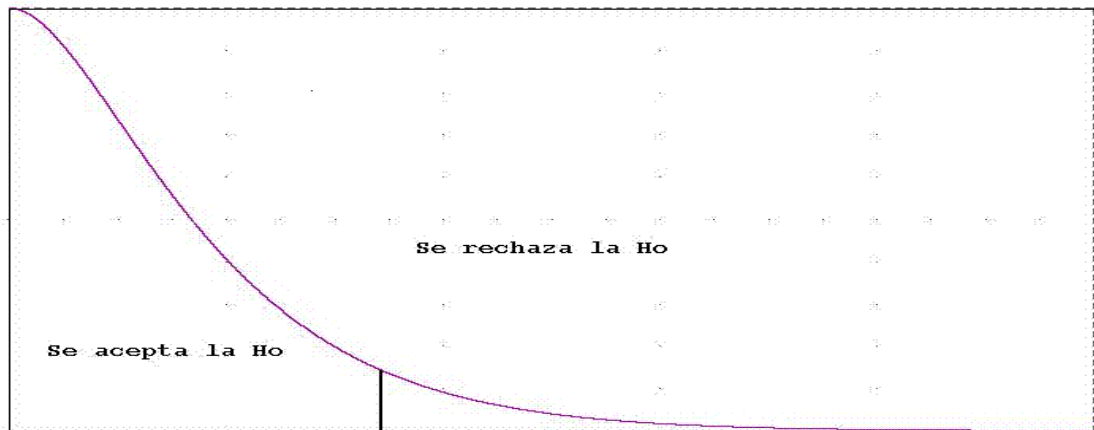
$$X^2_c = 13.079$$

Dónde: **oi** = Valor de la observ.

ei = Valor logrado

X²_c = “Cálculo del valor estadístico con data de encuestas procesadas mediante SPSS V24, y se llega a comparar con los resultados asociados al nivel de signif. que se encuentra en la Tabla de datos de contingencia N° 03”.

5. Decisión. Ho se rechaza



$$X^2_t = 0.8211$$

$$X^2_c = 13.079$$

Interpretación:

“Con el valor obtenido ($X^2_c = 13.079$) se ubica en zona de rechazo, se concluye que con un nivel de signif. del 5%, se procede a rechazar la hipótesis nula y luego se acepta la hipótesis propuesta, es decir que las condiciones financieras de mercado inciden significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017, con lo que se puede demostrar la hipótesis específica propuesta”.

Tabla de datos de contingencia N° 03

“¿Son apropiadas o justas las tasas de interés que la empresa tiene que pagar por sus endeudamientos?* ¿Existe un alto nivel de Evasión de impuestos en las empresas exportadoras?

tabulación cruzada

Recuento

| | | ¿Existe un alto nivel de Evasión de impuestos en las empresas exportadoras? | | | Total |
|--|-------------------|---|----|-------------------|-------|
| | | Si | No | No sabe, no opina | |
| ¿Son apropiadas o justas las tasas de interés que la empresa tiene que pagar por sus endeudamientos? | Si | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | No | 93 | 3 | 5 | 101 |
| | No sabe, no opina | 7 | 0 | 0 | 7 |
| Total | | 101 | 4 | 5 | 110 |

Estadístico chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) |
|------------------------------|---------------------|----|---------------------------|
| Chi-2 Pearson | 13,079 ^a | 4 | ,011 |
| Rz. de verosim. | 5,389 | 4 | ,250 |
| Asociación lineal por lineal | 1,497 | 1 | ,221 |
| Casos procesados | 110 | | |

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07”.

Contrastación de la Hipótesis Específica 3

1. H0: Las estrategias de mercadotecnia NO se relacionan significativamente con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2. H1: Las estrategias de mercadotecnia se relacionan significativamente con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

3. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $X^2_{(4)} = 0.8712$

4. Prueba del estadístico $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$

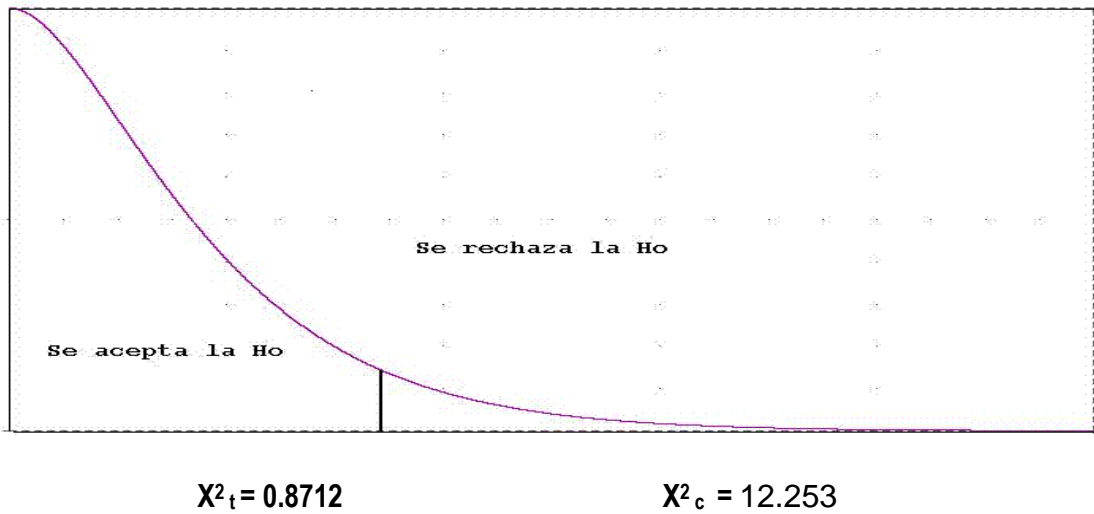
$$X^2_c = 12.253$$

Dónde: **oi** = Valor de la observ.

ei = Valor logrado

X^2_c = "Cálculo del valor estadístico con data de encuestas procesadas mediante SPSS V24, y se llega a comparar con los resultados asociados al nivel de signif. que se encuentra en la Tabla de datos de contingencia N° 04".

5. Decisión. Ho se rechaza



Interpretación:

“Con el valor obtenido ($X^2_c = 12.253$) se ubica en zona de rechazo, se concluye que con un nivel de signif. del 5%, se procede a rechazar la hipótesis nula y luego se acepta la hipótesis propuesta, es decir que las estrategias de mercadotecnia se relacionan significativamente con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017, con lo que se puede demostrar la hipótesis específica propuesta”.

Tabla de datos de contingencia Nº 04

“¿En la empresa se desarrolla una estrategia dirigida hacia la búsqueda de mercados externos para nuestros productos? *¿La forma de organización elegida en la empresa tiene mucho que ver con los resultados de gestión? tabulación cruzada

Recuento

| | | ¿La forma de organización elegida en la empresa tiene mucho que ver con los resultados de gestión? | | | Total |
|--|-------------------|--|----|-------------------|-------|
| | | Si | No | No sabe, no opina | |
| ¿En la empresa se desarrolla una estrategia dirigida hacia la búsqueda de mercados externos para nuestros productos? | Si | 4 | 1 | 2 | 7 |
| | No | 91 | 2 | 4 | 97 |
| | No sabe, no opina | 6 | 0 | 0 | 6 |
| Total | | 101 | 3 | 6 | 110 |

Estadístico chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) |
|------------------------------|---------------------|----|------------------------------|
| Chi-2 Pearson | 12,253 ^a | 4 | ,016 |
| Rz. de verosim. | 7,724 | 4 | ,102 |
| Asociación lineal por lineal | 7,954 | 1 | ,005 |
| Casos procesados | 110 | | |

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,16”.

Contrastación de la Hipótesis Específica 4

1. H0: El conocimiento de la dinámica del comercio exterior NO incide significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

2. H1: El conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017.

3. Nivel de significancia $\alpha = 5\%$, $X^2_{(4)} = 0.8712$

4. Prueba del estadístico $X^2_c = \sum (oi - ei)^2 / ei$

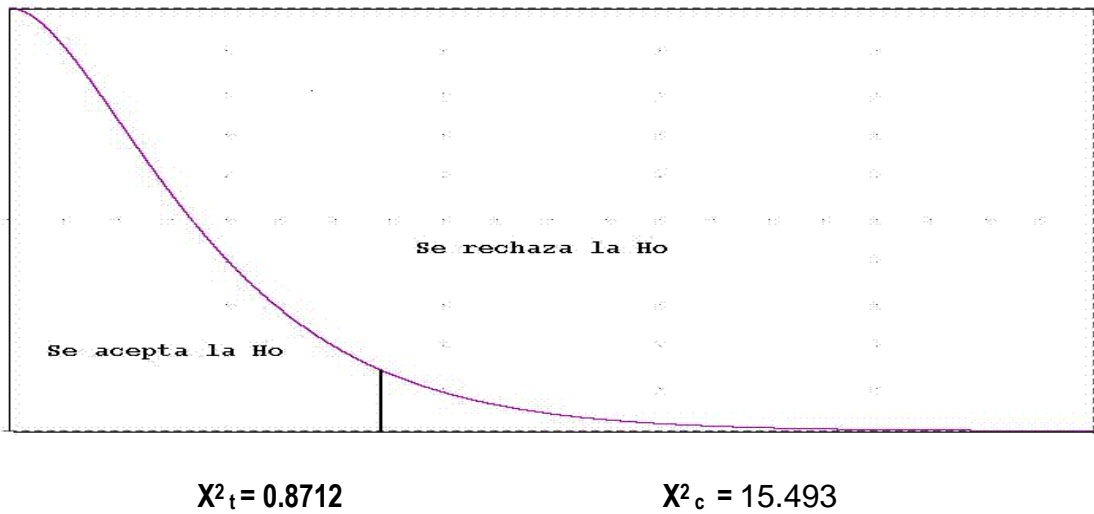
$$X^2_c = 15.493$$

Dónde: **oi** = Valor de la observ.

ei = Valor logrado

X^2_c = "Cálculo del valor estadístico con data de encuestas procesadas mediante SPSS V24, y se llega a comparar con los resultados asociados al nivel de signif. que se encuentra en la Tabla de datos de contingencia N° 05".

5. Decisión. Ho se rechaza



Interpretación:

“Con el valor obtenido ($X^2_c = 15.493$) se ubica en zona de rechazo, se concluye que con un nivel de signif. del 5%, se procede a rechazar la hipótesis nula y luego se acepta la hipótesis propuesta, es decir que el conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica, 2016-2017, con lo que se puede demostrar la hipótesis específica propuesta”.

Tabla de datos de contingencia N° 05

“¿El personal encargado del Proceso de exportación tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo?” ¿La actual capacidad de producción de la empresa permitirá abastecer los pedidos o cumplir a tiempo con ellos? tabulación cruzada

Recuento

| | | ¿La actual capacidad de producción de la empresa permitirá abastecer los pedidos o cumplir a tiempo con ellos?. | | | Total |
|---|-------------------|---|----|-------------------|-------|
| | | Si | No | No sabe, no opina | |
| ¿El personal encargado del Proceso de exportación tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo? | Si | 3 | 0 | 0 | 3 |
| | No | 0 | 98 | 2 | 100 |
| | No sabe, no opina | 1 | 0 | 6 | 7 |
| Total | | 4 | 98 | 8 | 110 |

Estadístico chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (2 caras) |
|------------------|---------------------|----|------------------------------|
| Chi-2 Pearson | 15,493 ^a | 4 | ,000 |
| Rz. de verosim. | 6,741 | 4 | ,000 |
| Casos procesados | 110 | | |

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,11”.

