



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras  
textiles de Gamarra al mercado de Brasil 2013-2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTOR:**

Br. Cordova Payano, Samir Omar (ORCID: 0000-0002-1531-9554)

**ASESOR:**

Mg. Márquez Caro, Fernando Luis (ORCID: 0000-0001-9043-8150)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2019

## **Dedicatoria**

Dedicado a mis padres, quienes representan gran parte de mi vida, mi apoyo incondicional hoy y siempre.

## **Agradecimiento**

Agradezco especialmente a mis profesores de la universidad por sus enseñanzas y por toda la colaboración y apoyo en la elaboración de este trabajo de investigación.

## Página del Jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Cordova Payano Samir Omar, cuyo título es: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES EXPORTADORAS TEXTILES DE GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL 2013-2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: .....<sup>16</sup>..... (número)  
.....DISCREPIS.....(letras).

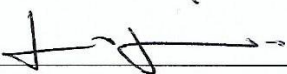
Lima, 11 de Julio de 2019



Dr. ORLANDO JUAN, MARQUEZ CARO  
PRESIDENTE



Mg. MIKE PAUL, BERTA HINOSTROZA  
SECRETARIO



Mg. FERNANDO LUIS, MARQUEZ CARO  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

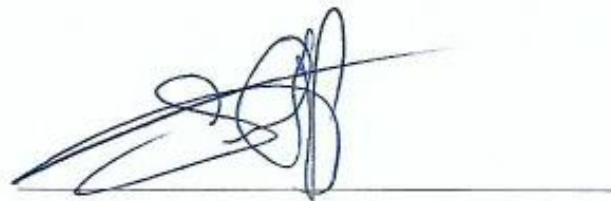
## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Cordova Payano Samir Omar con DNI N° 73265771 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 05 de Julio de 2019



Cordova Payano Samir Omar

DNI 73265771

## **PRESENTACIÓN**

Señor miembro del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES EXPORTADORAS TEXTILES DE GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL 2013-2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

**CORDOVA PAYANO SAMIR OMAR**

# ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DE JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MÉTODO.....	25
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	25
2.2. Variable de Operacionalización.....	26
2.3. Población, muestra y muestreo.....	27
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	27
2.5. Procedimiento.....	29
2.6. Método de análisis de datos.....	29
2.7. Aspectos éticos.....	29
III. RESULTADOS.....	29
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	43
VI. RECOMENDACIONES.....	44
VII. REFERENCIAS.....	45
ANEXOS.....	49
ANEXOS N°1- Instrumento de Recolección de Datos.....	49
ANEXOS N°2- Validación de Instrumento de Investigación.....	51
ANEXOS N°3- Consentimiento Informado para participantes de Investigación.....	59
ANEXOS N°4- Matriz de Consistencia.....	60
Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis.....	62
Pantallazo del Software Turnitin.....	63
Formulario de Autorización para la publicación de la Tesis.....	64
Formulario de Autorización para la publicación electrónica de la Tesis.....	65
Autorización de la versión final del trabajo de investigación.....	66

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estrategias Competitivas .....	26
Tabla 2 Productividad .....	26
Tabla 3 .....	28
Tabla 4 .....	28
Tabla 5 .....	28
Tabla 6 .....	28
Tabla 7 Niveles de Estrategias Competitivas .....	29
Tabla 8 Niveles de Productividad .....	30
Tabla 9 Niveles de Liderazgo en Costos .....	31
Tabla 10 Niveles de Diferenciación .....	32
Tabla 11 Niveles de Enfoque.....	32
Tabla 12 Nivel Porcentual de Estrategias Competitivas y Productividad .....	33
Tabla 13 Nivel Porcentual de Liderazgo en Costos y Productividad.....	34
Tabla 14 Nivel Porcentual de Diferenciación y Productividad .....	35
Tabla 15 Nivel Porcentual de Enfoque y Productividad .....	36
Tabla 16 Hipótesis General .....	37
Tabla 17 Hipótesis Específica 1 .....	38
Tabla 18 Hipótesis Específica 2.....	39
Tabla 19 Hipótesis Específica 3.....	40



## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1 Niveles de Estrategias Competitivas.....	30
Gráfico 2 Niveles de Productividad.....	30
Gráfico 3 Niveles de Liderazgo en Costos .....	31
Gráfico 4 Niveles de Diferenciación .....	32
Gráfico 5 Niveles de Enfoque.....	33
Gráfico 6 Nivel Porcentual de Estrategias Competitivas y Productividad .....	34
Gráfico 7 Nivel Porcentual de Liderazgo en Costos y Productividad.....	35
Gráfico 8 Nivel Porcentual de Diferenciación y Productividad .....	36
Gráfico 9 Nivel Porcentual de Enfoque y Productividad.....	37

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general establecer si existe una relación entre las estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, también analizar las estrategias de liderazgos en costos, diferenciación y enfoque con la productividad. El diseño de investigación ha sido no experimental y longitudinal, tipo aplicada con un nivel correlacional cuantitativa. Se determinó una muestra de 24 mypes textiles exportadoras de gamarra, a quienes se aplicó la técnica de la encuesta utilizando un cuestionario como instrumento de recopilación de datos. Posteriormente se aplicó el sistema SPSS para obtener el análisis de los datos cuyos resultados obtenidos mostraron; la estrategia de liderazgo en costos es la estrategia competitiva mejor aplicada por las mypes del estudio, también se observó que la estrategia de diferenciación es la más desarrollada. Finalmente se concluyó que las estrategias competitivas y la productividad tienen una relación positiva y significativa y que no fueron implementadas de una manera correcta por las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

**Palabras claves:** Estrategia Competitivas, Productividad, Liderazgo en costos, Diferenciación y Enfoque.

## **ABSTRACT**

The main objective of this research was to establish a relationship between competitive strategies and the productivity of the exporting machines of the Gamarra in the Brazilian market 2013-2018, cost strategies, differentiation and focus with productivity were also analyzed. The design of the research has not been experimental or longitudinal, applied type with a quantitative level. A sample of 24 textile products exporting gamarra can be determined, and the survey technique has been applied using a questionnaire as a data collection instrument. Subsequently, the SPSS system was applied to obtain the analysis of the data that was found; the strategy of cost leadership is the best competitive strategy applied by the methods of the study; it is also observed that the strategy of differentiation is the most developed. Finally, it was concluded that competitive strategies and productivity have a positive relationship and a significant relationship and have not been implemented in a correct way for textile export companies in the Brazilian market 2013-2018.

**Keywords:** Competitive Strategy, Productivity, Cost Leadership, Differentiation and Approach.

## I. INTRODUCCIÓN

La industria textil en el estado peruano representa en un 20% en los productos manufacturados del Perú, por lo cual en gamarra las mypes simbolizan un 90% del conjunto de empresarios que tiene el país. Leandro Mariátegui (Ex director de la SNI) manifestó que cerca de 800 MYPES y PYMES de productos textiles dejaron de vender sus productos al exterior o sencillamente desaparecieron de forma trascendental que se redujo sus envíos al exterior. En el sector textil unos de sus factores por el cual la industria es afectada son por la inestabilidad política de los países al cual exportamos, tanto es el caso de Ecuador, Venezuela y Argentina. En Estados Unidos que sigue aun siendo nuestro 1º mercado en exportación textil, bajo exportaciones en el transcurso de estos años. El estado peruano ahora se ha enfocado en dos mercados potencialmente prometedores los cuales son países sudamericanos, que las mypes pueden aprovechar los TLC para poder ingresar sus productos pagando menos impuestos, se trata de Colombia y Brasil. Otro factor es sobre la competitividad de los productos de algodón importados desde China de manera legal o ilegalmente, que por su excesiva explotación de habilidad y manipulación de los ciudadanos chinos a bajo precios sus productos pueden ingresar al mercado peruano con un precio por debajo los productos peruanos, generando así una amenaza para nuestras mypes textiles de gamarra que tienen que depender de varios factores para establecer guerras de precios debido a la competencia. Otro problema que tiene en la actualidad el país es la pérdida de mercado en Estados Unidos ya que ahora el país norteamericano se está concentrando en los países de Centroamérica (Honduras, Nicaragua, El Salvador), que ofrecen un algodón de muy buena calidad a un precio mucho más bajo, ya que sus precios están entre US\$2,60 mientras que por un producto peruano Estados Unidos tiene que pagar US\$6,00 que ahora no es garantía que nuestra materia prima (algodón pima), diseño y la mano de obra satisfagan al consumidor extranjero. (Diario Gestión). Eduardo Ferreyros, ministro del MINCETUR en el 2017, se expresa que “las exportaciones dirigidas hacia Brasil obtuvieron ligero incremento, de igual manera las exportaciones a Colombia, ante la intensa presencia comercial y empresarial en este último mercado”. Por lo cual Brasil es un mercado con un alto potencial de consumo (1ra en Sudamérica) con una economía en incremento gracias a los Acuerdos y Tratados comerciales, el cual es mercado que ya el estado está presentando proyectos de exportación textil a través de ferias para que las mypes puedan generar una nueva cartera de clientes. Gamarra y Díaz (2018), en su artículo: *Modelo*

