

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



Una Institución Adventista

Competitividad en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos de Algodón en el Emporio Comercial de Gamarra, Lima, 2018

Por:

Jasmin Lucero Cayetano Chamorro
Dayana Wendy Zapana Cárdenas

Asesor:

Lic. Yngue Elizabeth Ramírez Pezo

Lima, diciembre de 2019



Una Institución Adventista

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

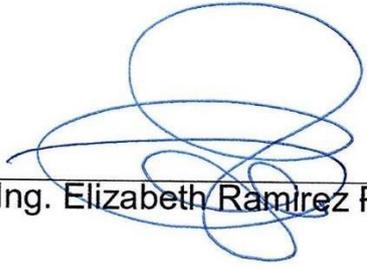
Elizabeth Ramírez Pezo, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: “Competitividad en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos de Algodón en el Emporio Comercial de Gamarra, Lima, 2018” constituye la memoria que presentan los Bachilleres Jasmin Lucero Cayetano Chamorro y Dayana Wendy Zapana Cárdenas para aspirar al Grado Académico de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente constancia en Lima, a los 03 días de diciembre del año 2019.


Ing. Elizabeth Ramírez Pezo

Competitividad en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos de Algodón en el Emporio Comercial de Gamarra, Lima, 2018

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentado para optar el Grado de Bachiller en Administración y

Negocios internacionales

JURADO CALIFICADOR



Dr. Edwin Octavio Cisneros Gonzales

Presidente



Dra. Maritza Soledad Arana Rodríguez

Secretario



Mg. Kelly Dafve Nuñez Rojas

Vocal

Lima, 03 de diciembre de 2019

Competitividad en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos de Algodón en el Emporio Comercial de Gamarra, Lima, 2018

Competitiveness in the Textile Mypes of the Cotton T-shirt Confection Industry at the Gamarra Commercial Emporium, Lima, 2018

Dayana Zapana Cárdenas ^{a*}, Jasmin Cayetano Chamorro ^{a*}, Yngue Elizabeth Ramírez Pezo ^{a*}

^aEP. Administración y Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Peruana Unión

Resumen

El objetivo general del presente trabajo de investigación fue identificar los niveles de la competitividad en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polo de Algodón, tomando en cuenta la realidad crítica de muchas empresas que no ejecutan una adecuada gestión empresarial, puesto que muchas de ellas se manejan en base a lo aprendido (empíricamente). Por ende, da como resultado una negativa en la competitividad. La competitividad es de suma importancia para las empresas, ya que debido a ello se puede notar el crecimiento en el sector económico y social. En el Emporio Comercial de Gamarra existe un gran número de Mypes que contribuyen con el crecimiento económico de nuestro país, pero necesitan maximizar su productividad y administrar de manera adecuada los recursos de las empresas para poder hacer frente a las exigencias del mercado. El diseño de la investigación es de tipo no experimental, presenta un enfoque de tipo cuantitativo, que trata de evaluar y medir un fenómeno en cuestión. La población estuvo conformada por todas las Mypes dedicadas al rubro de confesiones de polos a base de algodón. Participaron un total de 50 empresarios Mypes entre hombres y mujeres. Los resultados del trabajo muestran que existe una correlación positiva y muy significativa entre la variable Competitividad y las dimensiones en estudio: Capacidad de Gestión, Recursos Humanos e Internacionalización.

Abstract

The general objective of the present research work to identify the levels of competitiveness in the Textile Mypes of the Cotton T-shirt Confection, taking into account the critical reality of many companies that do not carry out adequate business management, since many of them are They drive based on what they have learned (empirically). Therefore, it results in a negative competitiveness. Competitiveness is of the utmost importance for companies, since due to this the growth in the economic and social sector can be noticed. In the Gamarra Commercial Emporium there is a large number of Mypes that affect the economic growth of our country, but they need to maximize their productivity and properly manage the resources of the companies in order to meet the demands of the market. The research design is of tipe non-experimental, presenting a quantitative approach, which tries to evaluate and measure a phenomenon in question. The population was made up of all the Mypes dedicated to the field of cotton-based T-shirt confessions. It participates in a total of 50 Mype entrepreneurs between men and women. The results of the work that find a positive and very significant correlation between the variable Competitiveness and the dimensions under study: Management Capacity, Human Resources and Internationalization.