4.2. Análisis e interpretación

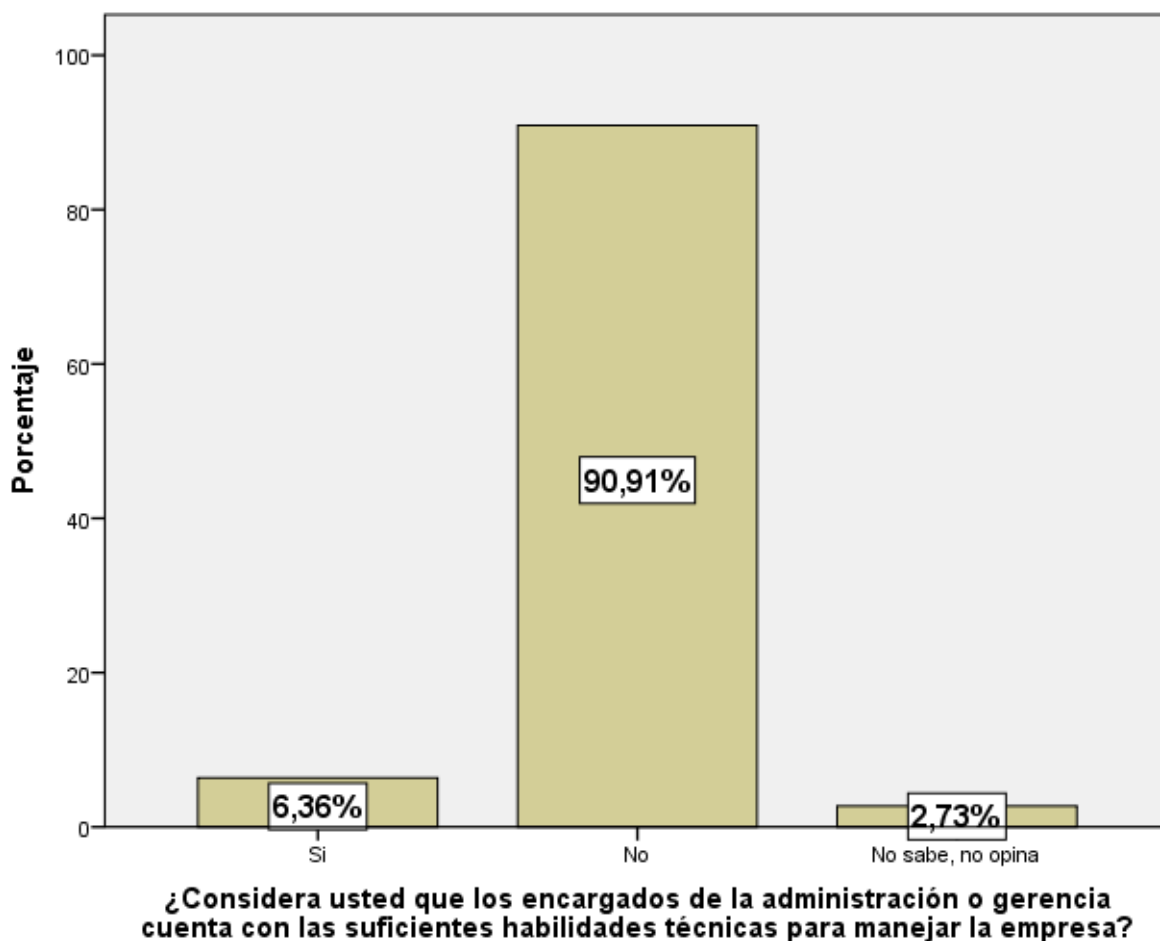
A continuación, se presentan los análisis e interpretaciones obtenidos de la encuesta aplicada a 110 personas que trabajan en las Mypes Exportadoras de la Región Ica.

RESULTADOS LA ENCUESTA A NIVEL ESTADÍSTICO

Tabla 1:

¿Considera usted que los encargados de la administración o gerencia cuenta con las suficientes habilidades técnicas para manejar la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 7 | 6,4 | 6,4 | 6,4 |
| No | 100 | 90,9 | 90,9 | 97,3 |
| No sabe, no opina | 3 | 2,7 | 2,7 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

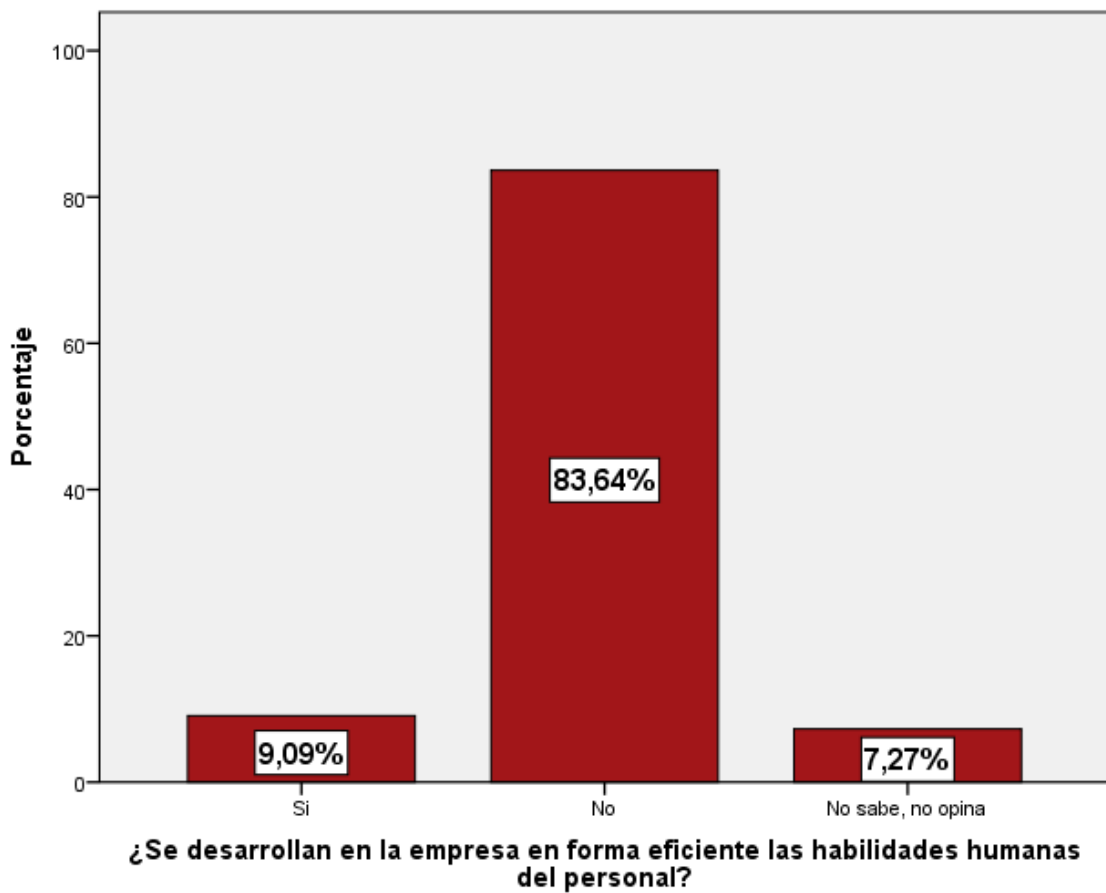
INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 6.4% de encuestados pudo responder manifestando que los encargados de la administración o gerencia si cuenta con las suficientes habilidades técnicas para manejar la empresa, el 90.9% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 2.7% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

Tabla 2:

¿Se desarrollan en la empresa en forma eficiente las habilidades humanas del personal?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 10 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| No | 92 | 83,6 | 83,6 | 92,7 |
| No sabe, no opina | 8 | 7,3 | 7,3 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

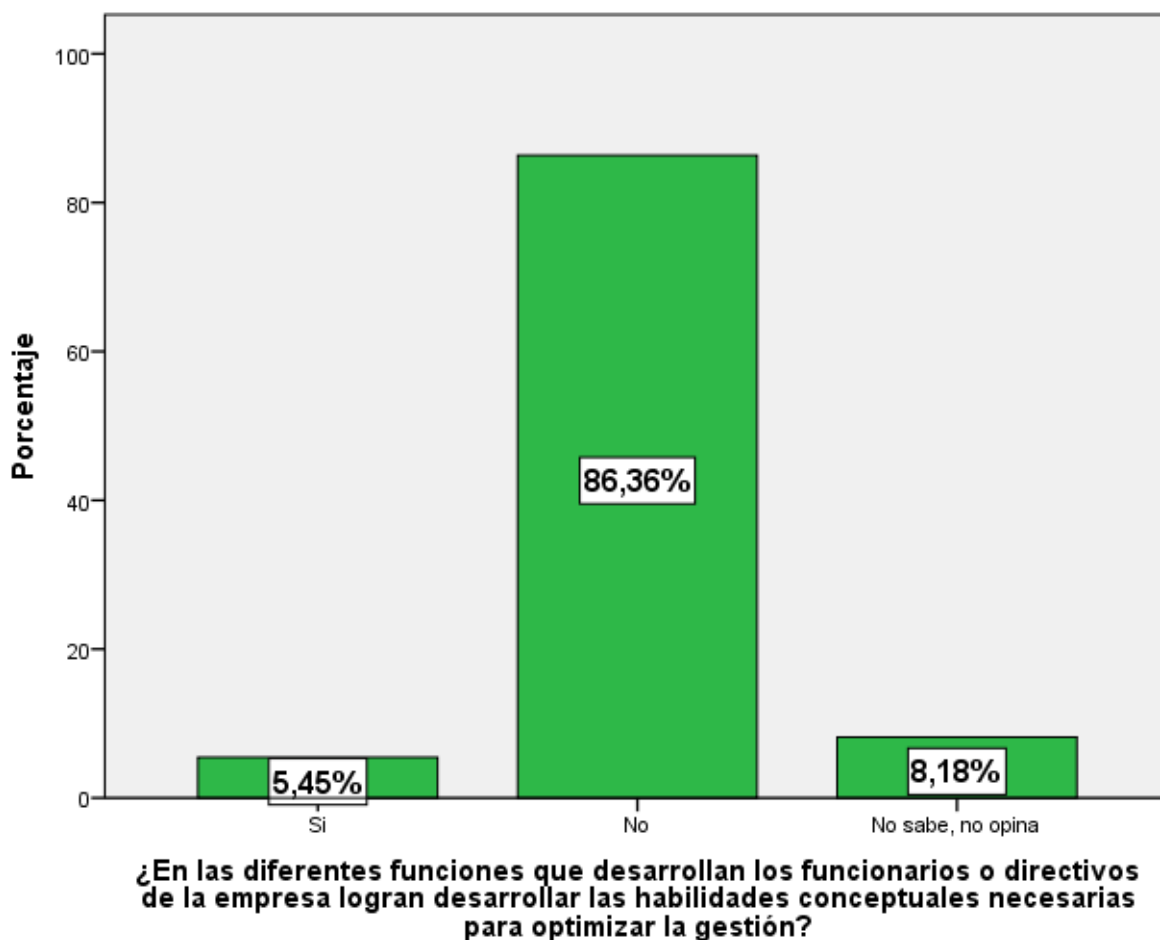
INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 9.1% de encuestados pudo responder manifestando que, si se desarrollan en la empresa en forma eficiente las habilidades humanas del personal, el 83.6% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 7.3% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

Tabla 3

¿En las diferentes funciones que desarrollan los funcionarios o directivos de la empresa logran desarrollar las habilidades conceptuales necesarias para optimizar la gestión?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 6 | 5,5 | 5,5 | 5,5 |
| No | 95 | 86,4 | 86,4 | 91,8 |
| No sabe, no opina | 9 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