*basado en Análisis Envolvente de Datos (DEA) para medir la competitividad de las manufactureras peruanas del sector textil*, de la UNMSM. Explica que los componentes de innovación y eficacia son indispensables para calcular la competitividad y que la diferenciación de los productos textil es la estrategia más competitiva en las manufactureras peruanas. En la actualidad las mypes de Gamarra para enfrentar la falta de competitividad que tiene a nivel internacional, deben mejorar los problemas de productividad que tienen las mypes peruanas, como los bajos niveles de producción, la falta de capacitación, financiamiento, inadecuada participación y manejo en el mercado externo, personal no calificado, una insuficiente información de mercado. También la deficiencia en la inspección de calidad del desarrollo de la producción, infraestructura inadecuada, proveedores muy caros, una tecnología inadecuada para producción y competitividad. Valdivia, Pineda y Ramos (2014) en su artículo: *Tecnologías de información aplicadas en la gestión logística en gamarra*” de la UNIFE. Explica que las mypes de gamarra no cuentan con una tecnología de información en su sistema logístico, lo cual atrasa a sus procesos de producción ya que no cuentan con una revisión adecuada de la maquinaria, insumos y productos terminados, generando así una relación inapropiada en su productividad generando los retrasos en su entrega. De tal manera se busca que, a través del uso de TIC obtendrán mayores reservas en tiempo y dinero a las MYPES de gamarra. Por lo tanto las mypes exportadoras textiles de gamarra tienen constantes cambios y adaptaciones a través de la globalización que ha permitido la integración entre países generando que el país esté más conectado con el mundo empresarial, por lo cual, en la actualidad para que las mypes textiles puedan ser competitivos deben mejorar su productividad la cual es fundamental para mejorar su eficacia en el extranjero y puedan rivalizar con sus competidores apropiadamente con el capital que la empresa posee, así pueda ingresar en un mercado nuevo y perdurar durante un largo periodo; por lo cual esta tesis busca implementar estrategias competitivas que influyan en la productividad de las mypes de la industria textil. De esta manera el objetivo de este trabajo es dar a conocer, fomentar e impulsar a las mypes exportadoras textiles a la internacionalización, generando que tengan mayor intervención en el mercado extranjero, aplicando estrategias competitivas en las mypes perduren en sus mercados y ganen reputación en ella también. Apuntar nuevos mercados para el desarrollo a nivel internacional de las mypes de gamarra requiere de muchas estrategias y procesos las cuales el sector textil de gamarra cuenta con el potencial necesario para