Palabras clave: Competitividad, Capacidad de Gestión, Recursos Humanos, Internacionalización, Gestión Organizacional, Mypes

1. Introducción

El concepto de competitividad ha venido evolucionando con dinamismo y generando diversas expectativas, el cual mantiene interesados a diversos investigadores. Con el paso del tiempo y con la finalidad de dar respuesta a las nuevas condiciones que permitan la competitividad, surgen numerosas teorías, como la teoría de la ventaja absoluta, teoría de la ventaja comparativa, teoría de la ventaja competitiva, teoría ecléctica (ventajas específicas de propiedad, ventajas de internacionalización, ventajas de localización), teoría de internacionalización, teoría del mercantilismo, teoría clásica del comercio internacional y desarrollo económico, teoría del equilibrio y el comercio internacional.

En un primer momento surgió el modelo planteado por Michael Porter (1991), el cual indica que la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar, Porter dice “Las empresas alcanzan ventajas competitivas mediante las innovaciones” (Suñol, 2006). Entender esta situación implica abordar factores necesarios para que los procesos en las industrias resulten viables a fin de desarrollar su innovación. Cuando se habla de innovar y mejorar, se necesita analizar las condiciones, proponer estrategias y sistematizar sus procesos en las industrias. Así mismo Padilla & Juárez (2006), indican

que la competitividad es la capacidad de un país o empresa para generar riqueza, por tal motivo, la capacidad de cada país para generar riqueza depende de su innovación, la calidad de sus recursos humanos, el uso de sus conocimientos y la capacidad empresarial de su sector productivo. Son tantos los factores que se han convertido en elementos esenciales de competitividad y sostenibilidad; y es por ello que existen muchas investigaciones, pero todas concluyen en innovar. De la misma forma, Sánchez, Molina, & Arenas (2009), refieren lo siguiente “La innovación tecnológica constituye un factor importante en la competitividad y se relaciona directamente con la capacidad de innovación, puesto que en la actualidad se habla de desarrollo científico y tecnológico”. Además Matta (2015), menciona que “Basados en esta propuesta la gestión tecnológica implementada en productos, nuevas máquinas y nuevas herramientas permitirían un aumento en la productividad, disminución del tiempo de trabajo, diferenciación en los productos o servicios y un aumento de la calidad de vida de las personas”. En tal sentido, es así como la capacidad de innovación constituye un factor crítico en este nuevo entorno.

Por otro lado, Carro & Gonzalez (2012), sostienen al respecto, que la competitividad es la capacidad de vender más productos y/o servicios y mantener o aumentar su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. También en su libro menciona que a nivel de la empresa existen pocas resistencias cuando se intenta incorporar ciertas innovaciones que suponen un incremento de productividad y un ahorro de los costos. Entonces se entiende que la competitividad es lo que hace o permite a una empresa ser exitosa en el mundo donde se desarrolla. Por ejemplo, cuando logra desarrollar nuevos productos o servicios cuyos costos y calidades son superiores o comparables a los de sus competidores. Hay un concepto importante que nos dice Alarco et al. (2011), “si una empresa realmente quiere ser competitiva, el mercado en que se mantiene o fortalece tiene que ser abierto y razonablemente competitivo”. Esto implica que para competir las empresas deben de contar con un entorno que contribuya a reducir costos y elevar su capacidad de productividad. Entonces, ser competitivo implica mantener el nivel de productividad al menos a la par de la competencia y en el mejor de los casos por arriba de ellos. “La productividad es el resultado preferentemente del mejoramiento de los factores de producción, tal es el caso de capital y del recurso humano”. Ibáñez & Ramirez, (2017)

De acuerdo a Porter (1991), la productividad y la competitividad tienen una estrecha relación, si bien es cierto cada una es diferente entre sí. En tanto, la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de una empresa (bienes y servicios). Burgos (2014). También Casafranca & Pahuachón (2014), dice que la competitividad es un índice que relaciona lo producido por un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos),

que demanda la eficiencia de los recursos (capital, humano, conocimientos, energía, entre otras) para producir.

