



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Competitividad y potencial exportador de la Asociación de
Artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORA:

Palacios Saavedra, Alexandra Lisbeth (orcid.org/0000-0001-7239-9442)

ASESOR:

Dr. Cosio Borda, Ricardo Fernando (orcid.org/0000-0002-1765-097X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A mis padres, por su paciencia y apoyo incondicional en mi formación profesional y desarrollo personal.

A mis hermanas, por siempre animarme a seguir, escucharme y aconsejarme cuando lo necesitaba.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la fortaleza y guiarme siempre.

A mi familia, por estar presentes en todo este trayecto.

A mi asesor y a la Universidad, por los conocimientos brindados en esta etapa de formación profesional.

Y a mis amigas, por brindarme su apoyo y acompañarme en esta etapa.

Declaratoria de Autenticidad del Asesor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, COSIO BORDA RICARDO FERNANDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023", cuyo autor es PALACIOS SAAVEDRA ALEXANDRA LISBETH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 08 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RICARDO FERNANDO COSIO BORDA DNI: 70586255 ORCID: 0000-0002-1765-097X	Firmado electrónicamente por: RCOSIOB el 08-12- 2023 09:57:12

Código documento Trilce: TRI - 0688598



Declaratoria de Originalidad del Autor



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, PALACIOS SAAVEDRA ALEXANDRA LISBETH estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis Completa titulada: "Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis Completa:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ALEXANDRA LISBETH PALACIOS SAAVEDRA DNI: 72493358 ORCID: 0000- 0001-723-9442	Firmado electrónicamente por: ALPALACIOS el 08-12- 2023 23:33:01

Código documento Trilce: TRI - 0688597



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
Declaratoria de Autenticidad del Asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	11
3.3. Población, muestra y muestreo.....	13
3.3.1. Población.....	13
3.3.2. Muestra.....	13
3.3.3. Muestreo.....	14
3.3.4. Unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos	16
3.6. Método de análisis de datos.....	16
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS	18
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	31
ANEXOS.....	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Criterios de inclusión y exclusión	13
Tabla 2	Fiabilidad del cuestionario de la variable competitividad	15
Tabla 3	Fiabilidad del cuestionario de la variable potencial exportador	15
Tabla 4	Variable Competitividad	18
Tabla 5	Variable Potencial Exportador (PE)	19
Tabla 6	Coefficiente de correlación entre las variables competitividad y potencial exportador	20
Tabla 7	Coefficiente de correlación entre la dimensión performance y la variable potencial exportador	21
Tabla 8	Coefficiente de correlación entre la dimensión recursos y la variable potencial exportador	22
Tabla 9	Coefficiente de correlación entre la dimensión potencial (IyD e innovación) y la variable potencial exportador	23

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023. Se utilizó una metodología de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal y de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 380 artesanas de la Asociación y se consideró una muestra de 30 artesanas. Los datos obtenidos fueron procesados en el Spss y analizados a través de la estadística descriptiva e inferencial. Se obtuvo como resultados un coeficiente de correlación entre las variables competitividad y potencial exportador de 0.581, lo que valida la hipótesis general. Asimismo, se comprobó que existe una correlación positiva moderada entre las dimensiones de la variable competitividad y el potencial exportador de la Asociación, puesto que las hipótesis específicas fueron validadas al obtener un coeficiente de 0.654 entre la performance y el potencial exportador, un valor de 0.584 entre la dimensión recursos y el potencial exportador y, finalmente, un coeficiente de 0.483 entre la última dimensión y el potencial exportador.

Palabras clave: Competitividad, potencial exportador, asociación de artesanas, performance, recursos.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between competitiveness and the export potential of the Association of Artisans Pedregal Grande, Catacaos 2023. An applied methodology was used, with a quantitative approach, a non-experimental design with a cross-sectional and correlational level. The population consisted of 380 craftswomen from the Association and a sample of 30 craftswomen was considered. The data obtained were processed in Spss and analysed using descriptive and inferential statistics. The results showed a correlation coefficient between the variables competitiveness and export potential of 0.581, which validates the general hypothesis. Likewise, it was proven that there is a moderate positive correlation between the dimensions of the competitiveness variable and the Association's export potential, since the specific hypotheses were validated by obtaining a coefficient of 0.654 between performance and export potential, a value of 0.584 between the resources dimension and export potential and, finally, a coefficient of 0.483 between the last dimension and export potential.

Keywords: Competitiveness, export potential, craftswomen's association, performance, resources.

I. INTRODUCCIÓN

La competitividad es un desafío esencial para el crecimiento de distintas organizaciones, pues ser competitivo significa ofrecer productos o servicios comparables a los de la competencia, pero creando un mayor valor agregado. En muchos aspectos, la competitividad es un tema muy importante, puesto que se ha considerado una condición necesaria para obtener notables ganancias económicas (González, 2015).

Un mercado que va en crecimiento y ofrece muchas oportunidades debido al aumento de la demanda es el mercado mundial de las artesanías, el cual en el año 2020 tuvo un valor de \$788 000 millones. Por ello, el CCI espera que esta cifra se incremente en el futuro, a medida que las ventas en línea y el comercio electrónico hagan que el arte sea más accesible. No obstante, si bien esta industria es la segunda que brinda más empleos en el mundo, no cuenta con los fondos suficientes, la digitalización adecuada o el acceso a financiación y nuevos mercados (ITC, 2022).

Se puede definir el potencial exportador como la facultad que tiene una organización para comercializar sus artículos en el exterior, empleando sus fortalezas al mismo tiempo que aprovecha las oportunidades que presentan los mercados internacionales. Por tanto, la indagación del potencial exportador puede ser fundamental para la integración de la organización al mercado internacional, puesto que podría identificar oportunidades en diferentes etapas del proceso de comercio exterior (Paredes, 2011).

Según Ellis y Lo (2019), indicaron que los productos artesanales son significativos para las economías de diversos países y han sido promovidos para acceder al mercado internacional. Algunos de los productos que son reconocidos internacionalmente por su excelente calidad, son los elaborados en paja toquilla. Por ejemplo, el arte de tejer y elaborar artesanías con paja toquilla es una de las actividades que sustenta a varias familias en Ecuador. Por lo tanto, el valor exportado de estas artesanías en los últimos cinco años en Ecuador fue de 63,56 millones de dólares y 400,13 toneladas (González, 2021).

Así como en Ecuador, en el Perú, la artesanía también sustenta a varias familias. Por ello, en Pedregal Grande, se continúa la tradición de la artesanía elaborada en paja toquilla y es donde Martha Sosa, lidera la Asociación de artesanas Pedregal Grande. (Redacción RPP, 2019). Sin embargo, pese a los años de experiencia en esta actividad artesanal, aún hace falta una mejor visión empresarial del negocio, para incrementar las ventas a nivel nacional y expandirse al exterior. Por ello, se seleccionó la Asociación de artesanas para evaluar su competitividad y potencial exportador, pues de esta manera se puede medir su apertura a mejores oportunidades de negocio y aumentar los beneficios que contribuyan con la mejora del bienestar de las artesanas.

En cuanto a la justificación metodológica, Alvarez (2020) indica que su propósito es describir las razones para usar la metodología propuesta y enfatizar la importancia de utilizarla. Por tal razón este proyecto tuvo un enfoque cuantitativo y de nivel correlacional, puesto que se intentó comprender la relación entre dos variables y comprobar distintas hipótesis a través de un análisis estadístico. Además, el estudio tuvo un diseño no experimental y de corte transversal, pues no se manipularon deliberadamente las variables y se recopiló información en un periodo de tiempo establecido. Respecto a la justificación teórica, se tomó en cuenta algunas de las teorías de distintos autores relacionadas a las variables del estudio, lo que permitió el desarrollo adecuado de este estudio.

En la justificación práctica, de acuerdo a Alvarez (2020), se debe incluir una descripción de cómo los resultados de la investigación cambiarán la realidad del campo de estudio, por ello, esta investigación precisó la relación que existe entre las variables estudiadas, la cual fue hallada a través de datos que fueron analizados de manera estadística y de esta forma, contribuir a que la Asociación mejore en los aspectos evaluados.

La justificación desde el panorama social, es que pretendió transmitir a las artesanas de la mencionada Asociación la importancia de la competitividad y del potencial exportador de sus artesanías, lo que puede ayudarles a posicionar mejor sus

productos en el mercado, tener un incremento en las ventas y mantener esta tradición que pertenece a la identidad cultural de los piuranos.

Por esta razón, esta investigación abordó como problema general ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023? y como problemas específicos PE1: ¿Cuál es la relación que existe entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023? PE2: ¿Cuál es la relación que existe entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023? PE3: ¿Cuál es la relación que existe entre el potencial (I y D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023?

Asimismo, se planteó como objetivo general determinar la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023 y como objetivos específicos OE1: Determinar la relación que existe entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023 OE2: Determinar la relación que existe entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023 OE3: Determinar la relación que existe entre el potencial (I y D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.

De igual forma, se planteó como hipótesis general que existe una relación positiva entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023 y como hipótesis específicas que 1) Existe una relación positiva entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023, 2) Existe una relación positiva entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación Pedregal Grande, Catacaos 2023 y 3) Existe una relación positiva entre el potencial (relacionado a la I y D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

II. MARCO TEÓRICO

Se consideraron antecedentes a nivel nacional como a Alva y Dilas (2023), quienes tuvieron como objetivo en su investigación hallar la relación entre las ventajas competitivas y el PE de los artesanos de Cajamarca. El tipo de estudio fue básico, descriptivo correlacional, no experimental y transversal. Su población estudiada fueron 36 artesanos. El instrumento empleado fue un cuestionario. Se obtuvo como resultados la existencia de una relación significativa entre las ventajas competitivas en costos, diferenciación y por enfoque con la variable potencial exportador.

También se consideró a Mendivil (2021), quien planteó en su estudio el objetivo de hallar el enlace concreto entre las variables competitividad y potencial exportador de una organización en Cusco. Su investigación fue cuantitativa, tipo básica, descriptivo correlacional y no experimental transversal. La población de la investigación fue conformada por 50 y la muestra por 45 empleados de la empresa estudiada. El instrumento empleado fue el cuestionario. Se obtuvo como resultados que sí hubo una correlación positiva de ambas dimensiones de la competitividad y el potencial exportador.

Asimismo, Noblecilla y Rivera (2020) en su investigación tuvieron como objetivo hallar los componentes de producción que aumentan la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en La Arena. La investigación fue de tipo básica y nivel descriptivo. La muestra estudiada fueron 53 artesanas y el instrumento empleado fue un cuestionario. Se obtuvo como resultados que las tácticas de capacitación y el presupuesto que efectúan la municipalidad del distrito y algunas ONGs son unos de los componentes que aumentan la competitividad de la artesanía de paja toquilla, permitiendo que este tipo de artesanía pueda introducirse en mercados internacionales.