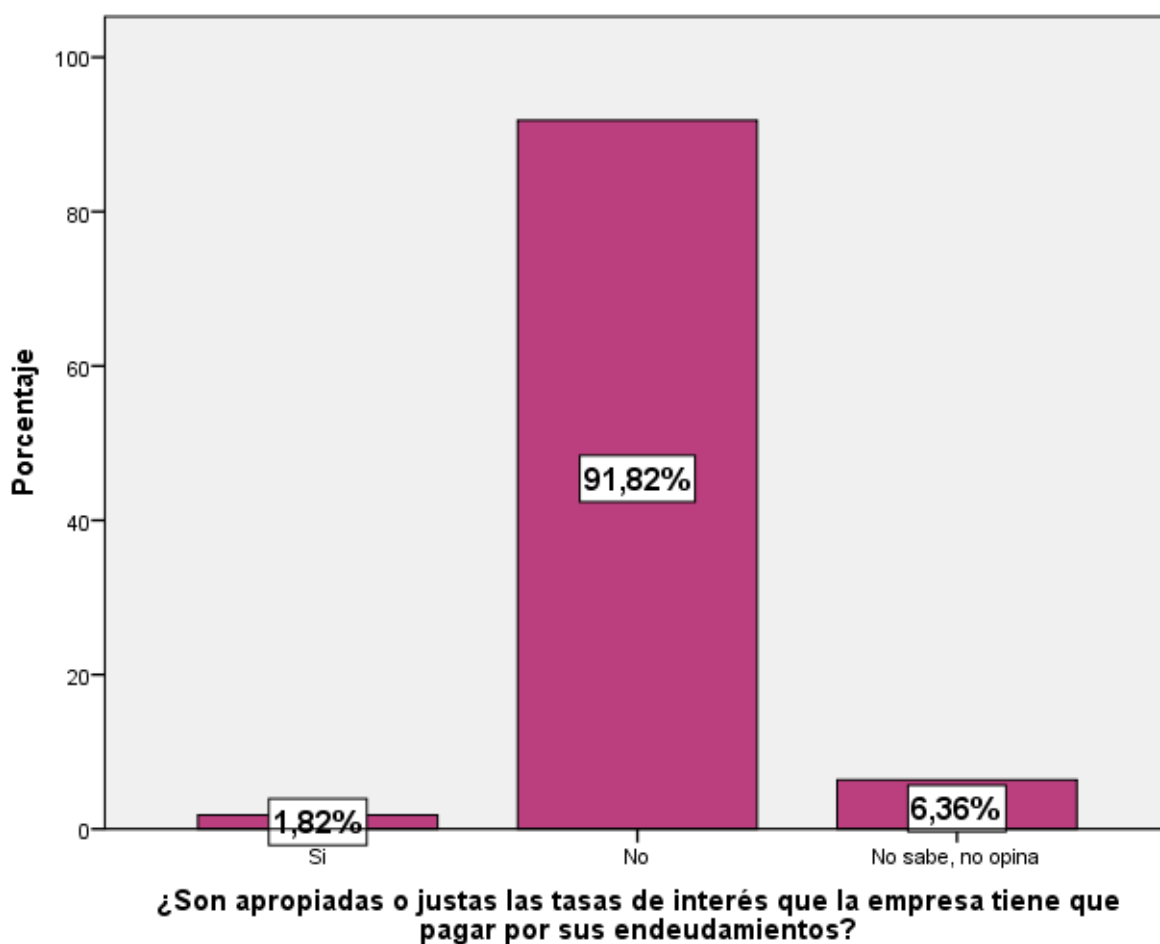
INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 5.5% de encuestados pudo responder manifestando que en las diferentes funciones que desarrollan los funcionarios o directivos de la empresa si logran desarrollar las habilidades conceptuales necesarias para optimizar la gestión, el 86.4% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 8.2% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

Tabla 4:

¿Son apropiadas o justas las tasas de interés que la empresa tiene que pagar por sus endeudamientos?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 2 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| No | 101 | 91,8 | 91,8 | 93,6 |
| No sabe, no opina | 7 | 6,4 | 6,4 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

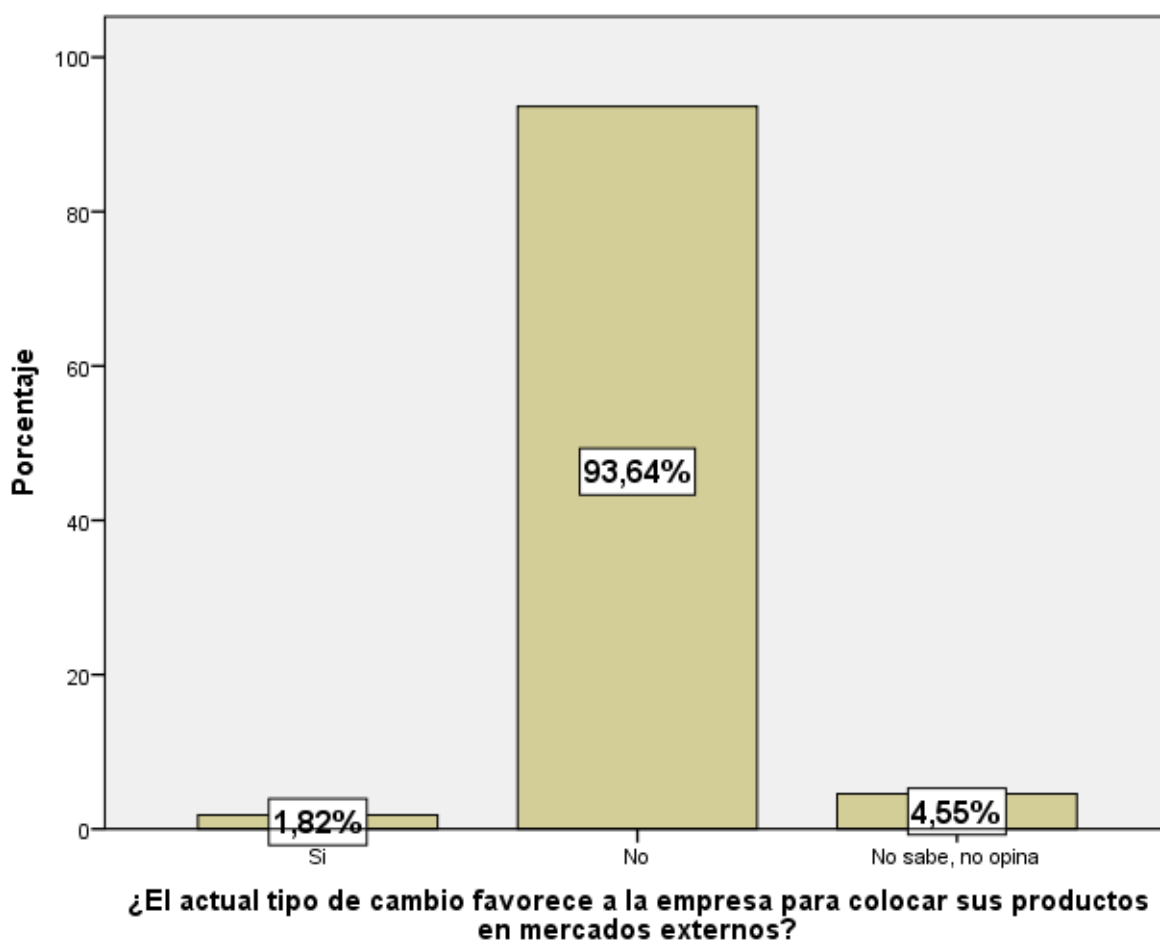
INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 1.8% de encuestados pudo responder manifestando que, si son apropiadas o justas las tasas de interés que la empresa tiene que pagar por sus endeudamientos, el 91.8% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 6.4% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

Tabla 5:

¿El actual tipo de cambio favorece a la empresa para colocar sus productos en mercados externos?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 2 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| No | 103 | 93,6 | 93,6 | 95,5 |
| No sabe, no opina | 5 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



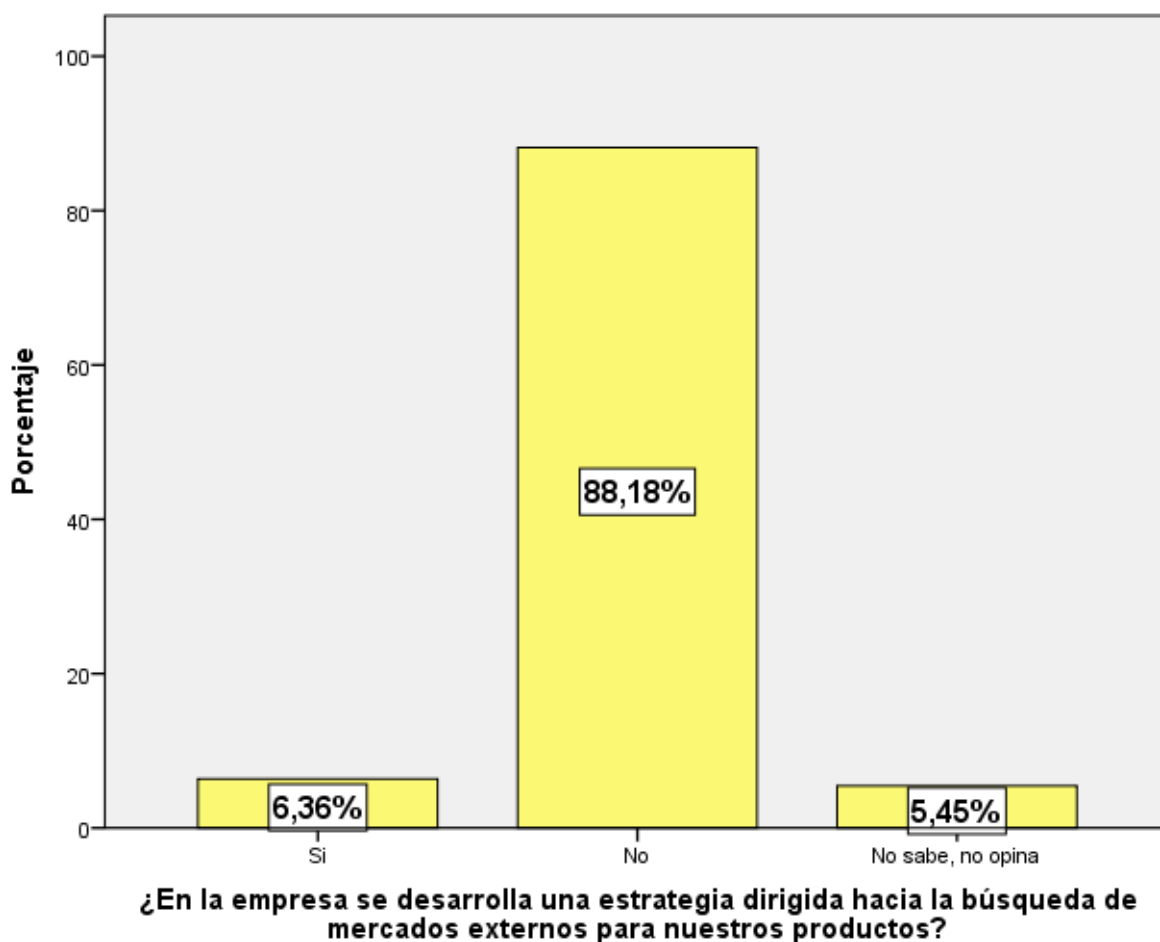
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 1.8% de encuestados pudo responder manifestando que el actual tipo de cambio si favorece a la empresa para colocar sus productos en mercados externos, el 93.6% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 4.5% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿En la empresa se desarrolla una estrategia dirigida hacia la búsqueda de mercados externos para nuestros productos?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 7 | 6,4 | 6,4 | 6,4 |
| No | 97 | 88,2 | 88,2 | 94,5 |
| No sabe, no opina | 6 | 5,5 | 5,5 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