Mientras que la competitividad, viene a ser la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales alineada con una mejor condición de vida de la población y el único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad. (Porter,1991). Precisamente, la competitividad está relacionada con la capacidad de participar exitosamente en los mercados internacionales. Por tanto, la mejora de la competitividad de las empresas y organizaciones de un país contribuye a la competitividad sectorial, regional y nacional.

No obstante, la competitividad tiene matices complejos, hasta el momento no se ha diseñado un único modelo válido de la competitividad. Entre los modelos planteados existe el modelo de competitividad basada en la concepción de la empresa actual y el hombre, modelo de competitividad multidimensional, modelo de competitividad de Michael Porter, modelo de Luis Garay, Modelo de Jon Azua, entre otros.

Algunas investigaciones citadas por Botero, Giraldo, y Ceballos (2016), indican que, si los responsables de las políticas públicas y los directivos de las organizaciones asumieran que la gestión organizacional y la competitividad son factores claves, siempre y cuando se aproveche adecuadamente, entonces mejorara la capacidad general de la organización dentro de la economía global. Así mismo Gonzalez y Varguez, (2008), afirman que las personas que lideran a la organización, tal como los altos directivos, son parte del recurso que posee mayor potencial para brindar una competitividad y hacerla sostenible.

Es importante destacar que, dentro de los estudios, el concepto de competitividad se cree que inicio paralelamente en dos ámbitos, desde la perspectiva macroeconómica, es decir, desde el punto de vista de la administración gubernamental y de cómo puede ejercer los instrumentos de política económica con la finalidad de crear un medio ambiente favorable para el desempeño de las empresas en la región y desde una visión microeconómica, en la que las empresas por si mismas se implantan a incrementar su eficiencia, calidad, etc., con el fin de obtener un grado de desempeño superior al de sus competidores. Pinillos (2015).

Según Soto (2007) en su investigación “La competitividad de la industria el calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo (caso Myme Tobbex International y El papel de citeccal)”, tuvo como objetivo determinar las perspectivas que existen para iniciar el desarrollo y competitividad de la Micro y Pequeña Empresa del sector calzado, en función a las expectativas existentes sobre un inmediato crecimiento comercial de Perú, determinado por las negociaciones y acuerdos comerciales que se vienen realizando a través del gobierno, concluyendo que existe una organización de nivel técnico creada por el Estado peruano como es el centro de Innovación Tecnológico del Cuero, Calzado e Industrias conexas (CITECCAL)

perteneciente al Ministerio de la producción, cuya función es la promover la innovación en la cadena del cuero y calzado así como brindar servicios especializados de investigación y capacitación a las organizaciones empresariales productoras de cuero y calzado, lo que indica la preocupación del estado para apoyar el desarrollo tecnológico de este sector.

Según Romero y González (2009), en su investigación de “La competitividad de las Mypes Morelianas” han desarrollado para contribuir con la obtención de información y con la generación de conocimiento de las MYPES de Morelia, Michoacan; México, en virtud de que han sido poco estudiadas. De acuerdo a los resultados se percibe que la competencia en el mercado al que acuden las Mypes del sector industrial, ha aumentado durante los últimos tres años a pesar que un 46.2% manifiesta cambios tecnológicos muy importantes, la capacitación de personal no aumentó en la misma proporción, pero sí hubo ahorros en materias primas.

En la investigación “Análisis de capacidades de Gestión del conocimiento para la competitividad de Mypes en Colombia” según Hernandez, Marulanda y López (2013), presentan con objetivo de mejorar su capacidad de resolución de problemas y así contribuir a la sostenibilidad de sus ventajas competitivas, mediante los resultados se llegó a la conclusión que el sector competitivo es más afectado por el débil desarrollo de la gestión del conocimiento, que es del medio ambiente, situación que se ve reflejada actualmente en el país, a pesar de los esfuerzos, planes, iniciativas, programas y proyectos en este sector, parece ser que falta mucho más en el tema. A su vez también se propone que las Mypes deben adoptar prácticas de gestión del conocimiento como: sistemas de lecciones aprendidas, gestión de contenido empresariales, trabajo en redes especializadas de información y conocimiento, sistemas de vigilancia tecnológica e inteligente competitiva, entre otros.