También, Paredes (2023) sugirió en su tesis el objetivo de evaluar como influyó la competitividad en el potencial exportador de una empresa que exporta arándanos. La tesis fue básica, cuantitativa, no experimental transversal y explicativa. La muestra del estudio fueron 27 jefes de dos áreas de la empresa. Se obtuvo como hallazgos que

la variable competitividad se relaciona directamente con la variable potencial exportador; así como se demostró que existe una correlación directa entre las dimensiones de la variable uno y el potencial de exportación de la empresa estudiada.

Por último, se tomó en cuenta a Cruz y Perez (2022), quienes tuvieron como objetivo identificar la existencia que se puede enlazar entre los componentes de la competitividad y la variable potencial exportador de las entidades exportadoras de cítricos. El estudio fue básico, de enfoque mixto, no experimental y descriptivo correlacional. La muestra del estudio fueron 25 funcionarios y jefes de diferentes áreas. El instrumento aplicado fue un cuestionario de 47 preguntas, con el que se obtuvo como resultados que sí existe una relación significativa entre los componentes de la variable competitividad y el potencial de exportación de las organizaciones peruanas que exportan cítricos, la cual fue favorecida grandemente por la utilización de los AC entre Perú y otros países.

En cuanto a estudios previos a nivel internacional, se consideró a Elias (2019), quien tuvo como objetivo aumentar la comprensión de los determinantes de la competitividad de la industria de la madera de olivo mediante la aplicación del modelo del diamante de Porter. La investigación siguió un enfoque descriptivo. La población estudiada fueron 110 propietarios de talleres de madera de olivo en Belén. Los instrumentos empleados fueron un cuestionario y entrevistas. Se obtuvo como resultados de la investigación que, aunque la industria de la madera de olivo cuenta con condiciones estables y tienen una demanda local constante, no son suficientes para obtener y mantener una ventaja competitiva. Además, basándose en el modelo del diamante, es recomendable establecer una institución que pueda liderar y mejorar esta industria.

Asimismo, Traiyarach y Banjongprasert (2022), tuvieron como objetivo evaluar las estrategias y la competitividad de la exportación de productos artesanales. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo y su muestra fue de 400 empleados de 46 empresas de productos artesanales que exportan utilizando el transporte marítimo. Con estos hallazgos obtuvieron que sus cuatro hipótesis fueron apoyadas a nivel

estadístico y que la estrategia de diferenciación de nicho afecta positivamente al desempeño de las exportaciones. Además, se indica que la competitividad de la promoción de exportaciones media parcialmente la relación entre la estrategia de diferenciación de nicho y el desempeño de exportaciones.

Además, se consideró a Espino (2022), quien tuvo como objetivo determinar de qué manera las empresas michoacanas pueden volverse más competitivas ante los mercados globales. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y correlacional. La población estudiada estuvo conformada por once empresas exportadoras de esferas navideñas en el municipio de Tlalpujahua. El instrumento empleado fue un cuestionario. Se obtuvo como resultados que se comprueba la conexión positiva entre la ampliación de la innovación y tecnología con el incremento de la competitividad, así como que es indispensable incrementar estos elementos en sus procesos y productos, al comprobar que solo el 56% de las prácticas empresariales que se realizan a diario se relacionan con el implemento de las mismas.

También, Teo et al. (2020), en su artículo tuvieron como objetivo evaluar la competitividad de la industria artesanal de Sri Lanka utilizando el modelo de análisis del diamante de Porter. Se obtuvo como resultados que la ventaja competitiva del sector reside más en factores especializados, como las competencias relacionadas con los servicios o las estrategias de diferenciación, por tanto, deberían enfatizar la educación y la formación de competencias relacionadas con estos factores. De esa manera, los fabricantes nacionales de artesanías pueden compartir conocimientos sobre el mercado y ofrecer soluciones más integradas a los futuros artesanos.

Del mismo modo, Montealegre et al. (2019), en su artículo tuvieron como objetivo identificar la competitividad de las pymes en Tolima y Cundinamarca para la internacionalización de productos agrícolas y su potencial exportador. Los resultados del artículo fueron que ambos departamentos representan centros productivos que desean incrementar su competitividad y son pioneros en la producción de diferentes alimentos. Además, menciona que las pymes de esta región solicitan más apoyo en la

certificación de sus productos, el asesoramiento de las entidades del gobierno y especialistas en comercio internacional para estar a la altura de la competencia.

En relación con el fundamento teórico de la investigación, se desarrolló la revisión de algunas teorías concernientes a la competitividad. Se consideró primero a David Ricardo, quien de acuerdo a Ráez et al. (2021) sostuvo que las fuerzas del mercado distribuyen los recursos a los sectores más productivos en su teoría de la ventaja comparativa. También sugería que las naciones se centraran en exportar artículos en los que fueran superiores a otros países. Por esta razón, escoge a dos países, Inglaterra y Portugal, los que producirían dos bienes, tela y vino. Al suponer que la productividad laboral varía entre países e industrias, concluye que Portugal tiene una mayor productividad en ambos bienes. Por ello, indica que, si cada país se especializaba en un bien, la producción de ambos incrementaría y, al elegir términos de intercambio apropiados, los países obtendrían más bienes.

Michael Porter explicó en su teoría de la ventaja competitiva, que las ventajas de un país surgen de la tecnología, no de la dotación de factores. (Nava et al. 2020). Además, se indicó que el motivo por el que algunas organizaciones obtienen más popularidad en lograr ventajas competitivas, sostenibilidad a largo plazo y rendimiento por encima del promedio de la industria, tienen raíz en la formulación de la estrategia empresarial, que se considera como la maximización de beneficios y el plan a largo plazo de la empresa según Porter (1997).

También se consideró a Jerusalmi y Camacho (2007), quienes proponen en su Índice de competitividad que, en una empresa la competitividad está determinada por tres dimensiones relacionadas: performance, recursos y potencial. Además, explica que una empresa es parte de su entorno y tiene varios recursos disponibles para competir en el mercado y, al utilizar estos recursos para competir, gana espacio en el mercado y construye su base competitiva. Asimismo, señalan que su desempeño en el mercado dependerá de cómo utilice estos recursos y si la empresa es lo suficientemente buena como para persistir en el rubro al que pertenece. Del mismo modo, el potencial de la empresa estará relacionado con su capacidad para desarrollar

ventajas competitivas, a la I y D y la innovación. Esta teoría de la competitividad es en la que se basó este estudio.

Por otro lado, para la variable potencial exportador se consideró a De la Hoz et al. (2016), quienes crearon metodológicamente la medida del potencial exportador de las entidades empresariales, un modelo econométrico que puede ser utilizado para cuantificar el PE de las organizaciones considerando 16 principios importantes. Para su desarrollo, utilizaron las dimensiones previamente propuestas por Kaplan y Norton en su Modelo del cuadro de mando integral, y le añadieron un factor adicional: el mercado. Además, se tomó en cuenta a el economista Steffan Linder, quien en el año de 1961 planteó la teoría de similitud de países, la cual propone que, si dos países tienen patrones de demanda similares, los consumidores demandarán los mismos productos de la misma calidad y complejidad. Este fenómeno también se denomina similitud de afinidad y mejora el comercio entre los dos países desarrollados. Dado que la mayoría de los productos se desarrollan sobre la base de patrones de demanda interna, otros países con patrones de demanda similares serán socios comerciales naturales debido a las similitudes culturales o económicas (Tabares, 2020).

De Matías (2015), mencionó que John Harry Dunning formula la teoría ecléctica (también conocida como el modelo OLI) en 1988, en la que explica el proceso de internacionalización de una empresa como una serie de pasos que se deben completar definido por: Ventaja competitiva (O) Factor de ubicación (I) y Ventaja de internalización (L). Por ello, para que cualquier empresa pueda competir y sobrevivir en el mercado, debe tener un conjunto de ventajas propias que la hagan única. Si la empresa es capaz de integrar estas ventajas competitivas, podrá realizar este abanico de actividades en otros mercados, pero si no es capaz, decidirá que no puede internacionalizar su actividad porque no ofrece nada más para sobrevivir en el mercado.

Adicionalmente, se tomó en cuenta el Test del exportador, desarrollado por PromPerú en la denominada “Ruta exportadora”, el cual es un instrumento que facilita la determinación del potencial exportador de una organización a través de un

cuestionario sobre el nivel de desarrollo de conocimientos en aspectos financieros, productivos, entre otros (PROMPERÚ, 2017). Sin embargo, dado que este test es muy técnico, se consideró más apropiado la creación de un instrumento que sea más accesible al contexto y a la realidad del objeto de estudio de la investigación.

En cuanto a los enfoques conceptuales de la investigación, se tomaron en cuenta a algunos autores que ayudaron a comprender con mayor facilidad la presente investigación. En el caso de la primera variable, Jerusalmi y Camacho (2007) definieron la competitividad como un procedimiento de mejora continua en el que las organizaciones mejoran la calidad, rendimiento y eficacia de sus artículos. Además, Porter (1985) definió a la competitividad como la aptitud de una empresa para fabricar y vender sus bienes más rápidamente, más baratos y de mayor calidad que sus rivales. Asimismo, de acuerdo con Ferraz et al, (1996), la competitividad es la aptitud que toda organización debe formular y poner en funcionamiento estrategias competitivas y mantener o adicionar de manera sostenible la participación de sus productos en diversos mercados.

En el caso de la segunda variable, Kaplan y Norton (1972), definieron al potencial exportador como el procedimiento de evaluación de las fortalezas y flaquezas (debilidades) exportadoras de una empresa o nación con el fin de mejorar su competitividad. Además, Flor y Oltra (2011), lo definieron como la situación en la que la empresa cuenta con recursos, capital humano, calidad de red y características como diferenciación y competitividad que le permiten incursionar en el mercado internacional.

En cuanto a las dimensiones, según Jerusalmi y Camacho (2007), la primera dimensión de la competitividad es la performance (desempeño), que puede conceptualizarse como las actividades pasadas y presentes de una organización. Esta idea está relacionada con el hecho de que la competitividad tiene muchos aspectos diferentes y no puede medirse únicamente por el desempeño. Por tanto, una empresa puede tener buenos resultados, pero no los suficientes para ser competitiva hoy. De

esta manera, el desempeño es relevante porque produce resultados y proporciona recursos para la empresa.