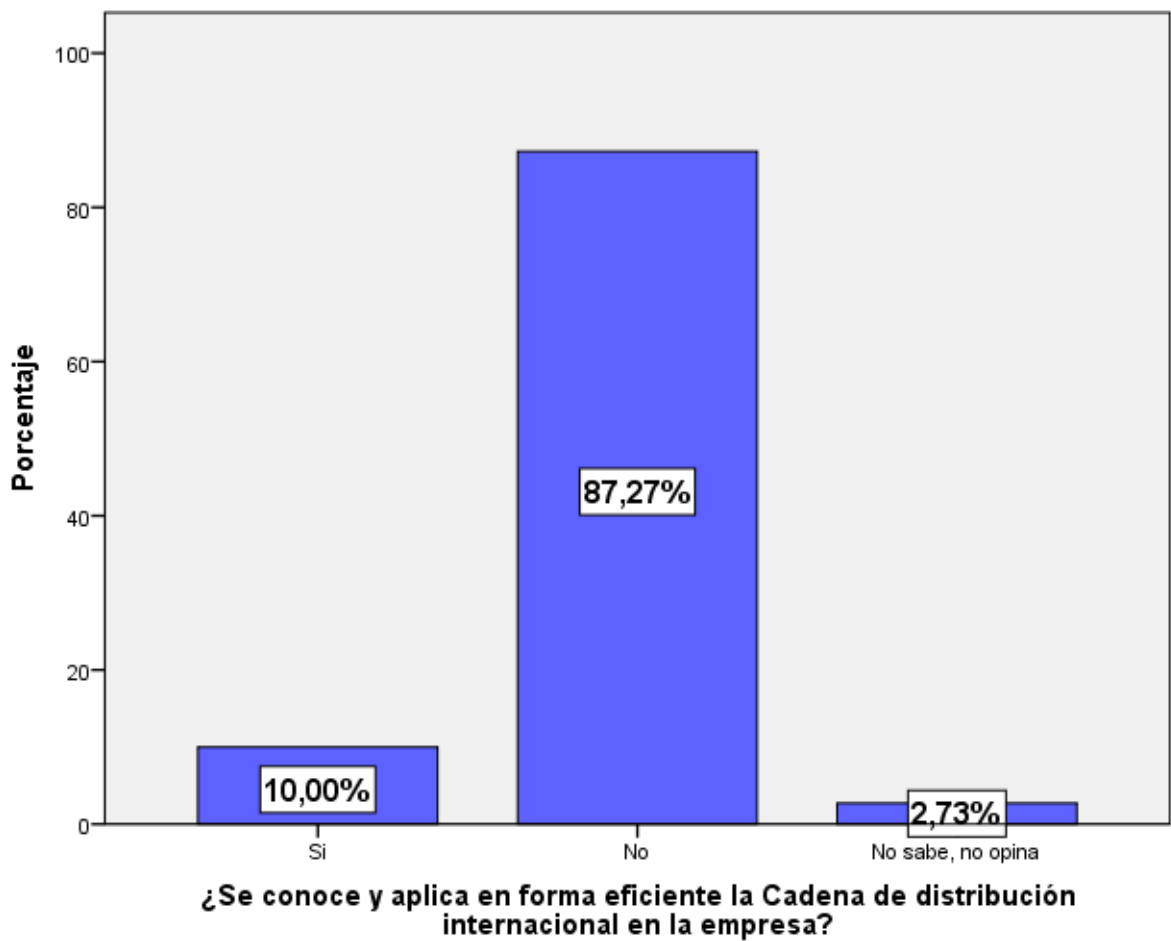
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 6.4% de encuestados pudo responder manifestando que en la empresa si se desarrolla una estrategia dirigida hacia la búsqueda de mercados externos para nuestros productos, el 88.2% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 5.5% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Se conoce y aplica en forma eficiente la Cadena de distribución internacional en la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 11 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| No | 96 | 87,3 | 87,3 | 97,3 |
| No sabe, no opina | 3 | 2,7 | 2,7 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



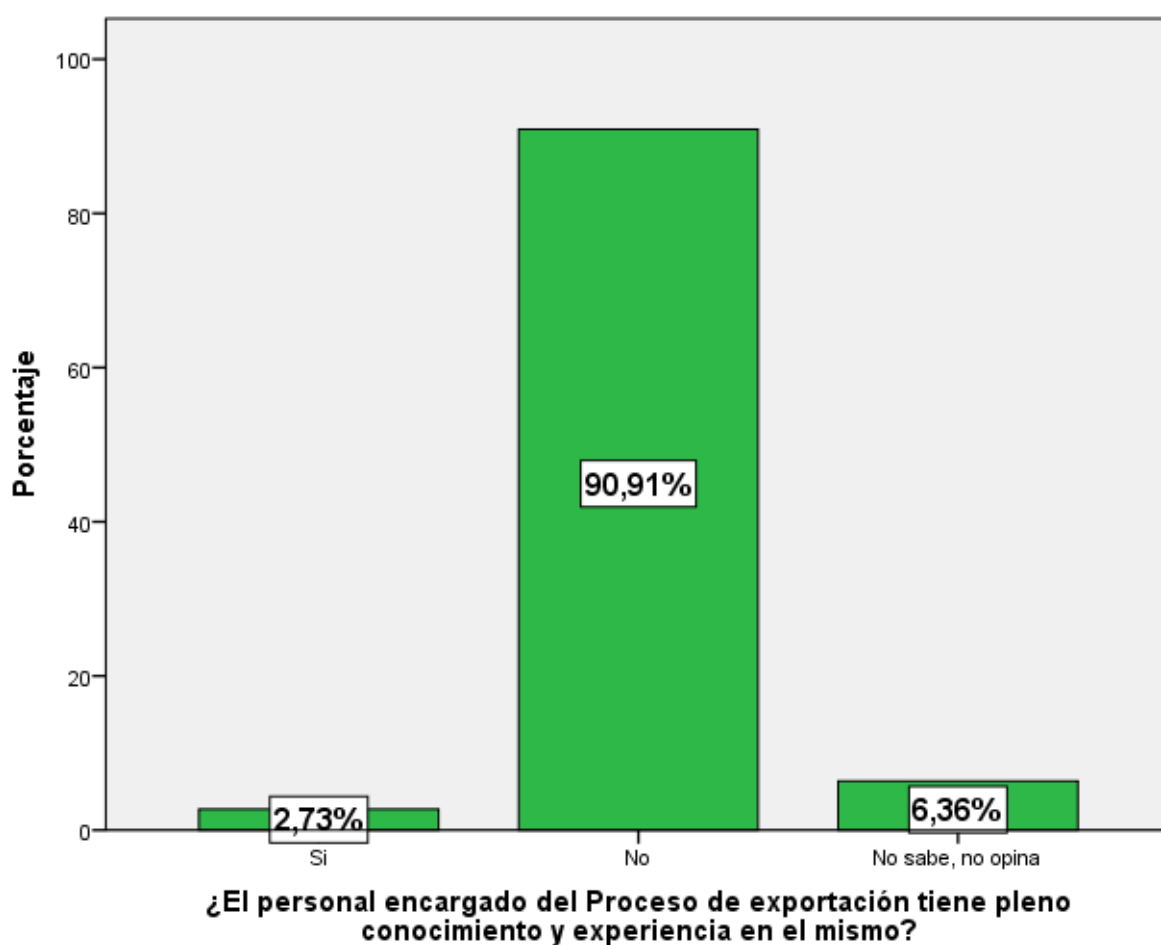
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 10% de encuestados pudo responder manifestando que, si se conoce y aplica en forma eficiente la Cadena de distribución internacional en la empresa, el 87.3% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 2.7% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿El personal encargado del Proceso de exportación tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 3 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| No | 100 | 90,9 | 90,9 | 93,6 |
| No sabe, no opina | 7 | 6,4 | 6,4 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



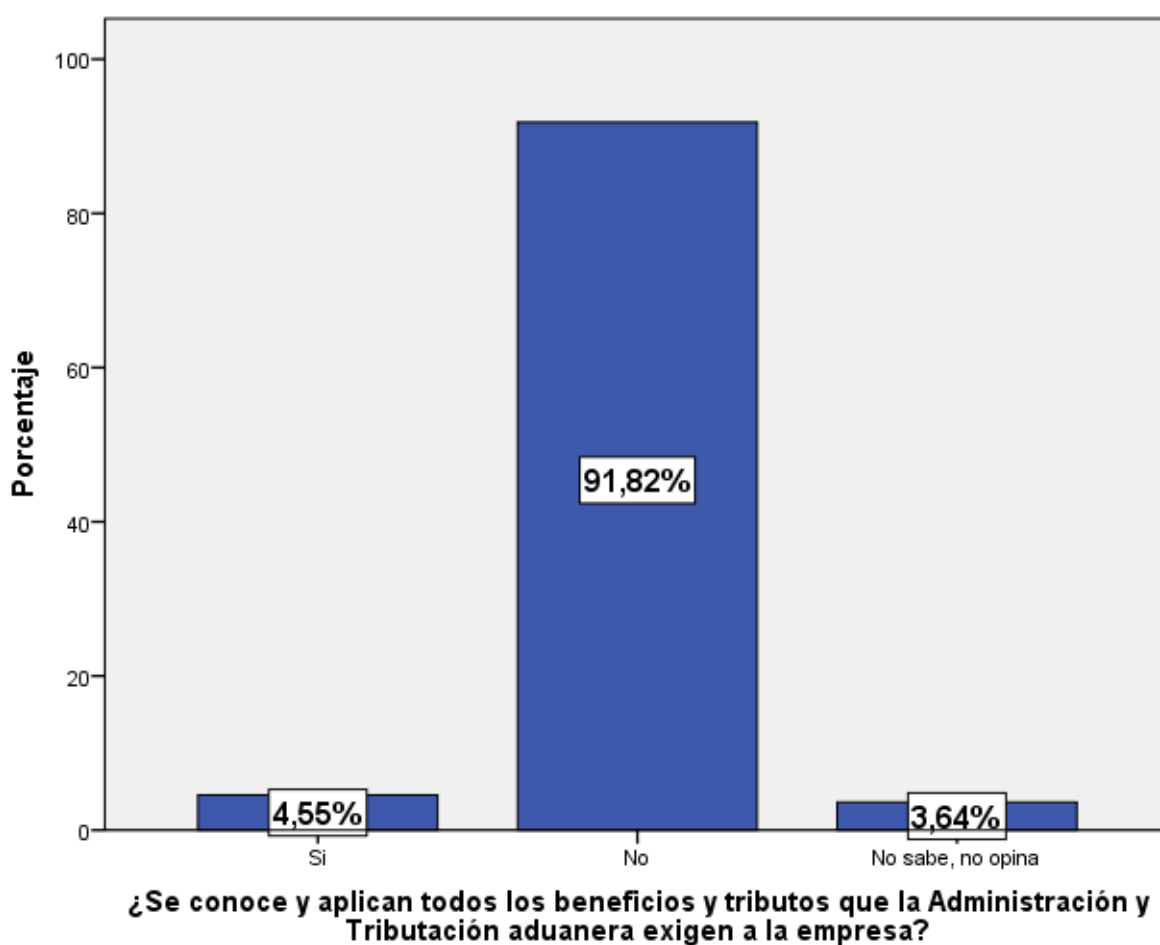
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 2.7% de encuestados pudo responder manifestando que el personal encargado del Proceso de exportación si tiene pleno conocimiento y experiencia en el mismo, el 90.9% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 6.4% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Se conoce y aplican todos los beneficios y tributos que la Administración y Tributación aduanera exigen a la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 |
| No | 101 | 91,8 | 91,8 | 96,4 |
| No sabe, no opina | 4 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