Este estudio se justifica en la necesidad que tienen las Mypes de conocer las herramientas que proponen los modelos de la competitividad para las empresas del Emporio Comercial de Gamarra y el correcto uso de las herramientas como mecanismo de control que otorgan los niveles de la competitividad necesarios para poder competir con otros países en el mercado internacional.

Cabe mencionar, que Gamarra es un lugar de gran movimiento comercial principalmente relacionado con la industria textilera y de la moda, Cavani (2014). El actual Emporio Comercial de Gamarra es un importante mercado tradicional de gran movimiento y dinamismo con sumas económicas de transacciones considerables relacionadas al comercio, la fabricación de calzado y prendas de vestir, la industria de la moda, etc, Chion M.(2002). Por otro lado, también es importante mencionar que hay ciertos sectores en este gran

mercado en donde aún existe informalidad Sandoval (2014) . Al respecto, hoy en día las autoridades públicas de dicho Distrito están trabajando en ello.

El presente trabajo de investigación toma en cuenta dos aspectos, primero identificar las Mypes textiles del rubro de confección de polos de algodón en el Emporio Comercial de Gamarra, que es un complejo comercial y productivo, ubicado en el distrito de La Victoria, departamento de Lima. Y el segundo aspecto es el objetivo de la presente investigación: identificar el nivel de competitividad en las Mypes del rubro de confecciones de polos de algodón en Gamarra 2018. La internacionalización de las empresas es un tema interesante para analizar que nace como respuesta a la crisis, o también a la necesidad de buscar nuevos mercados debido a una caída de la demanda, es por ello que existen diversas teorías que sirven como respuesta a la necesidad de desarrollar un modelo o estructura que permita responder a ese complejo de la internacionalización de las Mypes textiles del rubro de confecciones de polos de algodón en el Emporio Comercial de Gamarra. Así mismo es importante para la formación profesional hacer una búsqueda de los estudios e investigaciones que se han realizado con el fin de aportar soluciones fundamentadas en teorías de la competitividad.

2. Materiales y Métodos

La investigación presenta un enfoque de tipo cuantitativo, que trata de evaluar y medir un fenómeno en cuestión basándose en el uso de técnicas estadísticas que detallará el nivel de competitividad en las Mypes del rubro de confecciones de polos de algodón en Gamarra 2018. Además, es de tipo descriptivo explicativo, que trata de explicar la influencia de las dimensiones con la variable.

Dicho trabajo tiene un diseño no experimental ya que la variable en cuestión no será manipulada durante el estudio. Este trabajo de investigación será desarrollado en las Mypes textiles confeccionadoras de polos para damas a base de algodón en el Emporio Comercial de Gamarra 2018.

2.1. Participantes

Para efectos de investigación, se considerará como población a todas las Mypes dedicadas al rubro de confección de polos a base de algodón. Se contó con la participación 50 empresarios de Mypes entre hombres y mujeres.

2.2. Instrumentos

Para la recolección de datos se utilizará como herramienta de medición de un cuestionario el cual contiene diversos elementos que puedan medir las variables, para posteriormente procesarlos.

Además, para la variable de competitividad se empleará el instrumento realizado por Nunally J. C y Bernstein I.H (1994) en el cual se ha planteado 3 dimensiones: Capacidad de Gestión, Recursos Humano e Internacionalización para medir dicha variable, contando con 11 ítems. El instrumento cuenta con una escala de Likert con valores (1) Totalmente de acuerdo, (2) De acuerdo, (3) Neutro, (4) Desacuerdo, (5) Totalmente desacuerdo.

2.3. Análisis de datos

Así mismo, para la procesar los datos primero se ha realizado una personalización de la variable para poder describir las dimensiones, ítems, indicadores y niveles con el cual se medirá las respectivas variables mediante análisis de estadística descriptiva.

3. Resultados y Discusión

En los resultados se resume los datos compilados y el análisis de los datos que sean relevantes el discurso, presente con detalle los datos a fin de que pueda justificar las conclusiones.