poder crecer. Los trabajos previos que se tomaron para la presente investigación en el ámbito nacional de la variable 1 fueron: Barreto (2018) en su tesis titulada *Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018*, para optar el título profesional en Licenciada de Administración de la Universidad César Vallejo, Lima. El autor tuvo como objetivo establecer un vínculo entre la gestión empresarial y competitividad empresarial, para obtener un mejor desarrollo de la empresa, la metodología que el autor tuvo fue de tipo aplicada, descriptiva correlacional, diseño no experimental, se concluyó que la gestión empresarial y la competitividad existe una relación entre ellos. Por otro lado, también se manifestó que existe relación entre las dimensiones con la competitividad, que a través de un buen manejo de su gestión la empresa se mantendrá estable. Mendoza y Giraldo (2016) en su tesis titulada: *La Internacionalización Y Su Relación Con La Competitividad De Las Pymes Exportadoras Textiles Ubicadas En Lima Metropolitana*, para optar el título profesional de Licenciado en International Business, de la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Tuvo como objetivo en precisar la internacionalización altera o mejora el nivel de competitividad pymes textiles, la metodología que el autor tuvo fue de tipo aplicada, correlacional, diseño no experimental, el autor concluyo que la innovación es el principal vínculo que se establece entre la internacionalización y competitividad comercio textil, por lo cual buscan diferenciarse del resto de su competencia a través de una enseñanza empresarial que la base principal de una pyme para lograr la internacionalización, con una preparación adecuada en sus operarios textiles y un financiamiento a largo plazo para generar un gran desarrollo. Campos (2018) en su tesis: *Estrategias competitivas para el desarrollo Exportador de las mype textiles en el distrito de Villa el salvador*, para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad San Martín de Porres, Lima. El autor tuvo como objetivo identificar las estrategias competitivas para el crecimiento de las mypes en sus exportaciones, la metodología que utilizó fue de tipo descriptivo y mixto (cuantitativo y cualitativo) diseño no experimental, el autor concluyó que la estrategia de posicionamiento, la ventaja competitiva y la cadena de valor son las estrategias que cooperan significativamente con el progreso exportador de las mypes. Freyre (2019) en su artículo: *Tecnologías de la comunicación e información y su impacto en las estrategias competitivas de los micros y pequeñas empresas*, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. La

investigación tuvo como objetivo identificar los componentes culminantes por la que luchan estas mypes en la implementación de las tecnologías comunicativas en los sucesos de estrategias de marketing, con la intención de favorecer u obstruir la elaboración de ventajas competitivas, la metodología que utilizo es descriptivo y no experimental con un diseño transeccional, se concluyó que los gerentes no están en su totalidad convencidos del aprovechamiento del uso de la tecnología, por lo que señalan que no invierten un nivel apropiado en sus maquinarias básica, por lo que el uso de las TIC no se implementan al máximo. Por lo cual es necesario invertir para poder ampliar el mercado textil que cada vez es más tecnológico. Gutiérrez y Amador (2014) en su artículo: *Competitividad de los Cluster Textil Perú México*, de la Universidad San Martín de Porres, Perú. La investigación tuvo como objetivo distribuir diferentes puntos de vista que tiene un ejercicio operativo real entre los dos aspectos para reservar y mejorar los niveles productivos, estratégicos, competitivos, planeación, para consolidarse en el mercado internacional, la metodología de tipo básica con carácter aplicativo de diseño descriptivo, se concluyó que las dos industrias tiene factores críticos de Éxito (FCE) más importantes: vinculados con la gestión empresarial, administración, producción y en ventas. Así mismo los trabajos previos internacionales que se tomaron fueron de: Botitano (2014) en su tesis titulada: *Análisis De Estrategias Competitivas: Un Estudio De Las Empresas Del Sector Textil Y De Confecciones De La Paz, Periodo 2002 – 2012*, para optar el título de Licenciado en Economía, de la Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia. Tuvo como objetivo reconocer los elementos que precisan la competitividad y las estrategias de un sector industrial que discute y analiza la competitividad, estrategia, análisis estructural de la industria, la metodología que se utilizó fueron de tipo exploratorio y descriptivo, también fue cuantitativa, se concluyó que la elaboración de una estrategia competitiva es una práctica adoptada por diversas empresas con el objetivo principal de posicionarlas mejor en el mercado; de entre los cuales existen muchos caminos a escoger. Por lo cual la visión estratégica tradicional de las empresas bolivianas siempre observa que la implementación de una estrategia a corto plazo y sobre un segmento determinado es suficiente para conducirse por sí misma, sin embargo la implementación de estrategias están muy lejos de ser sencillas y menos aún si se quieren lograr resultados a largo plazo; una estrategia bien establecida es y será el camino lógico para la ventaja competitiva que debería ser efectuada en cualquier escenario de la industria. Vásquez, Cely y Guerrero (2017) en su tesis titulada: *Estrategias clave para*