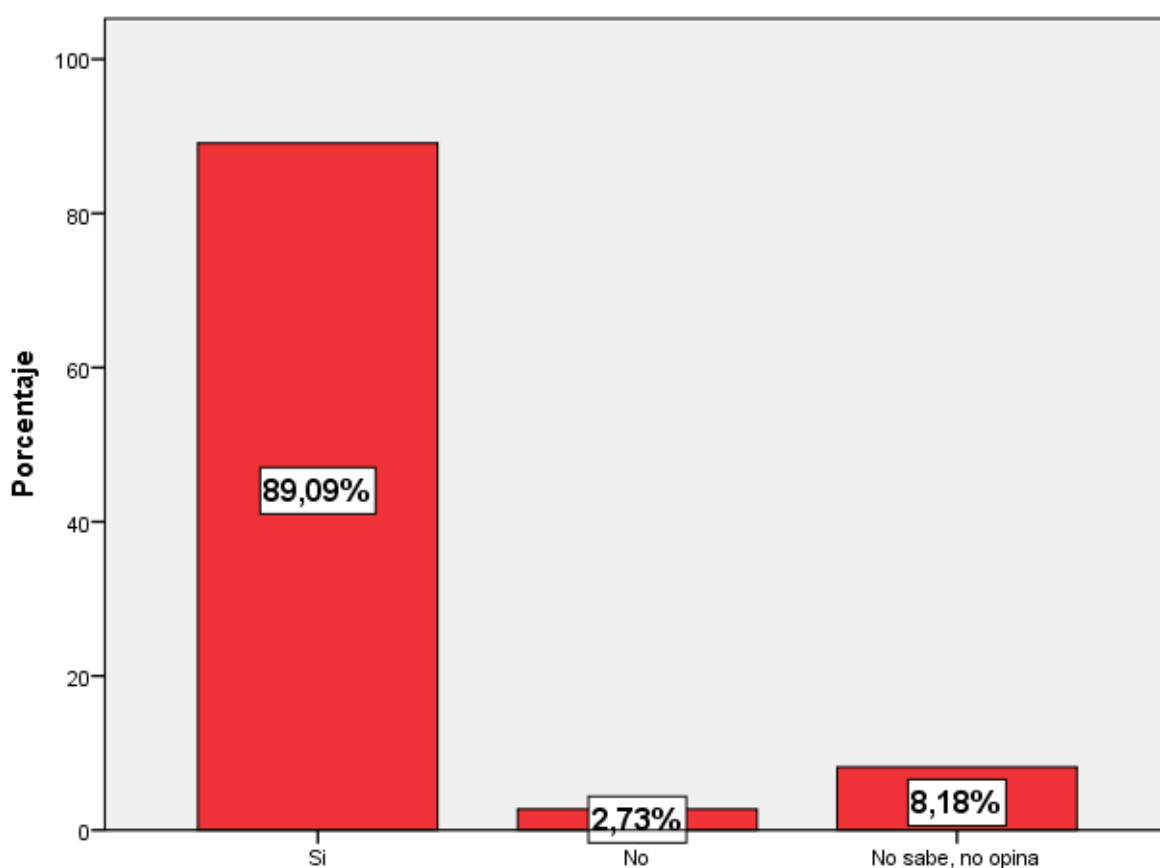
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 4.5% de encuestados pudo responder manifestando que si se conoce y aplican todos los beneficios y tributos que la Administración y Tributación aduanera exigen a la empresa, el 91.8% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 3.6% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Los actuales Aranceles que la empresa tiene que pagar son excesivos y atentan contra los costos de la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 98 | 89,1 | 89,1 | 89,1 |
| No | 3 | 2,7 | 2,7 | 91,8 |
| No sabe, no opina | 9 | 8,2 | 8,2 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



¿Los actuales Aranceles que la empresa tiene que pagar son excesivos y atentan contra los costos de la empresa?

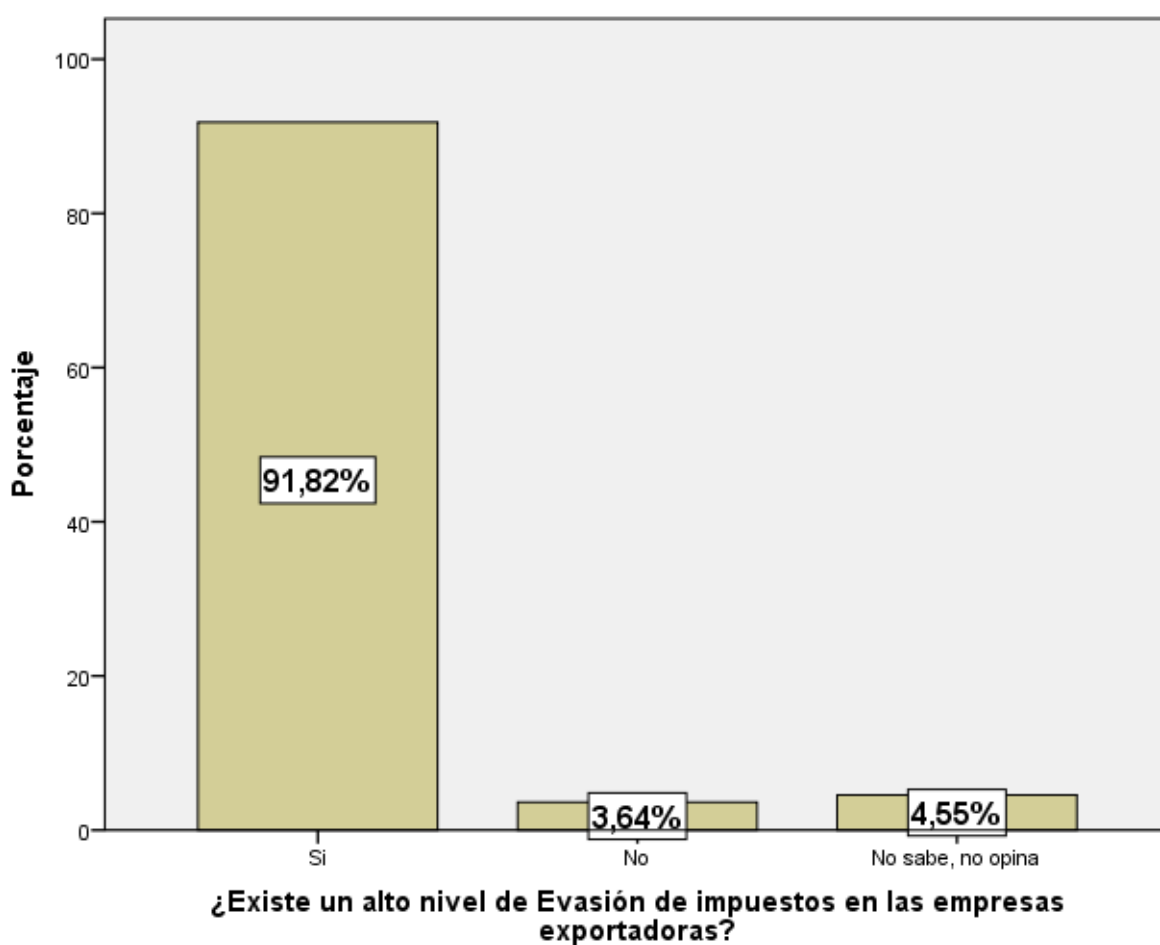
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 89.1% de encuestados pudo responder manifestando que los actuales Aranceles que la empresa tiene que pagar si son excesivos y atentan contra los costos de la empresa, el 2.7% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 8.2% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Existe un alto nivel de Evasión de impuestos en las empresas exportadoras?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 101 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| No | 4 | 3,6 | 3,6 | 95,5 |
| No sabe, no opina | 5 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



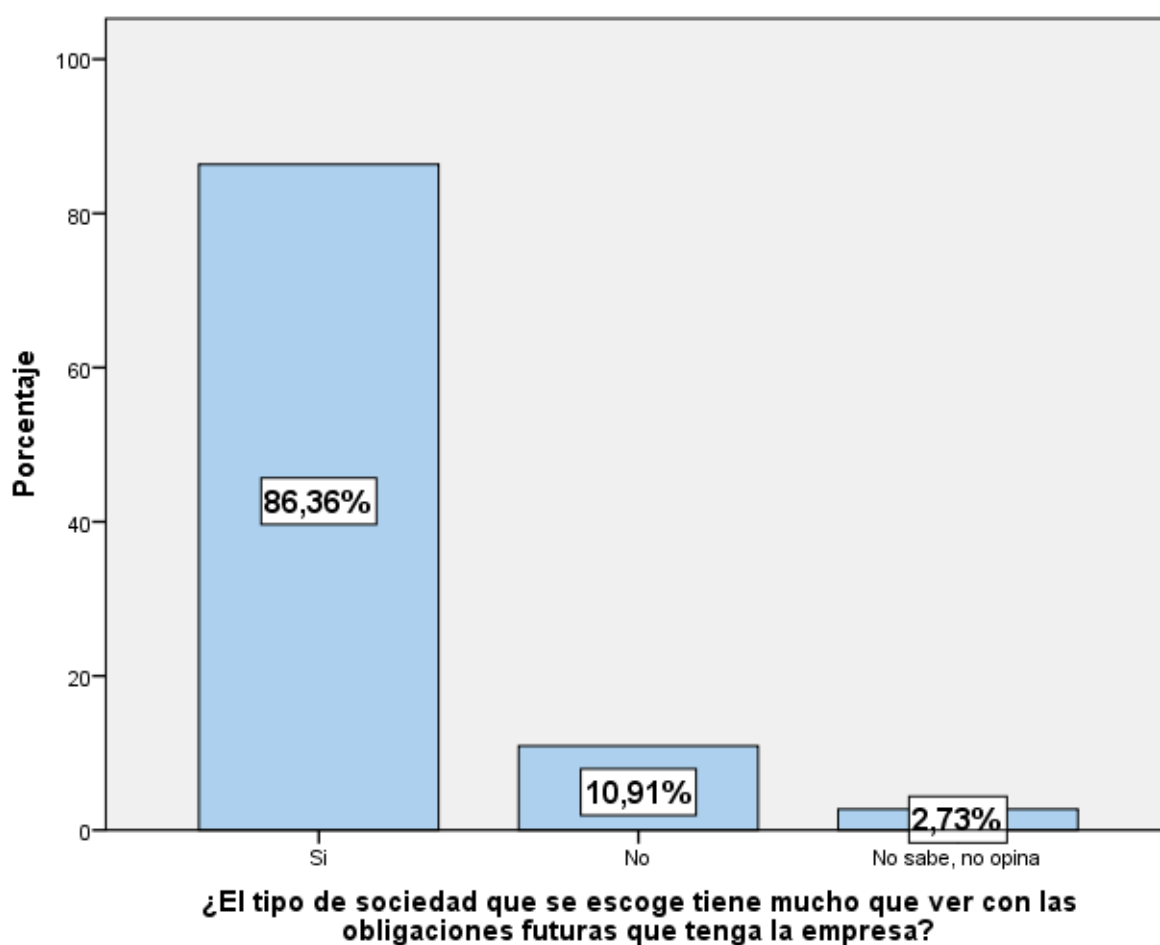
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 91.8% de encuestados pudo responder manifestando que si existe un alto nivel de Evasión de impuestos en las empresas exportadoras, el 3.6% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 4.5% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿El tipo de sociedad que se escoge tiene mucho que ver con las obligaciones futuras que tenga la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 95 | 86,4 | 86,4 | 86,4 |
| No | 12 | 10,9 | 10,9 | 97,3 |
| No sabe, no opina | 3 | 2,7 | 2,7 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