3.1. Baremos

En la tabla 1, se muestra la escala de medición para la variable Competitividad y sus dimensiones: capacidad de gestión, recursos humanos e internacionalización. A partir de ello se clasificaron en bajo, moderado y alto. Se consideró para la dimensión Capacidad de Gestión aquellos valores que son menores a 9 como bajo, aquellos que oscilan entre 9 - 13 como moderado y los superiores a 13 como altos. A la dimensión de Recursos Humanos se consideró bajo a aquellos valores menores a 6, aquellos que oscilan entre 6 - 8 se considera como moderado y a los superiores a 13 como alto. Para la dimensión Internacionalización, se consideró bajo a aquellos valores menores a 5, aquellos que oscilan entre 5 - 8 se considera como moderado y a los superiores a 8 como alto. Finalmente, para la variable en estudio Competitividad, se toman en cuenta los valores menores a 30 para el nivel bajo, 20 – 28 el nivel medio y mayores a 28 para el nivel alto.

Tabla 1 Escala de Medición de la Variable Competitividad y sus Dimensiones

Nivel	Capacidad de gestión	Recursos Humanos	Internacionalización	Competitividad
Bajo	<9	<6	<5	<20
Medio	9 - 13	6 - 8	5 - 8	20 - 28
Alto	13>	8>	8>	28>

3.2. Niveles de percepción de la variable competitividad y sus dimensiones

En la tabla 2, se muestra los niveles de la Competitividad y sus respectivas dimensiones. En cuanto a la dimensión Capacidad de Gestión, el 8% percibe un nivel bajo, 70% un nivel medio y el 22% un nivel alto. En la dimensión Recursos Humanos, el 22 percibe un nivel bajo, 58 % un nivel medio y 20% un nivel alto. Y para la dimensión Internacionalización, el 22% percibe un nivel bajo, el 58 % nivel medio y el 20% un nivel alto. Finalmente, la variable Competitividad muestra que el 22% percibe un nivel bajo, el 58% un nivel medio y el 20% un nivel alto.

Tabla 2 Niveles de Percepción de la Variable Competitividad y sus Dimensiones

<i>Dimensiones</i>	<i>Niveles</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Capacidad de gestión</i>	Bajo	4	8.0%
	Medio	35	70.0%
	Alto	11	22.0%
	total	50	100.0%
<i>Recursos humanos</i>	Bajo	11	22.0%
	Medio	29	58.0%
	Alto	10	20.0%
	total	50	100.0%
<i>Internacionalización</i>	Bajo	11	22.0%
	Medio	29	58.0%
	Alto	10	20.0%
	Total	50	100.0%
<i>Competitividad</i>	Bajo	11	22.0%
	Medio	29	58.0%
	Alto	10	20.0%

total	50	100.0%
-------	----	--------

3.3. Regresión Lineal

Se realizó una prueba de regresión lineal donde presenta diferentes modelos de relación y el nivel de significancia en las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos para Damas a base de Algodón en Gamarra 2018.

En la tabla 3, muestra que el mejor modelo de regresión lineal es el modelo 3, puesto que es aquel modelo que mejor refleja, describe o predice a la variable Competitividad, pues tiene una precisión del 90%, otorgándole un valor de R cuadrado equivalente a .903 y nivel de significancia menor a 0.05.

Tabla 3 Estimación de Modelo de Regresión Lineal

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,808 ^a	.653	.645	3.50087
2	,917 ^b	.841	.835	2.39051
3	,950 ^c	.903	.896	1.89389