*Implementar un Sistema de Gestión de la Innovación en Pymes del Sector Textil, Confección, Diseño y Moda del Municipio de Itagüí antioquia- Colombia*, para optar un diplomado en Gestión Empresarial en la Universidad Nacional de Colombia. Tuvo como objetivo de investigación es la observación y distinción de las creaciones en las pymes de la industria, moda, confección y diseño del municipio de Itagüí - Antioquia- Colombia y cómo ésta puede ser un factor limitante para la competitividad de las mismas, la metodología que el autor tuvo fue descriptivo y no experimental, se concluyó que las acciones logísticas para implementar en el sector de confección Valle de Aburrá presentan cada uno de los municipios que las mismas oportunidades y barreras logísticas se den como a las empresas exportadoras de café, también mejorando los costos de distribución de entrega de la mercancía dentro la ciudad y fuera de la ciudad. Nájera (2014) en su artículo: *Un modelo de competitividad para el sector textil en México basado en los recursos y las capacidades*, de la Universidad & Empresa de Bogotá. Tuvo como objetivo en precisar los elementos de todos los procesos productivos como la innovación, calidad, utilizados en la materia prima las técnicas utilizadas en la empresa que genere un crecimiento en la competitividad, la metodología que tuvo el autor fue aplicada, descriptivo y no experimental cuantitativa, se concluyó que en esta investigación que los factores de calidad tienen un vínculo con la competitividad empresarial y en especial en el país de México a comparación de gamarra en Perú, ya que calidad e innovación en las empresas textiles tienen que mejorar. Gaitán (2016) en su artículo: *Estrategias competitivas de comercialización utilizadas por las tiendas de ropa y calzado del distrito I, de la ciudad de Estelí, Año 2014*, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. La investigación tuvo como objetivo examinar la utilización de las estrategias competitivas en la venta de la industria textil y calzado en un escenario y tiempo establecido, la metodología que tuvo el autor fue tipo aplicada, correlacional y muestreo probabilístico, ya que se relaciona y estudia los datos cuantísimos de la investigación, se concluyó que los resultados indicaron que un conjunto de empresarios o gerentes no tienen idea de estrategias competitivas y que los clientes son sutiles al momento de escoger un producto por lo cual buscan productos diferentes e innovadores. Por lo tanto, conociendo sus debilidades pueden mejorar sus fortalezas empleado estrategias. Los trabajos previos que se tomaron para la presente investigación en el ámbito nacional de la variable 2 fueron: Segura (2016) en su tesis titulada: *Sistema de inteligencia competitiva y la productividad y competitividad de las pequeñas empresas*