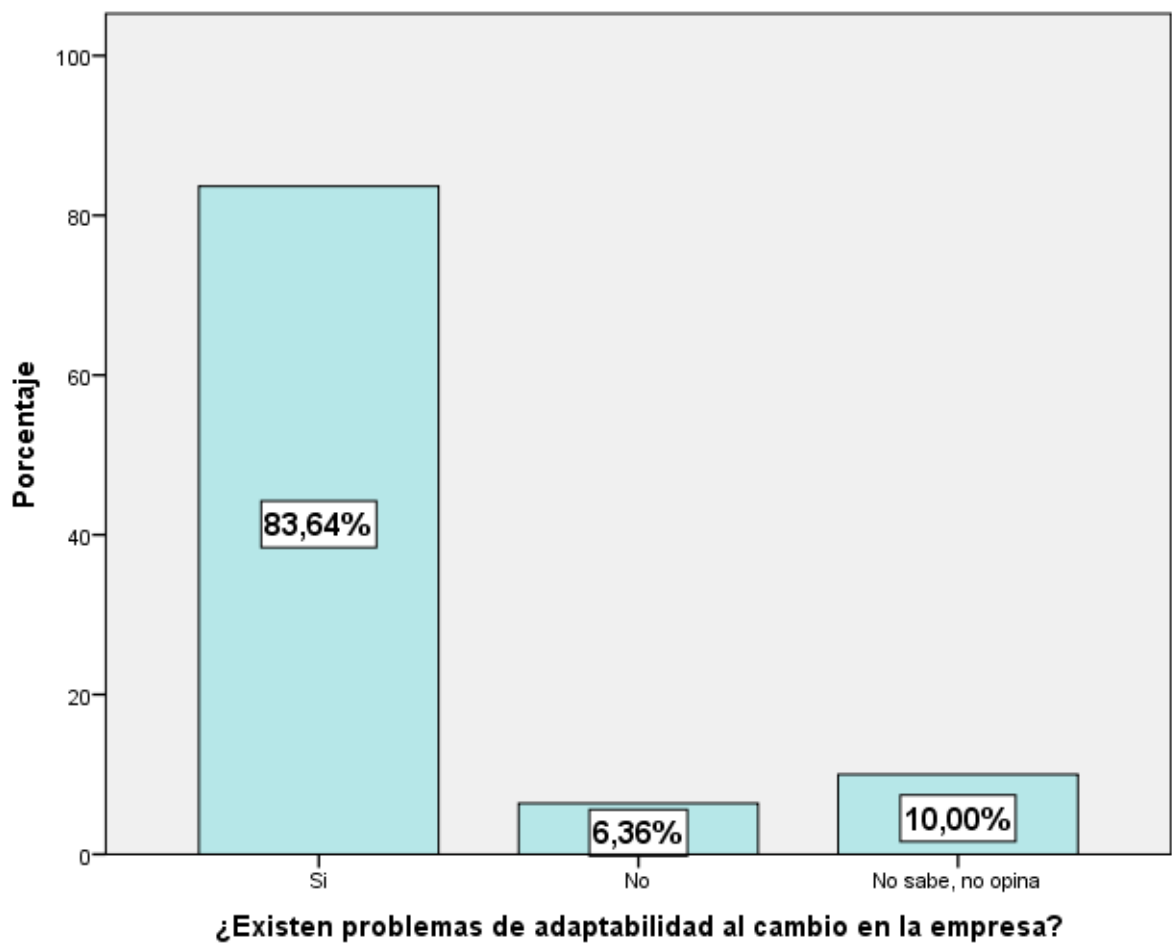
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 86.4% de encuestados pudo responder manifestando que el tipo de sociedad que se escoge si tiene mucho que ver con las obligaciones futuras que tenga la empresa, el 10.9% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 2.7% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Existen problemas de adaptabilidad al cambio en la empresa?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 92 | 83,6 | 83,6 | 83,6 |
| No | 7 | 6,4 | 6,4 | 90,0 |
| No sabe, no opina | 11 | 10,0 | 10,0 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



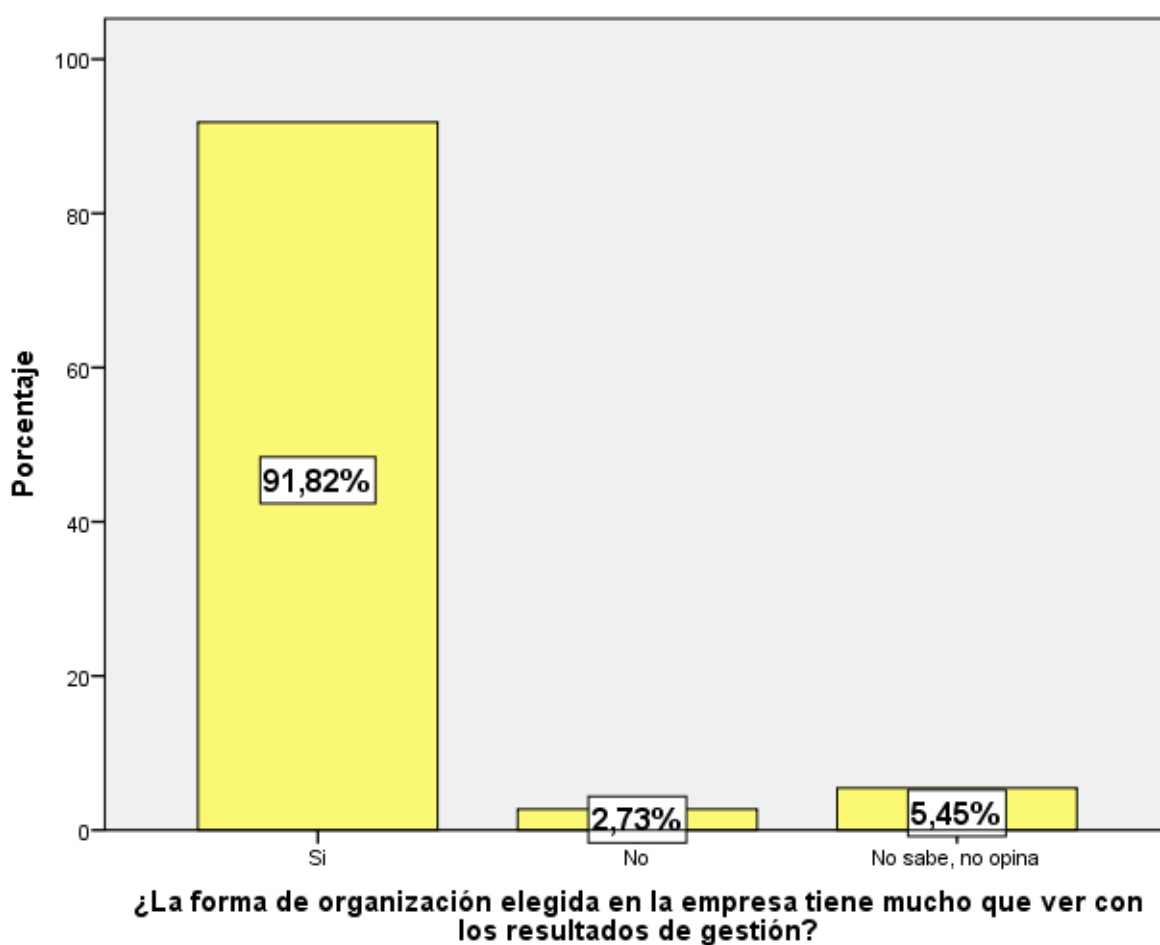
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 83.6% de encuestados pudo responder manifestando que, si existen problemas de adaptabilidad al cambio en la empresa, el 6.4% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 10% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿La forma de organización elegida en la empresa tiene mucho que ver con los resultados de gestión?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 101 | 91,8 | 91,8 | 91,8 |
| No | 3 | 2,7 | 2,7 | 94,5 |
| No sabe, no opina | 6 | 5,5 | 5,5 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



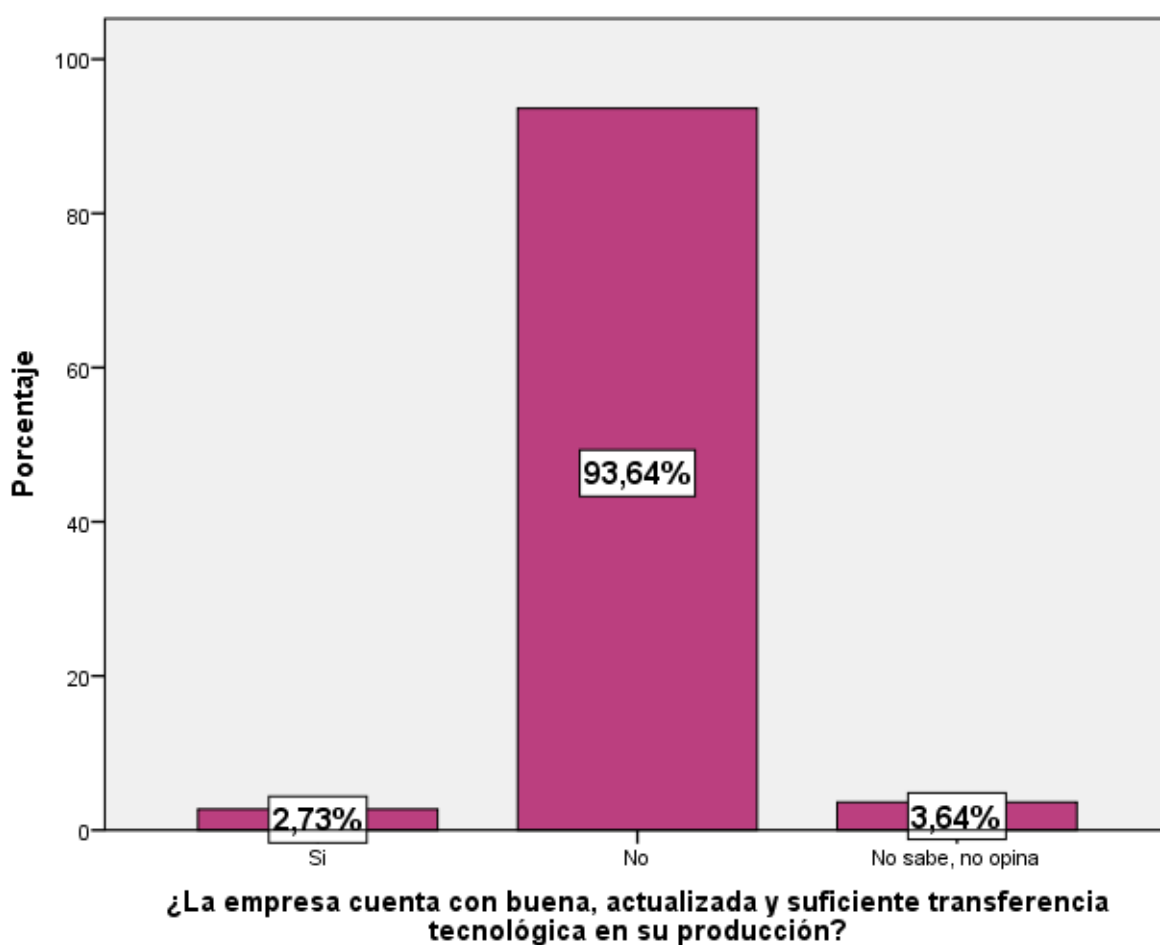
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 91.8% de encuestados pudo responder manifestando que la forma de organización elegida en la empresa si tiene mucho que ver con los resultados de gestión, el 2.7% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 5.5% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿La empresa cuenta con buena, actualizada y suficiente transferencia tecnológica en su producción?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 3 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| No | 103 | 93,6 | 93,6 | 96,4 |
| No sabe, no opina | 4 | 3,6 | 3,6 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