Para conceptualizar la dimensión recursos, se tuvo en cuenta que es un concepto bastante amplio, pues existen diferentes tipos de recursos. Barney (1991) indica que un recurso es cualquier técnica que le permita a una organización desarrollar o implementar estrategias que aumenten su eficacia y eficiencia. También, Jerusalmi y Camacho (2007) conceptualizan los recursos de una organización como los activos, datos o procedimientos que facilitan el desarrollo de estrategias que mejoren la eficiencia.

Jerusalmi y Camacho (2007), indicaron que el potencial se define como la posibilidad que tiene una entidad para elaborar productos y para desarrollar una ventaja competitiva. En la evaluación de la competitividad a nivel micro, el potencial está estrechamente unido con la I y D de la empresa, incluida la investigación de mercado, formación de RR. HH, desarrollo de líneas de productos, etc.; y en cuanto a la innovación, involucra la transformación de conocimiento en recursos.

Por otro lado, se define la dimensión financiera como la perspectiva que se focaliza en estimar los frutos económicos cuantificables de las operaciones ejecutadas por la organización (Ahumada y Perusquia, 2016). La dimensión de mercado puede conceptualizarse como el conjunto de consumidores y comerciantes de un producto en concreto, siendo los consumidores quienes precisan colaborativamente la de un bien o servicio y los comerciantes quienes precisan la oferta (Mankiw, 2012). En cuanto a la dimensión clientes, se puede definir como la distinción de las secciones de consumidores y del mercado en los que se desenvuelve la organización (Ahumada y Perusquia, 2016). Para la dimensión de procesos internos, se cita a Greene (2013), quien la define como el determinar los procedimientos más importantes de la organización, los cuales son indispensables para crear una idea de valor de un bien o servicio que llame la atención y cumpla con las expectativas del cliente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio fue de tipo aplicada, puesto que trata de proporcionar solución a los problemas planteados a partir de la información y datos encontrados. (CONCYTEC, 2018). Para este estudio, se utilizó la información recolectada para responder una pregunta general y tres preguntas específicas.

El enfoque de este trabajo fue cuantitativo, el cual es definido por Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), como un grupo de actividades ordenadas secuencialmente para que se puedan probar suposiciones. Estas fases son continuas, con su plantación y el desarrollo de la siguiente fase, no se puede obviar ningún paso, puesto que todos son esenciales para la ejecución eficaz del estudio. Por ello, se midieron las variables y mediante un análisis estadístico se comprobaron o rechazaron las hipótesis planteadas.

Este estudio fue de diseño no experimental, puesto que no se manipularon las variables y se basó en la deducción y observación. Por ello, Arispe et al. (2020) lo explica como aquel diseño que permite estudiar las variables sin efectuar alguna variación en las mismas.

Asimismo, la investigación fue de nivel correlacional, ya que Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) indican que el propósito de dicha investigación es comprender la conexión que existe entre dos o más variables. Por lo que es congruente con lo que este estudio pretendió comprender, pues determinó cuál es el enlace entre las variables competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas de Pedregal Grande.

3.2. Variables y operacionalización

En esta investigación se consideraron las variables competitividad y potencial exportador, las cuales estuvieron divididas en dimensiones e indicadores que se observan en la matriz de operacionalización. (Anexo 1)

Variable 1: Competitividad

Definición conceptual: Jerusalmi y Camacho (2007) describen competitividad como una evolución de progreso constante de optimización de la productividad, eficiencia y calibre de sus bienes y servicios.

Definición operacional: La competitividad es la aptitud que toda organización debe formular y poner en funcionamiento estrategias competitivas y mantener o adicionar de manera sostenible la participación de sus productos en diversos mercados. (Ferraz et al.,1996)

Dimensiones: Performance (desempeño), potencial y recursos.

Indicadores: Desempeño productivo y comercial, gestión empresarial; recursos materiales, humanos y financieros, ventaja competitiva, calidad y promoción.

La escala de medición que se aplicó en esta investigación es ordinal.

Variable 2: Potencial exportador

Definición conceptual: definieron al potencial exportador como el procedimiento de evaluación de las fortalezas y flaquezas (debilidades) exportadoras de una empresa o nación con el fin de mejorar su competitividad. (Kaplan y Norton,1972).

Definición operacional: Flor y Oltra (2011), lo definieron como la situación en la que la empresa cuenta con recursos, capital humano, calidad de red y características como diferenciación y competitividad que le permiten incursionar en el mercado internacional.

Dimensiones: financiera, clientes, aprendizaje y crecimiento, procesos internos y mercado.

Indicadores: Gest. Financiera, del riesgo, salud financiera, conocimiento del mercado, comercio exterior, competitividad del producto, gest. de la información, del conocimiento, clima laboral, proveedores, clientes,

requerimientos, productividad, innovación, fact. logísticos y gest. de tecnología y operaciones.

La escala de medición que se aplicó en esta investigación es ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Baena (2017), define a la población como los individuos, objetos o sucesos que se estudian. En esta investigación, la población estuvo constituida por 380 artesanas pertenecientes a la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Para poder identificar la población, se tomaron en cuenta los criterios de inclusión y exclusión (Tabla 1), que según Manzano y García (2016), su construcción conceptual es importante, pues fortalece la calidad académica y metodológica de la investigación, al igual que la aplicabilidad de los resultados.

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Artesanas pertenecientes a la Asociación	Artesanas pertenecientes a otras asociaciones
Artesanas que acepten colaborar voluntariamente con la investigación	Artesanas que no residan en Pedregal Grande

Nota: En la tabla se observan los criterios de inclusión y exclusión utilizados en la selección de la población.

3.3.2. Muestra

De acuerdo a Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la muestra es un subgrupo de la población que será estudiada en la investigación, es decir, es una fracción representativa de la población. La muestra de la

investigación estuvo conformada por 30 artesanas que pertenecen a la Asociación de artesanas de Pedregal Grande que brindaron su autorización para contribuir con esta investigación.

3.3.3. Muestreo

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, que de acuerdo a Hernández (2021), la muestra se selecciona de acuerdo a la conveniencia del investigador, dado que accede a apartar arbitrariamente cuántos integrantes pueden participar en la investigación. Por ello, este tipo de muestreo será útil para elegir a la cantidad de artesanas que participarán en esta investigación, puesto que se tomaron en cuenta las limitaciones que se presentaron en el proceso, como la disponibilidad de las artesanas o su apertura a contribuir en la investigación.

3.3.4. Unidad de análisis

Arias y Covinos (2021), explican que es el elemento de estudio del cual se originan la data o los reportes para la evaluación de la investigación. En este estudio, la unidad de análisis estuvo comprendida por cada una de las 30 artesanas de la Asociación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Conforme a Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), los instrumentos se establecen como implementos utilizados para reunir la información indispensable para un estudio. Por ello, se seleccionó la encuesta como técnica para esta investigación. Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), indican que la encuesta es la manera de conseguir datos a través de interrogantes indirectas o más específicas a una muestra del estudio.

Además, se seleccionó el cuestionario como instrumento. Arias (2020) conceptualiza a el cuestionario como un grupo de interrogantes enumeradas en un tablero, junto con una sucesión de probables respuestas a las que el interrogado debe contestar. Los cuestionarios elaborados

tienen una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

Para la variable competitividad, se elaboraron 18 enunciados y para la variable potencial exportador, 21 enunciados, teniendo un total de 39 enunciados. Posteriormente, el instrumento fue validado a través de tres jueces expertos, quienes son profesionales con conocimiento y experiencia en el tema.

Además, se realizó una prueba piloto a 10 artesanas pertenecientes a la Asociación. Los resultados fueron procesados en el SPSS utilizando el Alfa de Cronbach y se pudo evaluar la fiabilidad del instrumento, la cual fue positiva. Posteriormente, se observan las tablas con la estadística de fiabilidad de ambas variables.

Tabla 2

Fiabilidad del cuestionario de la variable competitividad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.904	18

Nota: Al ser mayor a 0, 70, se concluye que el instrumento es fiable.

Tabla 3

Fiabilidad del cuestionario de la variable potencial exportador

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
.902	21

Nota: Al ser mayor a 0, 70, se concluye que el instrumento es fiable.

3.5. Procedimientos

Para el desarrollo de este estudio se eligieron las variables y el objeto de estudio para la creación del título. Luego, se identificó la realidad problemática, se crearon los objetivos y las hipótesis, así como se realizó el marco teórico. Después, se desarrollaron las dimensiones e indicadores de ambas variables a través de la operacionalización de variables. Seguidamente, se estableció la población, muestra y muestreo. Posteriormente, se elaboró el instrumento de recolección de datos, el cual fue validado por tres expertos en el tema (Anexo 4) y se realizó una prueba piloto para medir la confiabilidad (Anexo 6), teniendo como resultado en el Alfa de Cronbach .904 en el cuestionario de la variable 1 y .902 en el cuestionario de la variable 2, lo cual manifiesta que el instrumento es confiable. Asimismo, se aplicó el cuestionario a las artesanas de la Asociación que fueron seleccionadas en la muestra. Luego, se transcribieron los datos obtenidos a un archivo en Microsoft Excel, para después efectuar el procesamiento de datos en el SPSS y analizarlos estadísticamente.

3.6. Método de análisis de datos

Para poder analizar correctamente los datos de la investigación, se utilizó el coeficiente de Spearman y la estadística inferencial y descriptiva, que ayudaron a organizar, presentar y describir correctamente los datos. También, utilizó el software SPSS para el análisis de los resultados con el fin de crear tablas y gráficas con data compleja.

3.7. Aspectos éticos

En este proyecto se cumplieron los aspectos éticos que toda investigación debería respetar, por ello, se tomaron en cuenta las normas APA 7ma edición, las cuales garantizan una presentación clara y ordenada de la información respetando siempre los derechos de autor. Además, se obtuvo el consentimiento de la presidenta de la Asociación de artesanas a las que se les aplicó el cuestionario (Anexo 5). También, se cumplió con el

porcentaje de turnitin permitido, el cual es menor al 20% y se respetan los Códigos de Ética brindados por la Universidad y el Código de Ética del APEIM.

IV. RESULTADOS

Para obtener los resultados de la presente investigación, se aplicó un cuestionario por variable a las artesanas pertenecientes a la Asociación de artesanas de Pedregal Grande. De esta manera, se pudo hallar la correlación que existe entre las variables competitividad y potencial exportador, utilizando el coeficiente de Spearman. A continuación, se presentan los resultados correspondientes al objetivo general y cada uno de los objetivos específicos.

Análisis descriptivos

Tabla 4

Variable Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comp. media	1	3,3	3,3	3,3
	Comp. Alta	29	96,7	96,7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota: En la tabla se detallan los resultados descriptivos obtenidos por el Spss.