*del sector textil y de confecciones: caso Gamarra*, para obtener el grado de Magíster en Administración, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Tuvo como objetivo de reconocer los elementos que perjudican levemente las posiciones de productividad y de la competitividad que mypes en sector textil, la metodología que el autor tuvo fue de tipo explicativa - correlacional y con rasgos cualitativos, se concluyó que las inteligencias competitivas influyen de manera proporcional en la productividad demostrando que los elementos que inciden en la productividad son la información, capacitación, inteligencia competitiva, una deciente uso de tecnología, y mejorar el desarrollo del proceso de producción; estableciendo estrategias para impulsar la importación de la competitividad. Muñoz (2018) en su tesis titulada: *La Competitividad Productiva y la Cultura Organizacional en las MYPES de confecciones textiles de Gamarra, 2017*, para obtener el título de Licencia en Negocios Internacionales, de la Universidad Cesar Vallejo, Lima. Tuvo como objetivo precisar cómo se vinculan los niveles de competencia de la producción entre la cultura organizacional de mypes textiles, la metodología que utilizó fue método aplicada y de tipo correlacional, de un diseño no experimental, se concluyó que a través de los resultados obtenidos que la competitividad productiva establece una relación positiva con la cultura organizacional, comprobándose una tendencia creciente que prevalece las categorías de la internacionalización. Trujillo (2013) en su tesis titulada: *Análisis, diseño e implementación de un sistema de planificación de procesos productivos para pymes de textil y confecciones*, para obtener el título de Licenciado en Ingeniero Informático, de la Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima. Tuvo como objetivo de desarrollar un software informático para brindar soporte a las pymes de confección y textil de sector de estudio, para acceder a un perfeccionamiento manejo de control en sus etapas productivas, la metodología que el autor tuvo fue descriptivo correlacional y un diseño experimental, se concluyó que los altos costos que se utilizó en el software que detecta que con constátenles mejoras brindadas por el estado se de gran utilidad para desarrollar el producto textil, la cual a través de un manejo de etapas o sucesiones se simplifica la perfección de planeamientos de procesos, por lo cual a través de un aplicativo se mejora el aspecto en el trabajo con rapidez obteniendo una mayor comunicación con los clientes para establecer reuniones, los cuales nos brindan una retroalimentación para el crecimiento del producto. Arrarte, Bortesi y Michue (2017) en su artículo: *Productividad y competitividad en la industria textil - Confecciones peruana 2012-2015*, de la

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. La investigación tuvo como objetivo de examinar la industria textil procreo un aumento en la productividad y competitividad durante el 2012 al 2015, la metodología que utilizo fue de tipo básica y explicativo a través de técnicas de estudios financiero en el balance general y de resultados, se concluyó que durante el periodo establecido no se generó ningún aumento en la productividad y mejoramiento de la competitividad, la causa fue por los costos elevados tanto en logística, tributos, administrativo y cierre de mercados. Caycho (2017) en su artículo: *Implementación de un sistema de incentivos para la mejora de la productividad en una empresa de confección textil*, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. Tuvo como objetivo de examinar un proceso de estimulación laboral para que los empleados se sientan cómodo en su puesto de la empresa permitiendo así generar una mejora en la producción de su mercadería, la metodología que utilizo fue básica con nivel explicativo de diseño pre experimental -cuantitativo, se concluyó que la creación de procesos de estimulaciones laborales genero grandes cantidades de aumento en la productividad obteniendo más ingresos económicos para la empresa y sus empleados. Arévalo, Nájera y Piñero (2018) en su artículo: *La Influencia de la Implementación de las Tecnologías de Información en la Productividad de Empresas de Servicios*, de la Pontifica Universidad Católica del Perú. El autor tuvo como objetivo de reconocer la influencia de las tecnologías comunicativa en la productividad de las empresas de servicios, el autor utilizo la metodología de tipo explicativo correlacional cuantitativo y no experimental, se concluyó que el financiamiento en la tecnología comunicativa contribuye de manera positiva en la productividad. Así mismo los trabajos previos internacionales que se tomaron fueron: Rivadeneira (2016) en su tesis titulada: *Productividad Total De Los Factores En La Industria Textil*, para optar el título de Licenciado en Economía, de la Universidad San Francisco De Quito, Ecuador. Tuvo como objetivo implementar un sistema de crecimiento económico conocido como el modelo solow para analizar las etapas de la productividad como base para su crecimiento, la metodóloga que utilizo fue la cobb douglas, la cual estable las variables para explicar el vínculo entre la producción y los elementos de ella como el capital y trabajo, se concluyó que a través de los resultados donde se demuestra que en Ecuador el sector textil tiene una gran intervención en la producción a través del capital humano, también señala que el trabajo presenta una intervención baja, por lo tanto estos elementos no podrían explicar las variaciones que tienes los proceso productivos de la empresa. Moreno (2018) en su tesis titulada: *Control Estadístico De La Calidad Para*