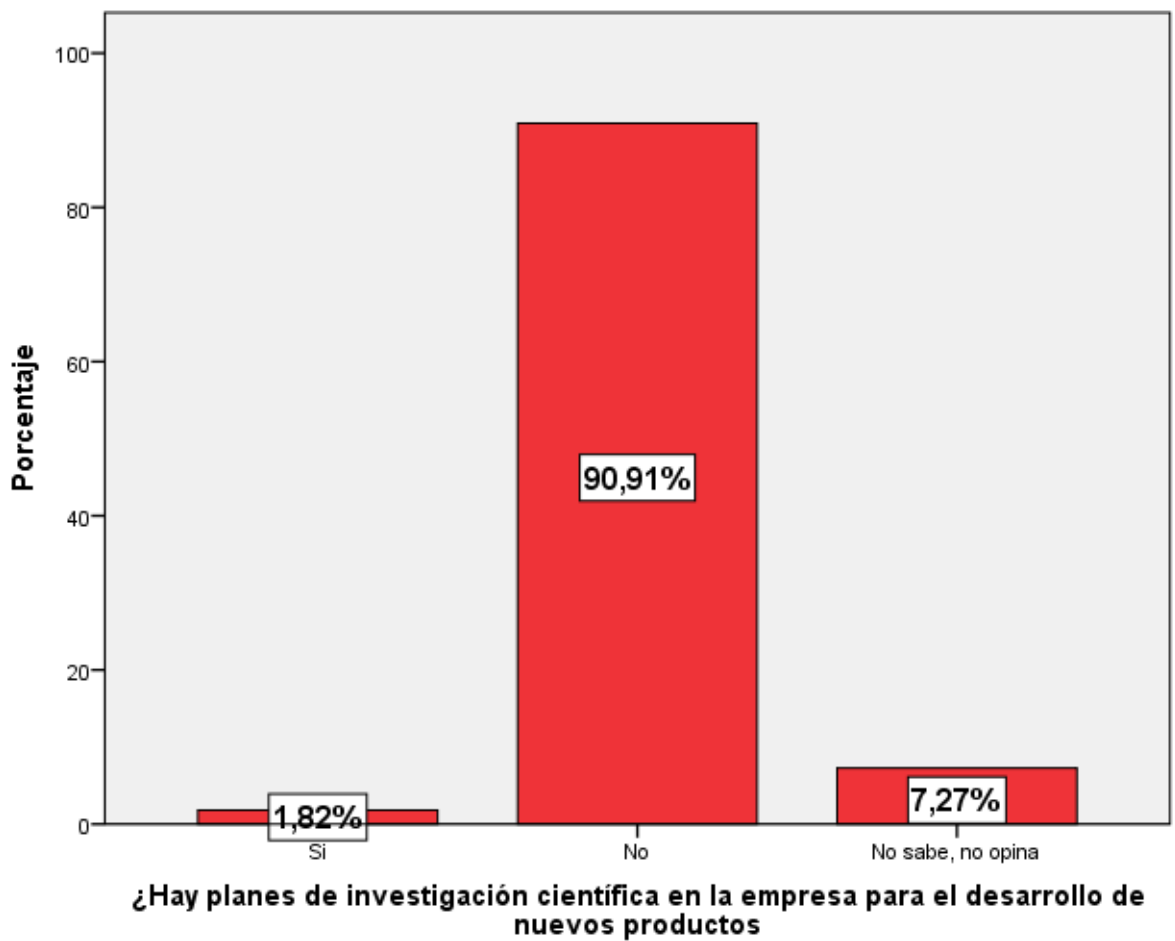
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 2.7% de encuestados pudo responder manifestando que la empresa si cuenta con buena, actualizada y suficiente transferencia tecnológica en su producción, el 93.6% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 3.6% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿Hay planes de investigación científica en la empresa para el desarrollo de nuevos productos

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 2 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| No | 100 | 90,9 | 90,9 | 92,7 |
| No sabe, no opina | 8 | 7,3 | 7,3 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



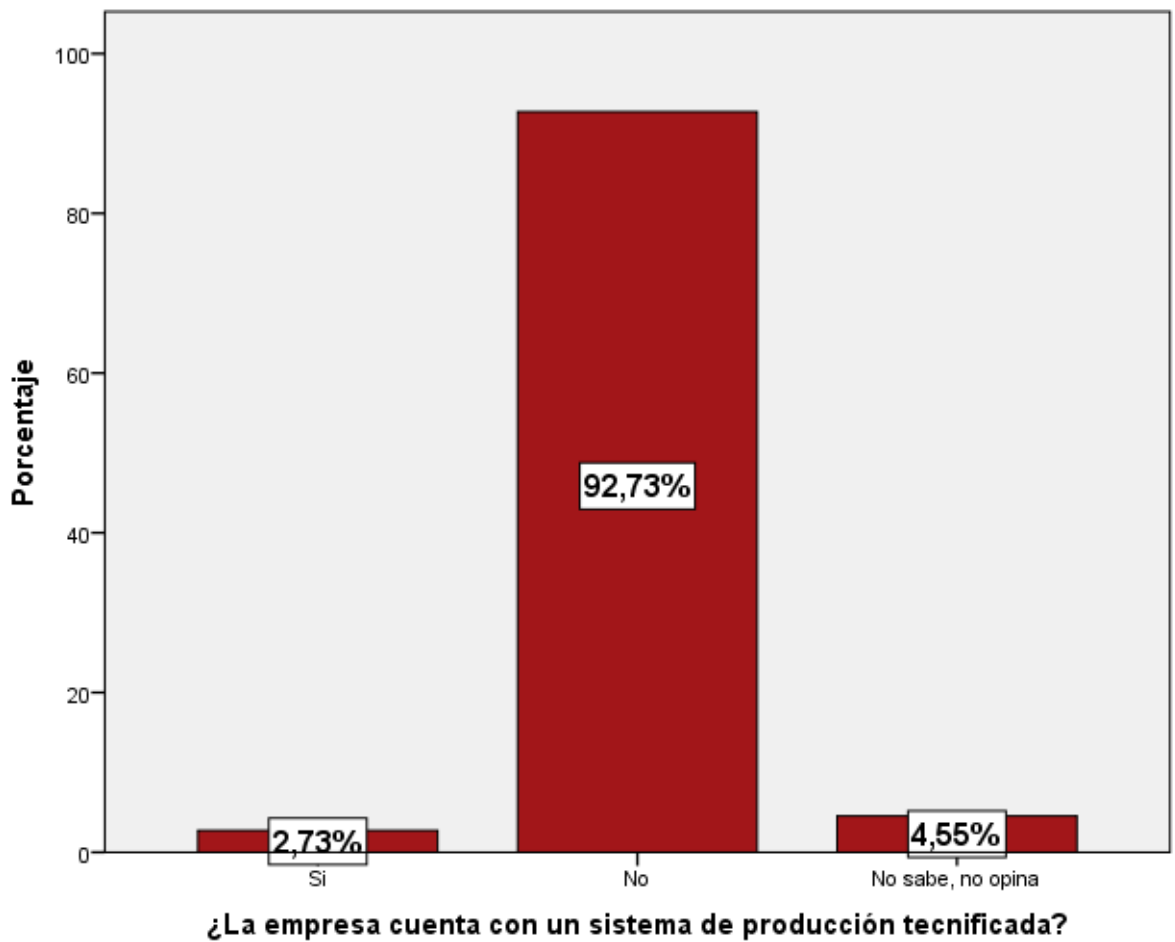
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 1.8% de encuestados pudo responder manifestando que, si hay planes de investigación científica en la empresa para el desarrollo de nuevos productos, el 90.9% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 7.3% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿La empresa cuenta con un sistema de producción tecnificada?

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 3 | 2,7 | 2,7 | 2,7 |
| No | 102 | 92,7 | 92,7 | 95,5 |
| No sabe, no opina | 5 | 4,5 | 4,5 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



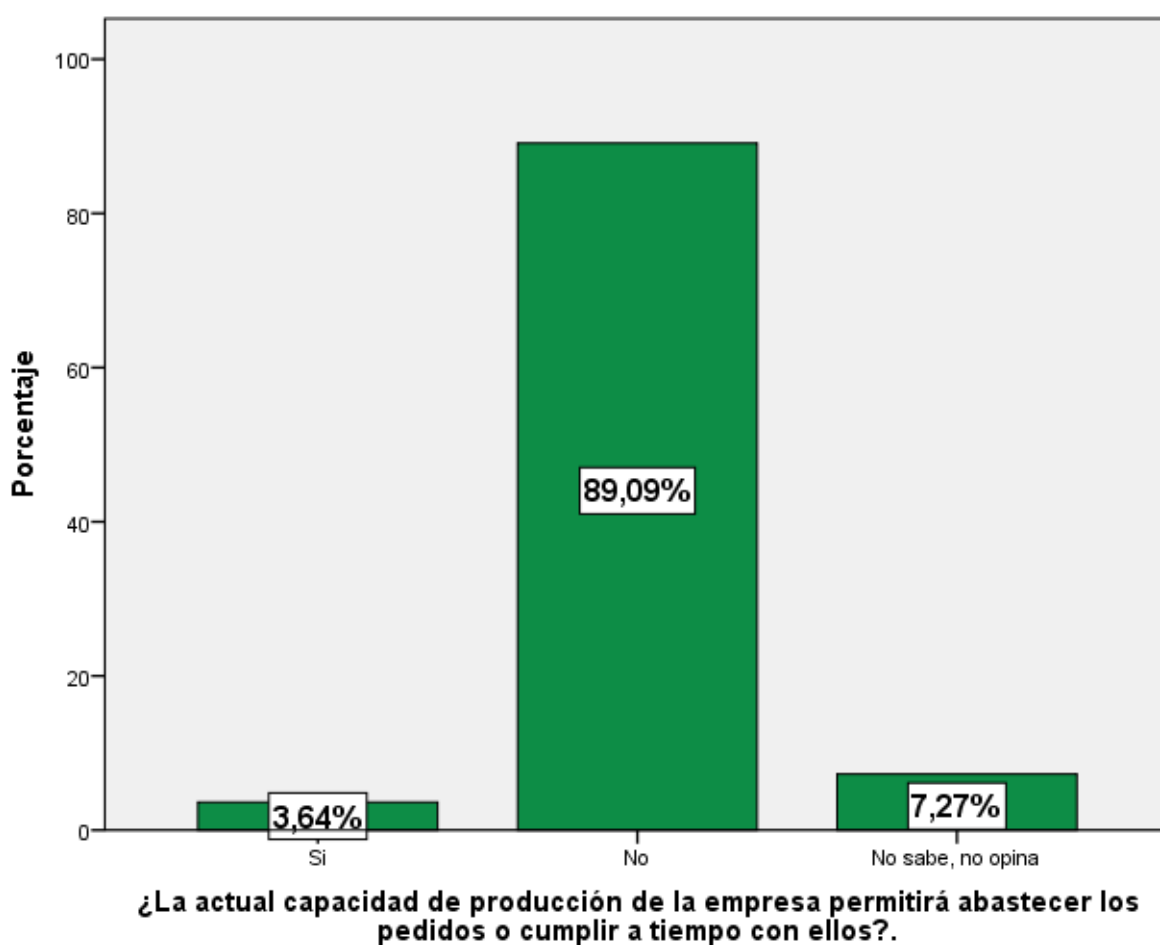
Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 2.7% de encuestados pudo responder manifestando que la empresa si cuenta con un sistema de producción tecnificada, el 92.7% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 4.5% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

¿La actual capacidad de producción de la empresa permitirá abastecer los pedidos o cumplir a tiempo con ellos?.

| | Cant. | % | % válid | % acum |
|-------------------|-------|-------|---------|--------|
| Válido Si | 4 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| No | 98 | 89,1 | 89,1 | 92,7 |
| No sabe, no opina | 8 | 7,3 | 7,3 | 100,0 |
| Total | 110 | 100,0 | 100,0 | |



Fuente: Cuestionario aplicado a personal que labora en las Mypes Exportadoras de la Región Ica. (Elab. prop., 2017)

INTERPRETACIÓN

Respecto a la interrogante formulada: el 3.6% de encuestados pudo responder manifestando que la actual capacidad de producción de la empresa si permitirá abastecer los pedidos o cumplir a tiempo con ellos, el 89.1% respondió en forma contraria a la pregunta realizada y el 7.3% indicó no saber ni opinar respecto la pregunta realizada.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión

Luego de realizada la investigación podemos indicar que:

1. Existen problemas o deficiencias en cuanto a las habilidades gerenciales que deben tener los encargados del manejo de las Mypes exportadoras de la Región Ica y que esto impide el desarrollo, posicionamiento y sostenimiento de las empresas.
2. Del mismo modo otro factor importante y por el cual se presentan problemas en estas empresas es la tasa de interés que pagan por sus préstamos o endeudamientos y el tipo de cambio que no es muy favorable para las exportaciones.