Interpretación:

Como se observa en la tabla 4 (gráfico en anexo 7), los datos obtenidos del muestreo a 30 artesanas de la Asociación demuestran que la variable competitividad está comprendida por un índice de nivel medio con el 3,3% y un índice de alto nivel con el 96,7 %. Por lo tanto, como se observa mayor índice de nivel alto, se establece que las artesanas consideran que la Asociación es muy competitiva en el mercado.

Tabla 5

Variable Potencial Exportador (PE)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pot. Exp. medio	1	3,3	3,3	3,3
	Pot. Exp. alto	29	96,7	96,7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota: En la tabla se detallan los resultados descriptivos obtenidos por el Spss.

Interpretación

Como se observa en la tabla 5 (gráfico en anexo 7), los datos obtenidos del muestreo a 30 artesanas de la Asociación demuestran que la variable Potencial Exportador está comprendida por un índice de nivel medio con el 3,3% y un índice de alto nivel con el 96,7 %. Por lo tanto, como se observa mayor índice de nivel alto, se establece que las artesanas consideran que la Asociación tiene un gran potencial exportador para ingresar a distintos mercados a nivel internacional.

Análisis inferencial

Objetivo general. Determinar la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.

Tabla 6

Coefficiente de correlación entre las variables competitividad y potencial exportador

		COMPETITIVIDAD	POTENCIAL EXPORTADOR
Rho de Spearman	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.581**
		N	30
	POTENCIAL EXPORTADOR	Coefficiente de correlación	.581**
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	30

Nota: El coeficiente de Spearman es de .581.

De acuerdo a los datos obtenidos en el SPSS, el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.581 y un valor de 0.001 en el Sig (bilateral), el cual es menor a 0.05, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la variable competitividad y la variable potencial exportador al encontrarse entre los valores 0.4 y 0.69. Con este resultado, la hipótesis general que propone la existencia de una relación positiva entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande queda validada.

De esta manera, se puede determinar que las variables estudiadas tienen repercusiones una sobre la otra, dando a entender que al tener la competitividad un índice alto, el nivel del potencial exportador de la Asociación se encontrará en un nivel similar y que también se vería influenciado si el nivel de competitividad disminuye.

Objetivo específico 1. Determinar la relación que existe entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.

Tabla 7

Coefficiente de correlación entre la dimensión performance y la variable potencial exportador

		PERFORMANCE	POTENCIAL EXPORTADOR
Rho de Spearman	PERFORMANCE	1.000	.654**
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	30
	POTENCIAL EXPORTADOR	.654**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001
		N	30

Nota: El coeficiente de Spearman es de .654.

De acuerdo a los datos obtenidos en el SPSS, el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.654 y un valor de 0.001 en el Sig (bilateral), el cual es menor a 0.05, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión performance y la variable potencial exportador al encontrarse entre los valores 0.4 y 0.69. Con este resultado, la primera hipótesis específica que propone la existencia de una relación positiva entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande queda validada.

De esta manera, se establece que, si la Asociación mantiene o mejora su performance a través de su desempeño productivo, comercial o empresarial, su nivel de potencial exportador se mantendrá a un nivel similar.

Objetivo específico 2. Determinar la relación que existe entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.

Tabla 8

Coefficiente de correlación entre la dimensión recursos y la variable potencial exportador

			RECURSOS	POTENCIAL EXPORTADOR
Rho de Spearman	RECURSOS	Coefficiente de correlación	1.000	.584**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	30	30
	POTENCIAL EXPORTADOR	Coefficiente de correlación	.584**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	30	30

Nota: El coeficiente de Spearman es de .584.

De acuerdo a los datos obtenidos en el SPSS, el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.584 y un valor de 0.001 en el Sig (bilateral), el cual es menor a 0.05, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión recursos y la variable potencial exportador al encontrarse entre los valores 0.4 y 0.69. Con este resultado, la segunda hipótesis específica que propone la existencia de una relación positiva entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande queda validada.

De esta forma, se determina que si la Asociación administra correctamente sus recursos financieros, humanos y materiales, podrá mantener o incrementar su nivel de competitividad y con ello, su nivel de potencial exportador responderá a un grado semejante.

Objetivo específico 3. Determinar la relación que existe entre el potencial (I y D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.

Tabla 9

Coeficiente de correlación entre la dimensión potencial (I y D e innovación) y la variable potencial exportador

			POTENCIAL	POTENCIAL EXPORTADOR
Rho de Spearman	POTENCIAL	Coeficiente de correlación	1.000	.483**
		Sig. (bilateral)	.	.007
		N	30	30
	EXPORTADOR	Coeficiente de correlación	.483**	1.000
		Sig. (bilateral)	.007	.
		N	30	30

Nota: El coeficiente de Spearman es de .483

De acuerdo a los datos obtenidos en el SPSS, el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.483 y un valor de 0.007 en el Sig (bilateral), el cual es menor a 0.05, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión potencial (I y D e innovación) y la variable potencial exportador al encontrarse entre los valores 0.4 y 0.69. Con este resultado, la tercera hipótesis específica que propone la existencia de una relación positiva entre el potencial (I y D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande queda validada.

De esta forma, se determina que si la Asociación continúa desarrollando ventajas competitivas, manteniendo la calidad de sus productos y utiliza estrategias de promoción, podrá mantener o aumentar su nivel de competitividad y con ello, su nivel de potencial exportador tendrá un nivel similar.

V. DISCUSIÓN

Tomando en cuenta los resultados obtenidos, el 96,7% de las artesanas que pertenecen a la Asociación indicaron que tiene un alto índice de competitividad en el mercado y un nivel alto de potencial exportador. Estos datos pueden ser comparados con los de Paredes (2023), quien obtuvo en su investigación que un 40.7% de los jefes indicaba que la organización sostiene una competitividad alta debido a su buen desempeño, el contar con distintos recursos y el tener un buen potencial organizacional; así como un buen potencial en exportación, pues consideran que la empresa cuenta con una eficiente gestión en distintas áreas, como la empresarial y la económica.

Por otro lado, se acepta la hipótesis general, la cual planteó que existía una relación positiva entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas, puesto que, de acuerdo a los datos obtenidos en el SPSS el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.581. Este valor indica que existe una correlación positiva moderada entre las variables. Estos hallazgos coinciden con los resultados encontrados en la investigación del autor Mendiivil (2021), quien en su investigación obtuvo un nivel de correlación de Spearman de 0.955, concluyendo que sí hubo una relación entre competitividad y potencial exportador y tiene una correlación positiva alta al evaluar una organización exportadora de prendas industriales.

De igual modo, Paredes (2023) en su estudio alcanzó un coeficiente de correlación de 0.675, demostrando una estrecha relación entre las variables, dándose por validada la hipótesis planteada. Los resultados descubiertos encajan también con la investigación de Cruz y Pérez (2022), quienes concluyeron la existencia de un enlace entre ambas variables con un coeficiente de 0.675, demostrando que el incremento del potencial exportador es fruto de la mejora de los elementos de la variable competitividad, pues los productos que comercializa el Perú poseen ventajas comparativas. Del mismo modo, la investigación de Alva y Dilas (2023), concluyó que existe una relación importante entre las ventajas competitivas y la variable PE, pues se obtuvieron

bajos niveles debido a que algunos artesanos no tienen amplios conocimientos en temas de gestión.

Se determinó para la primera hipótesis específica que existe una relación entre la performance y el PE de la Asociación de artesanas, puesto que se obtuvo un coeficiente de 0.654, demostrando que hay una correlación positiva moderada. Estos resultados guardan relación con el estudio realizado por Paredes (2023), en el que se menciona que existe una relación positiva moderada entre la dimensión y la variable al obtener un coeficiente de Spearman de 0.574. Por lo tanto, se puede decir que mejoró sus niveles de performance a través de una alta participación de mercado, la satisfacción del cliente internacional y la expansión a nuevos mercados. Asimismo, la investigación de Mendivil (2021) al obtener un coeficiente de Spearman de 0.743, refuerza la hipótesis comprobada de que existe una correlación entre la performance y el potencial exportador, pues afirma que, si se incrementara el propósito o se efectuara una correcta gestión del desempeño de la organización, esto haría que el potencial exportador crezca.

Por otro lado, Cruz y Pérez (2023), concluyen que existe una relación notable entre las ventajas en diferenciación con el PE, por lo que cuando los artesanos comercializan sus productos y no los diferencian con una marca individual, hace que disminuya su valor exportador. De igual manera, para Espino (2022), es indispensable crear estrategias que permitan incrementar las exportaciones de diversas empresas, principalmente implementar estrategias de innovación y tecnología en sus procesos y productos, lo que contribuiría a que tengan mayor capacidad productiva, estandarización de calidad e innovación, entre otros, pues en su hipótesis se comprueba que existe una correlación entre el incremento de la innovación y tecnología con el incremento de la competitividad. Además, de acuerdo a los resultados obtenidos por Noblecilla y Rivera (2020), algunos de los componentes que contribuyen al incremento de la competitividad de este sector son la promoción de sus

artesánías, la capacitación de las artesanas y el presupuesto que destina la municipalidad junto a otras organizaciones.

Además, para la segunda hipótesis específica, se demostró que sí hay relación entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas, debido a que se obtuvo un nivel de correlación de 0.584. Estos hallazgos encajan con la investigación de Paredes (2023), quien obtuvo un coeficiente de Spearman de 0.684, lo que la califica su correlación como positiva moderada. Por lo tanto, se entiende que a medida que la empresa mejore sus recursos a través de sus activos, capital humano, su sistema logístico y recursos financieros, el potencial exportador de esta institución mejorará significativamente. También, Alva y Dilas (2023) mencionaron en su investigación que las ventajas en costos y el PE tienen una relación significativa, pues al ser la desinformación de los artesanos sobre sus reales costos, trae como consecuencia el que no tengan una ventaja en ese aspecto.

En cuanto a la tercera hipótesis específica, se obtuvo como resultado que el coeficiente de Spearman es de 0.483, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión potencial (IyD e innovación) y el PE. Estos resultados coinciden con el estudio de Mendivil (2021), quien obtuvo una correlación positiva del coeficiente de Spearman de 0.789, comprobando así la relación entre la dimensión y la variable. Del mismo modo, estos hallazgos se comparan con los resultados del estudio de Paredes (2023), quien afirma que, debido a los resultados de la prueba de hipótesis realizada existe una correlación significativa al obtener un coeficiente de Spearman de 0.559, confirmando la existencia de una relación positiva moderada entre el Potencial (IyD e innovación) y el Potencial exportador.