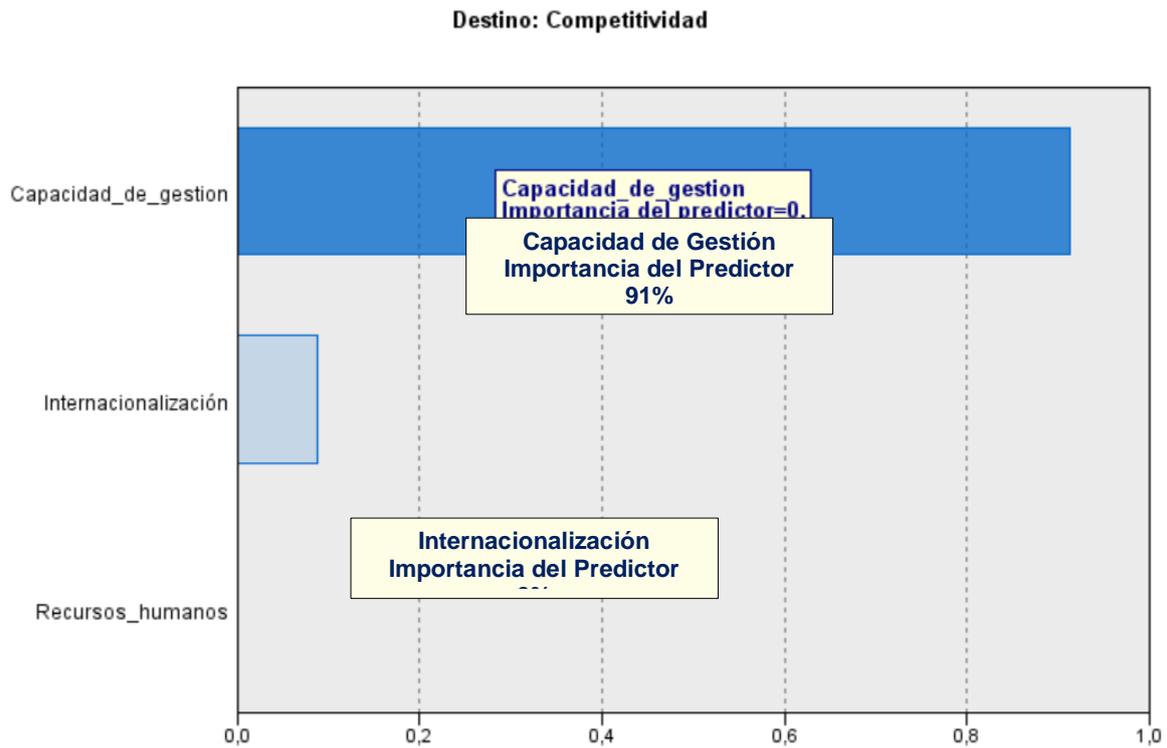
a. V.P: Capacidad de Gestión

b. V.P: Capacidad de gestión, Internacionalización

c. V.P: Capacidad de gestión, Internacionalización, Recursos Humanos

*Variable Predictoras (V.P)

Gráfico 1 Dimensiones Predictoras



En el gráfico 1, podemos observar que la dimensión que más predomina es Capacidad de Gestión con un 91% lo cual quiere decir que tiene mayor influencia dentro de la variable, la dimensión Internacionalización con un 9% lo cual quiere decir que es menor influyente.

3.4. Influencia de la dimensión capacidad de gestión sobre la variable competitividad

En la tabla 4, se determina que la Capacidad de Gestión influye en un 81.6% a la variable Competitividad, referente a las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de polos para damas a base de algodón en el Emporio de Gamarra 2018.

Así mismo se aprecia que el nivel de significancia es menor a 0.05 lo que indica que la influencia de dimensiones en la variable es significativa (influye).

Tabla 4 Capacidad de Gestión

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Sig.
	1,903 ^a	,816	,812	254,860	,000

3.5. influencia de la dimensión recursos humanos sobre la variable competitividad

En la tabla 5, se determina que Recursos Humanos influye en un 78.1% referente a las Mypes Textileras del Rubro de Confesiones de Polos para Damas a base de Algodón en el Emporio Comercial de Gamarra 2018.

Así mismo se aprecia que el nivel de significancia es menor a 0.05 lo que indica que la influencia de dimensiones en la variable es significativa (influye).

Tabla 5 Recursos Humanos

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Sig.
	,884	,781	,777	277,893	,000

3.6. Influencia de la Dimensión Internacionalización sobre la Variable Competitividad

En la tabla 6 se determina que Internacionalización influye en un 61 % referente a las Mypes Textileras del Rubro de Confecciones de Polos para Damas a base de algodón en el Emporio Comercial de Gamarra 2018.

Así mismo se aprecia que el nivel de significancia es menor a 0.05 lo que indica que la influencia de dimensiones en la variable es significativa (influye).

Tabla 6 Internacionalización

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Sig.
	,781	,610	,602	371,098	,000

4. Conclusiones

Las conclusiones finales de la investigación que se presentan a continuación, son los resultados que derivan a partir de los resultados respondiendo a los objetivos de la investigación:

Se pudo identificar que, en cuanto al objetivo general de identificar los niveles de la competitividad de las Mypes del emporio de Gamarra, se muestra un nivel moderado con un 58%. Se encontró que las dimensiones que explican mejor es la capacidad de gestión con un 81.6 % y de influencia junto con Recursos Humanos con un 78.1% de influencia respecto a la competitividad.