3. Del mismo modo se pudo determinar que no existen estrategias de mercado destinadas al posicionamiento de las empresas en mercados externos.
4. Asimismo, no se tiene en cuenta o no se conoce mucho acerca del manejo tributario y de aranceles en estas empresas, lo que les ocasiona problemas o pérdidas financieras
5. Otros problemas detectados fueron: el alto nivel de evasión tributaria, la informalidad, la falta de organización definida y de manejo de la empresa, la adaptabilidad al cambio de las empresas o la facilidad con que pueden hacerlo las empresas, y el tema tecnológico y de capacidad operativa también es un tema crucial en estos casos y que impiden el posicionamiento y sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

5.2 Conclusiones

Las conclusiones a las que se llegaron en esta investigación fueron:

- a) Se logró determinar que las habilidades gerenciales influyen de manera significativa en la mejora de la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.
- b) También se pudo establecer que las condiciones financieras de mercado inciden significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

- c) Del mismo modo se pudo determinar que las estrategias de mercadotecnia se relacionan con la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.
- d) Finalmente se logró establecer que el conocimiento de la dinámica del comercio exterior incide significativamente en la sostenibilidad de las mypes exportadoras de la Región Ica.

5.3. Recomendaciones

- a. Se recomienda que cuando se elija a los gerentes, administradores, funcionarios o directivos de las mypes exportadoras de la Región Ica, se debe exigir que puedan desarrollar o tener habilidades gerenciales (técnicas, conceptuales y humanas) que deben ser aplicadas a la empresa.
- b. Asimismo, se recomienda que se deben analizar con detenimiento las condiciones financieras en las que las mypes exportadoras se endeudan y evitar pagar muchos intereses, es decir, que se debe optar por mejores tasas de interés y también aprovechar el tipo de cambio para mejorar sus exportaciones.
- c. También es importante que se desarrollen estrategias de mercadotecnia orientadas hacia el impulso y posicionamiento de los productos hacia mercados externos, para ello se deben conocer los perfiles de mercado, la capacidad de respuesta del mercado de destino de los productos, el ingreso o consumo per capita de los potenciales

- consumidores, entre otros aspectos que van a garantizar el posicionamiento y colocación de productos en mercados externos.
- d. Es necesario que se conozca a detalle en la empresa y se cuente con personal especializado y con experiencia comprobada en el manejo del proceso de exportación a fin de minimizar los riesgos o pérdidas que puedan ocasionarse durante este importante proceso.

Referencias

- Adex (2018). *ADEX pide fortalecer políticas de apoyo a la internacionalización de mypes*. Edición digital del 06 de agosto de 2018. Recuperado de: <http://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-pide-fortalecer-politicas-de-apoyo-a-la-internacionalizacion-de-mypes/>
- Aiginger K. (2015). *Competitiveness: from a misleading concept to a strategy supporting Beyond GDP goals*, Competitiveness Review, Special Issue "25 Years after the Competitiveness Advantage of Nations, December 2015.
- Aiginger K., Bärenthaler-Sieber S. and Vogel J. (2013), *Competitiveness under New Perspectives, Working Paper no 44*, WWWforEurope project, European Commission, Brussels, 2013
- Altomonte, Carlo, Gábor Békés (editors) (2016), *Measuring competitiveness in Europe: resource allocation, granularity and trade*, Bruegel Blueprint Series Vol. XIV, Bruegel, Brussels.

- Anzola (2003). *Administración de la pequeña empresa*. Segunda edición. McGraw-Hill. Interamericana. México.
- Balkyte A. and Tvaronaviciene M. (2010), *Perception of competitiveness in the context of sustainable development: facets of sustainable competitiveness*, Journal of Business Economics and Management, Vol. 11:2, pp. 341-365
- Banco Interamericano de Desarrollo – BID (2004). *Factores que afectan la competitividad de las PYMEs*; Recuperado de www.iadb.org
- BID (2010), *Methodology and Principles of Analysis*, in: IMD World Competitiveness Yearbook 2015, IMD, Lausanne
- Bilbao-Osorio B. et al. (2013), *Assessing the Sustainable Competitiveness of Nations*, in: *The Global Competitiveness Report 2013-2014*, The World Economic Forum, Geneva, pp. 53-82
- Chávez, E. y Chacaltana, J. (2004). *Cómo se Financia la Microempresas y el Agro*. Estilos Novo S.R.L. Lima.
- Chiavenato, I. (2011) *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Cock. P., Guillén, M., Ortiz, J. y Trujillo, F. (2004). *Planeamiento estratégico del sector textil exportador del Perú*, PUCP – Lima. Disponible en línea: <http://www.pearsoneducacion.net/dalessio/estrategia/1Planeam>

ientoEstrategicodelSectorTextilExportadordel.pdf. Consultado el 12/09/2015

Colom, A. (1998). *El desarrollo sostenible y la educación para el desarrollo*.

Contreras, J., Castillo, Q. y Salgado, L. (2017). *Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia*. Colombia: Universidad de la Salle. Recuperado de: http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/21572/6/3112137_2017.pdf?sequence=1

Cornejo (2005). *Servicios de Desarrollo Empresarial en el Sector de la Confección El Caso de las Empresas Concentradas en Gamarra*. (Lima - Perú). Lima: Instituto Universitario de Estudios de Desarrollo

D'Alessio, F. (2008). *El proceso Estratégico. Un enfoque de gerencia*. México D.F., Editorial Pearson Educación.

Davelouis, L. (2010). *Empresarios deben involucrarse con la competitividad de país*. (Exposición de Michel Porter), El Comercio Año 171 N° 87.316, Consultado el 13/11/10.

De Soto, H. (1997). *El otro sendero*. Lima: Ausonia,

El Comercio Peru (2018). *El 80% de empresas exportadoras peruanas son mypes*, según ComexPerú. Sección economía. Edición del 31 de Julio del 2018.

Fabozzi, F. (2001). *Mercados e Instituciones Financieras*. México: Prentice Hall Hispanoamericano S.A

- Farinelli, S. (2006). *Sistemas locales de innovación: las empresas pymes metalmecánicas de tandil (1995 – 2005)*. Obtenido en: <http://www.eumed.net/libros/2008b/397/criterios%20cualitativos%20para%20clasificar%20los%20PYMES.htm>
- FitzGerald, John (2015), *Problems Interpreting National Accounts in a Globalised Economy – Ireland*, ESRI: Special Article.
- Foro Económico Mundial World Economic Forum (2014), *The Global Competitiveness Report 2014-2015*, World Economic Forum (WEF), Geneva
- Hausmann R., Rodrik D. and Velasco A. (2005), *Growth Diagnostics*, John F. Kennedy School of Government, Harvard University, Boston
- Heyel, C. (1996). "Enciclopedia de Gestión y Administración de Empresas. Ed. Grijalbo S. A. Barcelona.
- Ivancevich, J. (1996). *Gestión: calidad y competitividad*. Madrid: Ed. Irwin.
- Ketels, Christian, Sergiy Protsiv (2014), *Clusters and the New Growth Path for Europe*, WWWforEurope Working Paper No. 14, WIFO: Vienna.
- Koontz, H. y Wehrich, H. (2009). *Administración una Perspectiva Global*. México: Pearsons.
- Kotler, P. (2010). *Dirección de Marketing*. (14 ed.), México: Pearson Educacion.
- Krugman, Paul (1994), *Competitiveness: A Dangerous Obsession*, Foreign Affairs, Vol, 73, No. 2 (March/April), pp.

- Krugman, Paul (2010) "The New Geography, Now Middle-Aged", Prepared for presentation to the Association of American Geographers, April 16, 2010
- León, J. (2008). Determinantes del proceso de internacionalización de las Pyme peruanas: caso sector confecciones. En revista "Economía y Sociedad" No. 69, publicación del CIES- Nov. 2008
- Ley 28015 (2008). Ley de Promoción y formalización de la micro y pequeña empresa – Ley N° 28015 (03-07-2003) y su reglamento D.S. N° 009-2003-TR
- Macario, S. y Loyola, J. (2009). Estrategia empresarial en una economía global. México: Iberoamericana.
- Mara (2017) "Factores determinantes de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad". Brasil: Universidad de Brasilia. Recuperado de:
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5658/4373>
- Martínez, J. (2006). Factores críticos para el Desempeño Exportador de las Pymes. En TEC-Empresarial, Revista del ITCR, Vol. 1, Ed. 1.
- Maza, J. (2000). El Sistema de Globalización y el Desarrollo Empresarial. 1ª. Ed. Lima – Perú. Universidad De San Martín de Porres.
- Medina., J. (2010). Punto de Vista / Día_1, El Comercio Año 171 N° 87.309 / 6/11/10. Pág. b 13
- Meza, Y. y Meza, J. (2015). "Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles - Confecciones de la

Región Junín Periodo 2014”. Tesis. Huancayo: Universidad Nacional del Centro. Recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1527/MEZA%20MEZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OECD (2012), Promoting Growth in All Regions, OECD: Paris.

Paredes (2008). Estudio de pre-factibilidad para implementar una empresa exportadora de prendas de vestir elaboradas con fibras naturales. PUCP – Lima. Disponible en línea: <http://www.pearsoneducacion.net/dalessio/estrategia/1PlaneamientoEstrategicodelSectorTextilExportadordel.pdf>. Consultado el 12/09/2015

Piketty, Thomas (2014), Capital in the 21st Century, Harvard University Press: Cambridge.

Portal pymempresario.com (2014). Desarrollo sostenible en México es prioridad según empresarios. Recuperado de <http://www.pymempresario.com/2014/12/desarrollo-sostenible-en-mexico-es-prioridad-segun-empresarios/>

Porter M., Rivkin J. and Kanter R. (2013), Competitiveness at a crossroads, Harvard Business School Survey on U.S. Competitiveness, Harvard Business School, Boston

Porter, M. (1986). Ventaja Competitiva. Editorial C.E.C.S.A. México.

Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. México: Compañía Editorial Continental S.A. de C.V.

Porter, M. (1996). Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior. México: Compañía Editorial Continental S.A. de C.V.

Porter, M. (1996). Ventaja competitiva (13ª ed.). México: Ed. CECOSA.

Porter, M. (1997). Estrategia Competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. México: Compañía Editorial Continental S.A. de C.V.

Porter, M. (2000). Estrategia competitiva (técnica para el análisis de los sectores industriales de la competencia). México: Ed. CECOSA.

Rivas, H. (2009). Legislación Aduanera. 2da. Edición. Caracas: Editorial Volumen S.R.L.

Rivero (2008) Globalización, la PYME y Mecanismos de Articulación Empresarial. Lima. Edit. GRJ. S.A.

Robbins, S., Coulter, M. (2012). *Administración*. (12 edición). México: Pearson Educación.

Robles, M. y Saavedra (2009). Estrategia y Racionalidad de la Pequeña Empresa. Lima: OIT.

Robles, M., Máximo, J. y Chacaltana, J. (2001) Estrategia y Racionalidad de la Pequeña Empresa. OIT Lima. Obtenido en: <http://www.grade.org.pe/download/pubs/libros/estrategiayracionalidad.pdf>

Rodríguez, A. (2010). Factores internos que afectan a la competitividad en las empresas. En Revista de la Ingeniería Industrial. Vol. 4.

Obtenido en:

academiajournals.com/downloads/RodriguezGomez10.pdf

Romero, R. (2008). *Introducción a los negocios de exportación*. Buenos Aires: Lemsas

Stiglitz, Joseph, Amartya Sen, and Jean-Paul Fitoussi (2009), Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress, Paris.

Stoner, J., Freeman, E. y Gilbert, D. (2010). *Administración*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana SA.

Tong, J. (2006). *Finanzas empresariales: la decisión de inversión*. Lima: Universidad del Pacífico

Valdaliso, Jesus M., James Wilson (eds.) (2015), *Strategies for Shaping Territorial Competitiveness*, Routledge: London.

Vela, L. (2007). *Caracterización de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) en el Perú y Desempeño de las Microfinanzas*. Marzo 2007.

Velarde (2008). *Diagnóstico Situacional de las Empresas Pequeñas en Lima y Callao*, Universidad Pacifico.

Ženka J., Novotný J. and Csank P. (2012), *Regional Competitiveness in Central European Countries: In Search of a Useful Conceptual Framework*, *European Planning Studies*, Vol. 22:1, pp. 164-183