Por otro lado, se consideró en el marco teórico de la investigación la teoría de la ventaja competitiva de Porter, lo que demuestra que sigue siendo uno de los referentes más grandes en cuanto al tema de la competitividad, pues se menciona en la investigación de Elias (2019), quien utilizó como base la

teoría mencionada y examinó las circunstancias de los factores, la índole de las demandas, las industrias vinculadas y de apoyo, generando así estrategias y enlazando a participar a empresas y a el gobierno. Del mismo modo, Montealegre et al. (2022) en su artículo toma como referencia esta teoría de Porter, indicando que el progreso de un país depende de su competitividad, que a su vez se basa en el rendimiento de la producción de bienes o servicios, así como de políticas relacionadas a la macroeconomía, un sistema jurídico sólido, entre otros factores, que son importantes para lograr la prosperidad económica.

Asimismo, Teo et al. (2020), empleó en su artículo el modelo del diamante de Porter para analizar la competitividad de la industria artesanal de Sri Lanka, obteniendo como resultados que la ventaja competitiva del sector reside más en factores especializados, como competencias relacionadas con los servicios o estrategias de diferenciación, como diseño innovador y la perspectiva ética y ecológica.

También, Traiyarach y Banjongprasert (2022), consideraron una de las categorías en las que Porter clasificó la estrategia empresarial, término reconocido por incrementar la competitividad empresarial, con la cual obtuvieron como resultado que la estrategia de diferenciación de nichos tiene un rol importante en la creación de competitividad y desempeño de las exportaciones, puesto que se vincula a la competitividad de la organización y ayuda a comprender la situación a la que se enfrentan, pudiendo contribuir a incrementar el desempeño financiero y del mercado.

La metodología utilizada en la investigación permitió desarrollar un contraste fácil de entender a los diversos puntos de vista de cada una de las variables de estudio, las cuales fueron competitividad y potencial exportador. Se destaca como una fortaleza de la metodología empleada, que el enfoque cuantitativo y el alcance correlacional fueron adecuados para el desarrollo del estudio, puesto que este enfoque permitió identificar la relación que existe entre las variables y sus dimensiones a través de datos estadísticos, los cuales fueron

procesados en el programa Spss, para elaborar un análisis detallado de los resultados.

En cuanto a las debilidades que se pudieron identificar, se indica que la correlación no implica causalidad. Por ello, no se puede concluir el nivel de influencia de una variable sobre la otra. Asimismo, la importancia de esta investigación en el ámbito científico radica en que, es un estudio preliminar que contribuye a que otros estudios profundicen con otro tipo de investigaciones el tema de potencial exportador u otros temas relacionados teniendo como objeto de estudio a la Asociación de artesanas. Por ejemplo, se podrían realizar investigaciones futuras que podrían adoptar un método mixto, el cual puede ser acompañado con entrevistas para obtener más información acerca de las variables o del objeto de estudio y se realice una investigación más exhaustiva.

VI. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los resultados que se obtuvieron a través de los cuestionarios aplicados en esta investigación, se concluyó que existe una correlación positiva moderada entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas, puesto que se obtuvo como resultado del Rho de Spearman un valor de 0.581 y un p valor de 0.001, por lo tanto, la hipótesis general es aceptada. En consecuencia, se entiende que mientras más se incrementen los niveles de competitividad a través de sus dimensiones, el potencial exportador también lo hará notoriamente.
2. En cuanto al primer objetivo específico, se valida la primera hipótesis específica, pues el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.654 y un p valor de 0.001, por ello, indica que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión performance y la variable potencial exportador. De esta manera, si la Asociación de artesanas mejora su performance a nivel productivo, comercial y empresarial, su potencial exportador incrementará considerablemente.
3. De acuerdo con el segundo objetivo específico, se demostró que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión recursos y la variable potencial exportador, pues el resultado del coeficiente de Spearman es de 0.584 y un p valor de 0.001, quedando la segunda hipótesis validada. Por esta razón, si la Asociación de artesanas mejora la administración de sus recursos materiales, humanos y financieros, podrá incrementar su potencial exportador.
4. Finalmente, se comprobó la existencia de una correlación positiva moderada entre la dimensión potencial (IyD e innovación) y la variable potencial exportador, puesto que se obtuvo como resultado del coeficiente de Spearman un valor de 0.483 y un p valor de 0.007, quedando así la tercera hipótesis específica validada. Por ello, si la Asociación de artesanas tiene una mejor promoción, sigue brindando productos de excelente calidad y desarrolla ventajas competitivas, podrá aumentar significativamente su potencial exportador.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Asociación seguir brindando productos innovadores, que mantengan los estándares de calidad con los que se trabaja habitualmente y tengan características o rasgos distintivos que los diferencien de su competencia; así como el que sean personalizados a las preferencias de sus clientes y se implementen mejoras en el proceso de elaboración de las artesanías, para poder crear y conservar la confianza del cliente.

Para incrementar su promoción, la Asociación puede seguir participando en ferias o exposiciones, puesto que concentran a quienes podrían ser el público objetivo y les permitirá dar a conocer los productos que elaboran, teniendo una alta probabilidad de conseguir futuros clientes potenciales a nivel nacional e internacional que podría agilizar su introducción a un mercado nuevo.

También se recomienda obtener mayor apoyo del gobierno para la preservación de esta tradición, pues si bien existen varios mercados potenciales a los cuales se puede incursionar, el conocimiento y la mano de obra de este arte y tradición va en declive con las actuales generaciones.

Esta investigación tiene limitaciones, puesto que es un documento que ayuda a tener una referencia desde la perspectiva de las artesanas de la Asociación, por ello, se recomienda la ejecución de otros estudios que profundicen temas económicos o capacidades productivas para poder determinar con seguridad el nivel de potencial exportador que presenta la Asociación.

REFERENCIAS

- Ahumada, E. y Perusquia, J. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(1), 127-158.
- Alva, D. y Dilas, K. (2023). *Ventajas competitivas y el potencial exportador de los artesanos de la ciudad de Cajamarca, 2022*. Título para optar grado de licenciado en Administración de Negocios Internacionales. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2692/TESIS%20-%20ALVA%20JAUREGUI%20Y%20DILAS%20CHOLAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez, R. (2020). Justificación de la investigación. Repositorio de la Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%205%20%2818.04.2021%29%20-%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Arias, J. L. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica (1ra ed.). Enfoques consulting: Perú.
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. *Enfoques Consulting EIRL*, 1, 66-78.
- Arispe Alburqueque, C. M., Yangali Vicente, J. S., Guerrero Bejarano, M. A., Lozada de Bonilla, O. R., Acuña Gamboa, L. A., & Arellano Sacramento, C. (2020). La investigación científica. GUAYAQUIL/UIDE/2020. 131p. ISBN: 978-9942-38-578-9 <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>.
- Barney, J.B. (1991): Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.

- Baena, G. (2017). Metodología de la investigación (3ra edición ed.). Ciudad de México: Editorial Patria. doi:ISBN ebook: 978-607-744-748-1
- CONCYTEC. (2018). Ley que modifica diversos artículos de la Ley 28303, Ley Marco De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica; y de la Ley 28613, Ley Del Consejo Nacional De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica (CONCYTEC). Obtenido de https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/ADLP/Normas_Legales/30806-LEY.pdf
- Cruz, A. X., & Perez, R. G. (2022). Factores de competitividad y el potencial exportador de las agroexportadoras peruanas de cítricos para ingresar granada a Corea del Sur. Trujillo-2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/33205>
- De La Hoz, Efraín, González, Ángel L, & Santana, Alfredo. (2016). *Metodología de Medición del Potencial Exportador de las Organizaciones Empresariales*. Información tecnológica, 27(6), 11-18. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642016000600003>
- De Matías Batalla, D. (2015). ¿Debe ser revisado el paradigma ecléctico ante las nuevas formas de hacer negocios internacionales? Revista de Información Comercial Española, nº 3060, pp. 39-50. <https://revistasice.com/index.php/BICE/article/view/5448/5448>
- Elias, S. (2019). An Evaluation of the Competitiveness of the Palestinian Olivewood Industry in Bethlehem Governorate. Título para optar Master of Business Administration. Al-Quds University.
- Ellis, S.; Lo, J. (2019). An Economic Assessment of Asian Crafts. In A Cultural Economic Analysis of Craft; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, 2019; pp. 167–184.

- Espino, J. (2022). *Competitividad de las empresas exportadoras de esferas navideñas en el municipio de Tlalpujahuá, Michoacán, México*. Tesis para optar maestría en Ciencias en Negocios Internacionales. Repositorio UMSNH. http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/8554
- Ferraz, J., D. Kupfer y L. Haguenaer (1996), *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*, Río de Janeiro, Campus.
- Flor, M. L., Oltra, M. J. y Garcia, C. (2011). La relación entre la capacidad de absorción del conocimiento externo y la estrategia empresarial: Un análisis exploratorio. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20 (2011), pp. 69-88
- Greene, W. (2013). *Export potential for U.S. Advanced Technology Goods to India using a gravity model approach*. Washington: Office of Economics Working Paper.
- González Mendoza, J. (2015). Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local. *Revista Lebre*, (7), 103-124. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/rl.v0i7.1521>
- González, D. (2021, 11 febrero). Sombrero de paja toquilla ecuatoriano busca destacarse en nuevos mercados - América Retail. América Retail. <https://www.america-retail.com/peru/sombrero-de-paja-toquilla-ecuadoriano-busca-destacarse-en-nuevos-mercados/>
- Hernández González Osvaldo. Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Rev Cubana Med Gen Integr* [Internet]. 2021 Sep [citado 2023 Jun 25] ; 37(3): e1442. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendóza, C. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill. doi:ISBN 978-1-4562-6096-5