En cuanto al primer objetivo de identificar el nivel de Capacidad de Gestión de las Mypes textiles del emporio de Gamarra, se encontró tiene un nivel alto de 81%. Lo que permite inferir que la Capacidad de Gestión si existe relación en influencia en la competitividad de las Mypes Textiles del Emporio Comercia de Gamarra.

Respecto al segundo objetivo de identificar el nivel de Recursos Humanos de las Mypes textiles del emporio de Gamarra, se encontró que tiene un nivel alto de 78%. Lo que permite inferir que Recursos Humanos si existe relación e influencia en la competitividad de las Mypes Textiles del Emporio Comercia de Gamarra.

Y en cuanto al tercer objetivo de identificar el nivel de la Internacionalización de las Mypes textiles, se encontró que tiene un nivel moderado 61%. Lo que permite inferir que si existe relación e influencia en la competitividad de las Mypes Textiles del Emporio Comercia de Gamarra. Finalmente se estableció el modelo que determina el nivel de relación de la dimensión con la variable.

Referencias

- Alarco, G., Anderson, C., Benzaquen, J., Chiri, A., Court, E., D'Alessio, F., ... Zúñiga, T. (2011). *Competitividad y Desarrollo: Evolución y Perspectivas Recientes*. Retrieved from <http://www.ceplan.gob.pe/documents/10157/1e175b2b-22cd-41e9-9735-35f412231ab8>
- Botero, J., Giraldo, M., & Ceballos, O. (2016). *Nivel de productividad y competitividad de empresas del sector comercio que realizan actividades relacionadas con la construcción Level of productivity and competitiveness of companies in the commerce sector engaged in activities related to construction I*. 77–98.
- Burgos, M. (2014). *La política de capacitación como un mecanismo para la mejora de su competitividad: análisis del sector maderero en el distrito de Villa el Salvador- Lima Metropolitana*. 0–130. Retrieved from <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5921>
- Carro, R., & Gonzalez, D. (2012). *Administración Operaciones de las Productividad y Competitividad*. Universidad Nacional de Mar Del Plata, 18.
- Casafranca, M. del carmen, & Pahuachón, M. (2014). Factores que limitan la competitividad de las asociaciones de productores quinua orgánica. *Ciencias Empresariales de La Universidad de San Martín de Porres*, 5(2), 36–48.
- Gonzalez, M. M., & Varguez, J. P. (2008). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y enfoque basado en los recursos. *IEEE International Conference on Fuzzy Systems*, (197), 2242–2249. <https://doi.org/10.1109/FUZZY.2008.4630681>
- Ibáñez, A., & Ramirez, E. (2017). *MÉXICO Y EL ANÁLISIS DE SU COMPETITIVIDAD A TRAVÉS DEL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL*.
- Matta, C. (2015). *LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA COMO VENTAJA COMPETITIVA EN LAS EMPRESAS*.
- Padilla, R., & Juárez, M. (2006). *Efectos de la capacitación en la competitividad de la industria manufacturera estudios y perspectivas*. Retrieved from <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/6/24506/l690.pdf>
- Pinillos, L. (2015). *COMERCIO INTERNACIONAL Y COMPETITIVIDAD DEL MARACUYA PERUANO 2008-2016 TESIS*. 133. Retrieved from <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3292/Bautista Gomez - Nuñez Martos.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las naciones - Ser Competitivo. *La Ventaja Competitiva de Las Naciones*, p. 1056–Cap. 6.Pdf. Retrieved from <http://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1º jornada/2. lectura complementaria/1. ser competitivo - michael e. porter cap. 6.pdf>

SÁNCHEZ, J., MOLINA, G., & ARENAS, C. (2009). *LA INNOVACIÓN COMO FUENTE DE VENTAJA COMPETITIVA: Un análisis del Sector Metalmeccánico de Pereira y Dosquebradas*. (42), 99–104. Retrieved from file:///C:/Users/Alejandra Moná/Downloads/Dialnet-LaInnovacionComoFuenteDeVentajaCompetitivaUnAnalis-4699460 (1).pdf