- International Trade Centre. (2022, 31 enero). Artesanías | ITC. ITC. <https://intracen.org/es/nuestra-labor/temas/bienes-y-servicios/artesantias>
- Jerusalmi, C. y Camacho, M. (2007). Índice de competitividad de empresas exportadoras, un avance para su medición. En: Banco República y Unión de Exportadores del Uruguay (Eds.), Exportación inteligente: Un puente entre el sector exportador y la Academia. Jornada Académica 2007. (pp. 39-66).
- Kaplan, R. y Norton, D. (1992). The balanced scorecard – measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Mankiw, G. (2012). *Principles of Economics, Sixth Edition* South-Western.
- Manzano Nunez, Ramiro, & García Perdomo, Herney Andrés. (2016). Sobre los criterios de inclusión y exclusión. Más allá de la publicación. *Revista chilena de pediatría*, 87(6), 511-512. <https://dx.doi.org/10.1016/j.rchipe.2016.05.003>
- Mendivil Soto La Serna, M. (2021). *Relación entre la competitividad y el potencial exportador de una empresa exportadora de prendas de vestir de fibra de Alpaca, Cusco, 2021*. Título para optar grado de licenciado en Administración de Negocios Internacionales. Universidad San Ignacio de Loyola. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/60a7908d-0233-4092-a0e6-f325c808030f/content>
- Montealegre Ramirez, P. A., Aguilar Sánchez, J. E., & Montealegre Ramirez, M. (2022). La competitividad de las Pymes en el sector agrícola y su potencial exportador. *Vía Innova*, 6(2), 31–40. <https://doi.org/10.23850/2422068X.2670>
- Nava-Sarmiento, E. O., Carrillo-Guecha, K., & Collantes-Miranda, G. K. (Ed.). (2020). *Competitividad una mirada desde la ventaja competitiva y su incidencia en las capacidades dinámicas organizacionales*. Cúcuta, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar. https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/7275/Tendencias_Administraci%C3%B3n_global.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=242

- Noblecilla, L. & Rivera, K. (2020). *Identificación de factores de producción para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de la Arena año 2020*. Tesis para optar grado de licenciado en Administración de empresas. Repositorio Universitario.
- Paredes, D. (2011). *¿Cómo elaborar un Plan de Negocio de Exportación? Segunda Parte*. PromPerú.
<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/b4addf07-5435-4359-adbd-9b97908d3c67/content#:~:text=El%20potencial%20exportador%20es%20la,que%20ofrece%20el%20mercado%20internacional.>
- Paredes, H. (2023). *Influencia de la competitividad en el potencial exportador de una empresa exportadora de arándanos, Trujillo, 2021*. Tesis para obtener el título de licenciado en Negocios Internacionales. Repositorio de Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c9b8710a-6f33-4e50-98e7-9eace337acda/content>
- Porter, M. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press, New York, 1985.
- Porter, M. (1997). *How Competitive Forces Shape Strategy*. Harvard Business Review, 57(2), 137-145. https://doi.org/10.1007/978-1-349-20317-8_10
- PromPerú. (2017). *Manual Planex: Plan de Negocio Exportador*. Lima, Perú. Obtenido de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/09-RE-PROGRAMA-PLANEX-2017.pdf>
- Ráez, Redro Nel, Jiménez, William Guillermo, & Buitrago, Jenny Danna. (2021). *LAS TEORÍAS DE LA COMPETITIVIDAD: UNA SÍNTESIS*. Revista republicana, (31), 119-144. Epub February 01, 2022.
<https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>

- RedacciónRPP. (2012, 11 febrero). Catacaos es la cuna de la confección del sombrero de paja en Piura | RPP Noticias. RPP Noticias. <https://rpp.pe/peru/actualidad/catacaos-es-la-cuna-de-la-confeccion-del-sombrero-de-paja-en-piura-noticia-450141>
- Tabares Cedillo, C. F. (2020). *Análisis de exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales*. Tesis para obtener maestría. Repositorio Universitario. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3829>
- Teo, P. C., Geat, J. L. K., Ho, T. C., Jang, Y. J., & Li, A. L. C. (2020). Analysis on competitiveness of the handicrafts industry: A case of Sri Lanka. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(6), 146-163. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v10-i6/7275>
- Traiyarach, S., & Banjongprasert, J. (2022). Craft Product Export Promotion Competitiveness: The Mediating Effect between Niche Differentiation Strategy and Export Performance. *Journal of Marine Science and Engineering*, 10(7), 999. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/jmse10070999>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Competitividad	La competitividad es un proceso de mejora continua en el que las organizaciones optimizan la productividad, eficiencia y calidad de sus productos y procesos. (Jerusalmi & Camacho, 2007)	La competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible. (Ferraz et ál.,1996)	Performance Recursos Potencial (I&D e innovación)	Desempeño productivo Desempeño comercial Gestión empresarial Recursos materiales Recursos humanos Recursos financieros Ventaja competitiva Calidad Promoción	Ordinal Escala de Likert
Potencial exportador	Es el procedimiento de evaluación de las fortalezas y flaquezas (debilidades) exportadoras de una empresa o nación con el fin de mejorar su competitividad. (Kaplan y Norton,1972).	Se define como los atributos que tiene una empresa tales como recursos, capital humano, estándares de calidad y criterios de diferenciación y competitividad, que le permitirá acceder a mercados	Financiera Mercado Aprendizaje y crecimiento	Gestión financiera Gestión del riesgo Salud financiera Conocimiento del mercado Comercio exterior Competitividad del producto Gestión de la información	Ordinal Escala de Likert

internacionales. (Flor y Oltra,
2011)

	Gestión del conocimiento
	Gestión de clima laboral
	Gestión de proveedores
Clientes	Gestión de clientes
	Gestión de requerimientos
	Gestión de productividad
Procesos internos	Gestión de innovación
	Factores logísticos
	Gestión de tecnología y operaciones

Nota: Operacionalización de las variables competitividad y potencial exportador.

ANEXO 2. Matriz de consistencia

Título: Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología	Población
PG: ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023?	OG: Determinar la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.	HG: Existe una relación positiva entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.	Competitividad	- Performance - Recursos - Potencial	Enfoque: Cuantitativo. Tipo de investigación: Aplicada. Nivel: Correlacional Diseño de investigación: No experimental Corte: Transversal	Población: 380 Artesanas de la Asociación de artesanas de Pedregal Grande
PE1: ¿Cuál es la relación que existe entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023?	OE1: Determinar la relación que existe entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.	HE1: Existe una relación positiva entre la performance y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.	Potencial exportador	- Financiera - Mercado - Aprendizaje y crecimiento		Muestra: 30 Artesanas de la asociación Muestreo: Muestreo por conveniencia
PE2: ¿Cuál es la relación que existe entre los recursos y el potencial exportador la Asociación de artesanas	OE2: Determinar la relación que existe entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de	HE2: Existe una relación positiva entre los recursos y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.		- Clientes - Procesos internos		

<p>Pedregal Grande, Catacaos 2023?</p> <p>PE3: ¿Cuál es la relación que existe entre el potencial (I&D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023?</p>	<p>artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.</p> <p>OE3: Determinar la relación que existe entre el potencial (I&D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.</p>	<p>HE3: Existe una relación positiva entre el potencial (I&D e innovación) y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023.</p>
---	---	---

ANEXO 3. Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD

El presente cuestionario se elaboró con el fin de evaluar la competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande y de esta manera, abrirse a mejores oportunidades de negocio que aumenten los beneficios y mejoren la calidad de vida de las artesanas, así como el desarrollo económico de Pedregal Grande.

Instrucciones

Se presentan una serie de enunciados que están acompañados de una escala de valoración de 5 opciones que se muestra a continuación:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Se solicita marcar con un aspa (X) dentro de la casilla que usted crea conveniente. Solo es posible marcar una opción por cada enunciado.

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1. Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.					
2. Se realizan devoluciones de los productos comercializados.					
3. Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.					
4. La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.					
5. Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.					
6. Determina sus expectativas de ventas.					
7. Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.					

8. Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.					
9. Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.					
10. Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.					
11. Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.					
12. Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).					
13. Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja toquilla que compitan activamente en el mercado.					
14. Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.					
15. Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.					
16. Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.					
17. Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.					
18. Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.					

CUESTIONARIO DE POTENCIAL EXPORTADOR

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1. Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.					
2. Consideran una estructura de costos de exportación.					
3. Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).					
4. Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.					
5. Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.					
6. Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.					
7. Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.					
8. Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.					
9. Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.					
10. El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.					
11. Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).					
12. Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.					
13. Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.					

14. Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.					
15. Tiene una adecuada segmentación de clientes.					
16. Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.					
17. Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un producto personalizado.					
18. Tiene la capacidad para incrementar su producción.					
19. Innova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.					
20. Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.					
21. Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.					

Anexo 4: Validación del instrumento

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	MBA Susan Silvera Arcos
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Especialista en negocios internacionales, marketing internacional y generación de startups.
Áreas de experiencia profesional:	Comercio exterior, docente universitaria.
Institución donde labora:	Universidad Privada Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Mas de 5 años (X)

2. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Competitividad” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 18 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi

nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

4. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS
Variable 1: Competitividad	Performance	Desempeño productivo	1	Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			2	Se realizan devoluciones de los productos comercializados.	
		Desempeño comercial	3	Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)
			4	La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.	
		Gestión empresarial	5	Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.	
			6	Determina sus expectativas de ventas.	
	Recursos	Recursos materiales	7	Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.	Ventaja comparativa (David Ricardo)
			8	Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.	
		Recursos humanos	9	Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			10	Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.	
		Recursos financieros	11	Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.	
			12	Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).	
		Ventaja	13	Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja	

	Potencial	competitiva		toquilla que compitan activamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)
			14	Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.	
		Calidad	15	Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			16	Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.	
		Promoción	17	Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.	
			18	Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

semántica son adecuadas.	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- **Variable: Competitividad**
- Primera dimensión: Performance
- Objetivos de la dimensión: Determinar la performance (desempeño) pasada y presente de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño productivo	1. Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.	X			
	2. Se realizan devoluciones de los productos comercializados.	X			
Desempeño comercial	3. Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.	X			
	4. La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.	X			
Gestión empresarial	5. Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.	X			
	6. Determina sus expectativas de ventas.	X			

- Segunda dimensión: Recursos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la administración de los recursos de la Asociación de artesanas Pedregal Grande

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recursos materiales	7. Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.	X			
	8. Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.	X			
Recursos humanos	9. Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.	X			
	10. Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.	X			
Recursos financieros	11. Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.	X			
	12. Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).	X			

- Tercera dimensión: Potencial
- Objetivos de la dimensión: Determinar el nivel de potencial de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ventaja competitiva	13. Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja toquilla que compitan activamente en el mercado.	X			
	14. Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.	X			
Calidad	15. Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.	X			
	16. Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.	X			
Promoción	17. Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.	X			
	18. Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.	X			



Firma del evaluador

DNI: 70066528

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	MBA Susan Silvera Arcos
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Especialista en negocios internacionales, marketing internacional y generación de startups.
Áreas de experiencia profesional:	Comercio exterior, docente universitaria.
Institución donde labora:	Universidad Privada Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Mas de 5 años (X)

2. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Potencial exportador” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 21 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

4. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS
Variable 2:	Financiera	Gestión financiera	1	Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.	Metodología de la medición del potencial

Potencial exportador			2	Consideran una estructura de costos de exportación.	exportador (De la Hoz, González & Santana)	
		Gestión del riesgo	3	Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).		
		Salud financiera	4	Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.		
	Mercado	Conocimiento del mercado		5	Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.	Teoría ecléctica (modelo OLI) (John Harry Dunnig)
				6	Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.	
		Comercio exterior		7	Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
				8	Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.	
				9	Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.	
			Competitividad del producto		10	El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.
	Aprendizaje y crecimiento	Gestión de la información		11	Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
		Gestión del conocimiento		12	Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.	
		Gestión de clima laboral		13	Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.	
		Clientes	Gestión de proveedores		14	Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.

		Gestión de clientes	15	Tiene una adecuada segmentación de clientes.	Teoría de similitud de países (Steffan Linder)	
			16	Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.		
		Gestión de requerimientos	17	Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un producto personalizado.		
	Procesos internos		Gestión de productividad	18	Tiene la capacidad para incrementar su producción.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
			Gestión de innovación	19	Innova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.	
			Factores logísticos	20	Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.	
			Gestión de tecnología y operaciones	21	Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel

3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- Variable: Potencial exportador
- Primera dimensión: Financiera
- Objetivos de la dimensión: Evaluar los resultados financieros de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión financiera	1. Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.	X			
	2. Consideran una estructura de costos de exportación.	X			
Gestión del riesgo	3. Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).	X			
Salud financiera	4. Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.	X			

- Segunda dimensión: Mercado
- Objetivos de la dimensión: Determinar si la Asociación de artesanas Pedregal Grande identifica oportunidades, tiene conocimiento del mercado internacional y de sus productos en el mercado internacional.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento del mercado	5. Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.	X			
	6. Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.	X			
Comercio exterior	7. Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.	X			
	8. Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.	X			
	9. Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.	X			
Competitividad del producto	10. El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.	X			

- Tercera dimensión: Aprendizaje y crecimiento
- Objetivos de la dimensión: Evaluar el flujo de información, la gestión de capacitación y las condiciones colaborativas internas de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de la información	11. Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).	X			
Gestión del conocimiento	12. Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.	X			
Gestión de clima laboral	13. Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.	X			

- Cuarta dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la relación con sus proveedores, satisfacción de los clientes y acciones para la mejora del producto.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de proveedores	14. Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.	X			
Gestión de clientes	15. Tiene una adecuada segmentación de clientes.	X			
	16. Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.	X			
Gestión de requerimientos	17. Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un	X			

	producto personalizado.				
--	-------------------------	--	--	--	--

- Quinta dimensión: Procesos internos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la productividad, innovación y las condiciones de logística y tecnología de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de productividad	18. Tiene la capacidad para incrementar su producción.	X			
Gestión de innovación	19. Inova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.	X			
Factores logísticos	20. Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.	X			
Gestión de tecnología y operaciones	21. Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.	X			



Firma del evaluador

DNI: 70066528

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Tamara Sheyla Reyes Carhuapoma
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Maestría en Administración de Negocios - MBA
Áreas de experiencia profesional:	Área administrativa dentro de empresas de servicios, telecomunicaciones y de educación. Docente Universitario
Institución donde labora:	Universidad Autónoma del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)

2. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Competitividad” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 18 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi

nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

4. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS
Variable 1: Competitividad	Performance	Desempeño productivo	1	Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			2	Se realizan devoluciones de los productos comercializados.	
		Desempeño comercial	3	Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)
			4	La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.	
		Gestión empresarial	5	Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.	
			6	Determina sus expectativas de ventas.	
	Recursos	Recursos materiales	7	Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.	Ventaja comparativa (David Ricardo)
			8	Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.	
		Recursos humanos	9	Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			10	Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.	
		Recursos financieros	11	Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.	
			12	Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).	
		Ventaja	13	Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja	

	Potencial	competitiva		toquilla que compitan activamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)
			14	Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.	
		Calidad	15	Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			16	Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.	
		Promoción	17	Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.	
			18	Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

semántica son adecuadas.	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- **Variable: Competitividad**
- Primera dimensión: Performance
- Objetivos de la dimensión: Determinar la performance (desempeño) pasada y presente de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño productivo	1. Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.	4	4	4	
	2. Se realizan devoluciones de los productos comercializados.	3	3	3	
Desempeño comercial	3. Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.	3	3	3	
	4. La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.	3	3	3	
Gestión empresarial	5. Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.	4	4	4	
	6. Determina sus expectativas de ventas.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Recursos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la administración de los recursos de la Asociación de artesanas Pedregal Grande

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recursos materiales	7. Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.	4	4	4	
	8. Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.	4	4	4	
Recursos humanos	9. Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.	4	4	4	
	10. Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.	4	4	4	
Recursos financieros	11. Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.	4	4	4	
	12. Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).	4	4	4	

- Tercera dimensión: Potencial
- Objetivos de la dimensión: Determinar el nivel de potencial de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ventaja competitiva	13. Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja toquilla que compitan activamente en el mercado.	4	4	4	
	14. Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.	4	4	4	
Calidad	15. Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.	4	4	4	
	16. Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.	4	4	4	
Promoción	17. Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.	4	4	4	
	18. Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI:71023497

6. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Tamara Sheyla Reyes Carhuapoma
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Maestría en Administración de Negocios - MBA
Áreas de experiencia profesional:	Área administrativa dentro de empresas de servicios, telecomunicaciones y de educación. Docente Universitario
Institución donde labora:	Universidad Autónoma del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)

7. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

8. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Potencial exportador” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 21 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

9. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS
	Financiera		1	Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas,	

Variable 2: Potencial exportador		Gestión financiera		gastos y otros indicadores financieros.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)	
			2	Consideran una estructura de costos de exportación.		
		Gestión del riesgo	3	Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).		
			Salud financiera	4	Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.	
	Mercado	Conocimiento del mercado		5	Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.	Teoría ecléctica (modelo OLI) (John Harry Dunnig)
				6	Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.	
		Comercio exterior		7	Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
				8	Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.	
				9	Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.	
			Competitividad del producto		10	El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.
	Aprendizaje y crecimiento	Gestión de la información		11	Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
		Gestión del conocimiento		12	Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.	
		Gestión de clima laboral		13	Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.	

	Clientes	Gestión de proveedores	14	Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.	Teoría de similitud de países (Steffan Linder)
		Gestión de clientes	15	Tiene una adecuada segmentación de clientes.	
			16	Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.	
		Gestión de requerimientos	17	Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un producto personalizado.	
	Procesos internos	Gestión de productividad	18	Tiene la capacidad para incrementar su producción.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
		Gestión de innovación	19	Innova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.	
		Factores logísticos	20	Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.	
		Gestión de tecnología y operaciones	21	Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.	

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel

3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- Variable: Potencial exportador
- Primera dimensión: Financiera
- Objetivos de la dimensión: Evaluar los resultados financieros de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión financiera	1. Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.	4	4	4	
	2. Consideran una estructura de costos de exportación.	4	4	4	
Gestión del riesgo	3. Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).	4	4	4	
Salud financiera	4. Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Mercado
- Objetivos de la dimensión: Determinar si la Asociación de artesanas Pedregal Grande identifica oportunidades, tiene conocimiento del mercado internacional y de sus productos en el mercado internacional.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento del mercado	5. Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.	4	4	4	
	6. Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.	4	4	4	
Comercio exterior	7. Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.	4	4	4	
	8. Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.	3	3	3	
	9. Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.	3	3	3	
Competitividad del producto	10. El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.	4	4	4	

- Tercera dimensión: Aprendizaje y crecimiento
- Objetivos de la dimensión: Evaluar el flujo de información, la gestión de capacitación y las condiciones colaborativas internas de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de la información	11. Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).	4	4	4	
Gestión del conocimiento	12. Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.	4	4	4	
Gestión de clima laboral	13. Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la relación con sus proveedores, satisfacción de los clientes y acciones para la mejora del producto.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de proveedores	14. Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.	4	4	4	
Gestión de clientes	15. Tiene una adecuada segmentación de clientes.	4	4	4	
	16. Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.	4	4	4	
Gestión de requerimientos	17. Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un	4	4	4	

	producto personalizado.				
--	-------------------------	--	--	--	--

- Quinta dimensión: Procesos internos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la productividad, innovación y las condiciones de logística y tecnología de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de productividad	18. Tiene la capacidad para incrementar su producción.	4	4	4	
Gestión de innovación	19. Inova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.	4	4	4	
Factores logísticos	20. Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.	4	4	4	
Gestión de tecnología y operaciones	21. Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI: 71023497

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mary Hellen Mariela Michica Maquiña
Grado profesional:	Maestría () Doctor (x)
Área de formación académica:	Educativa
Áreas de experiencia profesional:	Docente metodóloga
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Competitividad” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 18 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

4. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS	
Variable 1: Competitividad	Performance	Desempeño productivo	1	Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)	
			2	Se realizan devoluciones de los productos comercializados.		
		Desempeño comercial	3	Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)	
			4	La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.		
		Gestión empresarial	5	Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.		
			6	Determina sus expectativas de ventas.		
	Recursos	Recursos materiales	7	Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.		Ventaja comparativa (David Ricardo)
			8	Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.		
		Recursos humanos	9	Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)	
			10	Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.		
		Recursos financieros	11	Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.		
			12	Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).		
		Potencial	Ventaja competitiva	13	Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja toquilla que compitan activamente en el mercado.	Ventaja competitiva (Michael Porter)
				14	Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la	

				competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.	
		Calidad	15	Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.	Índice de competitividad (Jerusalmi y Camacho)
			16	Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.	
		Promoción	17	Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.	
			18	Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.	

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo(bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- **Variable: Competitividad**
- Primera dimensión: Performance
- Objetivos de la dimensión: Determinar la performance (desempeño) pasada y presente de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Desempeño productivo	1. Se aplican mejoras en el proceso de elaboración de los productos.			X	
	2. Se realizan devoluciones de los productos comercializados.			X	
Desempeño comercial	3. Sus productos se comercializan exitosamente en el mercado.			X	
	4. La comercialización de sus productos es un proceso rentable que genera ingresos.			X	
Gestión empresarial	5. Plantea, aplica y evalúa estrategias para comercializar sus artesanías.			X	
	6. Determina sus expectativas de ventas.			X	

- Segunda dimensión: Recursos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la administración de los recursos de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Recursos materiales	7. Gestiona eficazmente recursos logísticos para la comercialización de sus productos.			X	
	8. Cuenta con los recursos materiales para satisfacer la demanda de los clientes.			X	
Recursos humanos	9. Cuenta con mano de obra capacitada para la elaboración de los productos en paja toquilla.			X	
	10. Posee la mano de obra requerida para atender demandas del mercado.			X	
Recursos financieros	11. Posee recursos financieros para realizar una producción de grandes volúmenes de artesanías elaboradas en paja toquilla.			X	
	12. Cuenta con acceso a líneas de crédito (ej. Bancos).			X	

- Tercera dimensión: Potencial
- Objetivos de la dimensión: Determinar el nivel de potencial de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ventaja competitiva	13. Se interesa por producir nuevas artesanías elaboradas en paja toquilla que compitan activamente en el mercado.		X		
	14. Destaca características o tiene un rasgo distintivo que diferencia sus artesanías de la competencia y posiciona mejor el producto en el mercado.		X		
Calidad	15. Obedece a estándares de calidad para la elección de la materia prima.		X		
	16. Los productos son considerados de buena calidad y satisfacen las necesidades del cliente.		X		
Promoción	17. Participa en ferias o exposiciones nacionales o internacionales.		X		
	18. Se plantean y utilizan estrategias de marketing para la comercialización de sus artesanías.		X		



Dra. Mary Hellen Mariela Michca
Maguiña

DNI:41478652

Teléfono: 995801023

6. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mary Hellen Mariela Michica Maquiña
Grado profesional:	Maestría () Doctor (x)
Área de formación académica:	Educativa
Áreas de experiencia profesional:	Docente metodóloga
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

7. Propósito de evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

8. Datos de la escala

Nombre del cuestionario:	Cuestionario para medir la variable “Potencial exportador” de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.
Autora:	Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra
Nombre del instrumento:	Cuestionario
Significación:	El cuestionario está compuesto por 21 ítems, los cuales permitirán medir las dimensiones e indicadores que se exponen y a dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas. Además, tiene una escala de Likert conformada por 5 niveles: 1 equivale a “nunca”, 2 a “casi nunca”, 3 al nivel “a veces”, 4 a “casi siempre” y 5 a “siempre”.

9. Soporte teórico

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº	ÍTEMS	TEORÍAS
Variable 2: Potencial	Financiera	Gestión financiera	1	Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.	Metodología de la medición del potencial exportador (De
			2	Consideran una estructura de costos de exportación.	

exportador		Gestión del riesgo	3	Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).	la Hoz, González & Santana)
		Salud financiera	4	Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.	
	Mercado	Conocimiento del mercado	5	Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos potenciales.	Teoría ecléctica (modelo OLI) (John Harry Dunnig)
			6	Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.	
		Comercio exterior	7	Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
			8	Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.	
			9	Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.	
		Competitividad del producto	10	El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.	Teoría ecléctica (modelo OLI) (John Harry Dunnig)
	Aprendizaje y crecimiento	Gestión de la información	11	Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
		Gestión del conocimiento	12	Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.	
		Gestión de clima laboral	13	Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.	
	Clientes	Gestión de proveedores	14	Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.	
			15	Tiene una adecuada segmentación de clientes.	

		Gestión de clientes	16	Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.	Teoría de similitud de países (Steffan Linder)
		Gestión de requerimientos	17	Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un producto personalizado.	
	Procesos internos	Gestión de productividad	18	Tiene la capacidad para incrementar su producción.	Metodología de la medición del potencial exportador (De la Hoz, González & Santana)
		Gestión de innovación	19	Innova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.	
		Factores logísticos	20	Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.	
		Gestión de tecnología y operaciones	21	Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.	

10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”; elaborado por Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores, califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

semántica son adecuadas.	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: “Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos 2023”.

- Variable: Potencial exportador
- Primera dimensión: Financiera
- Objetivos de la dimensión: Evaluar los resultados financieros de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión financiera	1. Se realizan evaluaciones periódicamente de las ventas, gastos y otros indicadores financieros.			X	
	2. Consideran una estructura de costos de exportación.			X	
Gestión del riesgo	3. Evalúa los riesgos de comercializar en mercados extranjeros (riesgos legales, operativos, entre otros).			X	
Salud financiera	4. Cuenta con probabilidad de crédito por parte de sus proveedores.			X	

- Segunda dimensión: Mercado
- Objetivos de la dimensión: Determinar si la Asociación de artesanas Pedregal Grande identifica oportunidades, tiene conocimiento del mercado internacional y de sus productos en el mercado internacional.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento del mercado	5. Desarrolla estudios de mercado para identificar nuevos destinos			X	

	potenciales.				
	6. Se conocen las ventajas competitivas de sus artesanías comercializadas en el mercado internacional.			X	
Comercio exterior	7. Se tiene en cuenta los tratados o acuerdos que regulan el comercio internacional.			X	
	8. Cuentan con una cartera de clientes o tienen contactos comerciales en mercados extranjeros.			X	
	9. Tienen dominio de los términos utilizados en el comercio exterior.			X	
Competitividad del producto	10. El producto cumple con las normas de calidad, ambientales, entre otras que se requieren en el mercado internacional.			X	

- Tercera dimensión: Aprendizaje y crecimiento
- Objetivos de la dimensión: Evaluar el flujo de información, la gestión de capacitación y las condiciones colaborativas internas de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de la información	11. Tiene sistemas eficientes para la comunicación interna (entre artesanas) y externa (con los clientes).			X	

Gestión del conocimiento	12. Tiene la posibilidad de realizar capacitaciones en los temas que sean requeridos.			X	
Gestión de clima laboral	13. Existe una relación respetuosa y empática entre las artesanas que permite el buen desarrollo de la Asociación.			X	

- Cuarta dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la relación con sus proveedores, satisfacción de los clientes y acciones para la mejora del producto.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de proveedores	14. Cuenta con proveedores confiables que brindan insumos de calidad.		X		
Gestión de clientes	15. Tiene una adecuada segmentación de clientes.		X		
	16. Conoce el comportamiento y las preferencias de sus clientes.		X		
Gestión de requerimientos	17. Se tiene en cuenta las preferencias del cliente en la elaboración para diseñar un producto personalizado.		X		

- Quinta dimensión: Procesos internos
- Objetivos de la dimensión: Evaluar la productividad, innovación y las condiciones de logística y tecnología de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Gestión de productividad	18. Tiene la capacidad para incrementar su producción.			X	
Gestión de innovación	19. Innova en cuanto a diseños, formas, entre otros, con el fin de comercializar un producto que se diferencie de su competencia.			X	
Factores logísticos	20. Cuenta con la logística requerida para la exportación de sus artesanías.			X	
Gestión de tecnología y operaciones	21. Dispone de tecnología necesaria para ser competitiva.			X	



Dra. Mary Hellen Mariela Michca
Maguiña

DNI:41478652

Teléfono: 995801023

Anexo 5: Consentimiento informado



Anexo 1.

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023

Investigador (a): Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023", cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo del campus Piura, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la Asociación de artesanas Pedregal Grande.

Describir el impacto del problema de la investigación.

La investigación puede generar un impacto positivo, puesto que dará a conocer la relevancia de la competitividad y el potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, para que así puedan identificar nuevas oportunidades en mercados internacionales y desarrollen ventajas competitivas que contribuyan a posicionar mejor sus productos, tener un incremento en las ventas y mantener esta tradición que pertenece a la identidad cultural de los piuranos.

Procedimiento. Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023".
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente del domicilio de la sr. Martha Sosa. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía): Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será

respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia): Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia): Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia): Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) Palacios Saavedra, Alexandra Lisbeth email: alpalacios@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Dr. Cosío Borda, Ricardo Fernando email: rcosiob@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: María Martha Sosa Villegas

Fecha y hora: 26/06/2023 8:40 a.m.


Martha Sosa
Líder de la Asociación de
artesanías Pedregal Grande



Anexo 2.

**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD
EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES
ANEXO 6 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN RVI N° 066-2023-VI-UCV**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20525440258
Asociación de artesanas Pedregal Grande	
Nombre del Titular o Representante legal:	
María Martha Sosa Villegas	
Nombres y Apellidos	DNI: 02799064

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU N° 0470-2022/UCV) ⁽¹⁾, autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Competitividad y potencial exportador de la Asociación de artesanas Pedregal Grande, Catacaos – 2023.	
Nombre del Programa Académico:	
Negocios Internacionales	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Alexandra Lisbeth Palacios Saavedra	72493358

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Pedregal Grande, 26 de junio de 2023.

Firma y sello:



Martha Sosa

Líder de la Asociación de artesanas Pedregal Grande



Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se

Anexo 6: Análisis de confiabilidad

Tabla 2

Fiabilidad del cuestionario de la variable competitividad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.904	18

Nota: Al ser mayor a 0, 70, se concluye que el instrumento es fiable.

Tabla 3

Fiabilidad del cuestionario de la variable potencial exportador

Alfa de Cronbach	N de elementos
.902	21

Nota: Al ser mayor a 0, 70, se concluye que el instrumento es fiable.

Anexo 7. Análisis descriptivos

Gráfico de barras de la variable competitividad

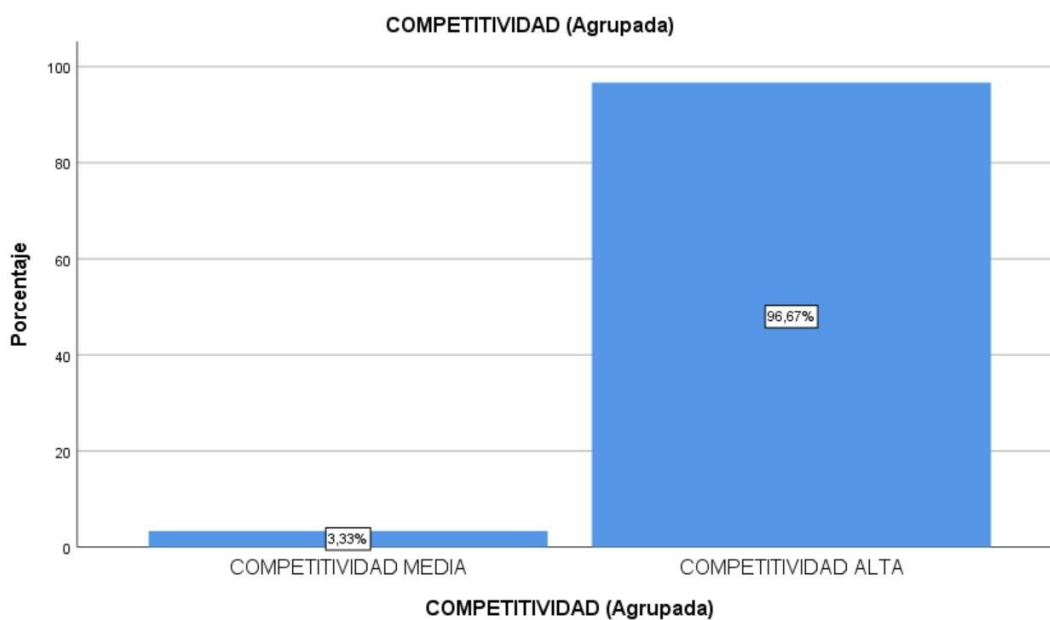


Gráfico de barras de la variable potencial exportador