*Mejorar La Productividad Del Proceso De Producción Textil En La Empresa FERTEX*, para optar el título de Licenciado en Ingeniería Industrial, de la Universidad Técnica del Norte, Ecuador. Tuvo como objetivo mejorar los procesos de producción, y a su vez incrementar la productividad, mediante un control de estadística de calidad, la metodología que utilizo fue es MICEPS para abordar los procesos de control estadístico de calidad en la empresa, se concluyó que a través de la aplicación de las diferentes herramientas de calidad se definió los procesos y subprocesos de la empresa FERTEX, y a su vez reconocer el proceso crítico de la línea de producción de calentadores para niña (chompa-pantalón) que fue el proceso de corte, el cual requiere de un control estadístico para conocer las problemas que se generan, y de esta manera eliminar o evitar los errores que se ocasionan en el área, mejorando la eficiencia del proceso crítico establecido. Sánchez, Ceballos y Sánchez (2015) en su artículo: *Análisis Del Proceso Productivo De Una Empresa De Confecciones: Modelación Y Simulación*, de la Universidad Simón Bolívar- Colombia. Tuvo como objetivo adquirir modelos a través de capacitaciones para la toma de decisiones con la mejora en la productividad, la metodología que utilizo fue descriptiva correlacional de corte transversal y de enfoque cuantitativo, se concluyó que hubo un incremento en la productividad de acuerdo al fruto obtenido de una prueba piloto con la comprobación de un escenario permitiendo hallar los problemas en sus procesos productivos. Las teorías relacionadas al tema para la variable 1 Estrategias Competitivas fueron de los siguientes autores: Porter (2015) afirma: “La estrategia competitiva consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en una industria, para afrontar eficazmente las cinco fuerzas competitivas y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía” (p.55). Por lo cual el objetivo principal de implementar las estrategias genéricas es de superar los rivales en la industria; a través de las 5 fuerzas establecidas por el mismo el cual puedan las empresas obtener altos rendimientos en las industrias, y en otras generara unos rendimientos aceptables. Sin embargo, Porter establece 3 primeras estrategias genéricas; las cuales las tomamos como las dimensiones para la variable 1. Dimensión 1: Liderazgo en Costos, Porter (2015) afirma: que el liderazgo en costos exige la construcción agresiva de instalaciones de escala eficiente, la búsqueda vigorosa de reducción de costos a partir de la experiencia, un control riguroso de gastos variables y fijos, evitar las cuentas de clientes menores y minimizar los costos en áreas como investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad y otras (p.59). De

acuerdo con esta es el control eficiente de los costos reduciendo gastos fijos y variables en las áreas de la empresa para mejorar las instalaciones. De acuerdo a las definiciones se podría decir que con esta estrategia se busca obtener que las empresas en este caso las mypes de gamarra se puedan vender sus productos a un precio inferior de la competencia a través de las reducciones de gastos y costos productivos, ventas entre otras sin la necesidad de perder la buena calidad del producto reconocida a nivel internacional.

Dimensión 2: Diferenciación, Porter (2015) afirma: que la segunda estrategia genérica diferencia el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en la industria entera se percibe como único. Las formas en que se logra son muy diversas: el diseño o la imagen de marca, la tecnología, las características el servicio al cliente, redes de distribución u otras dimensiones (p.59). Por lo cual esta consiste que el producto o servicio sea mejor y diferente que la competencia o que tenga un rasgo o esencia que los consumidores aprecien el producto. De tal manera que la estrategia de diferenciación tiene como objetivo en hacer notar o conocer el producto con una cualidad única que es valorada positivamente por los consumidores que permita elevar un poco el precio por su valor, este tipo de características se pueden basar en diseños, atributos técnicos del producto, o también la atención al cliente, oferta de servicios complementarios, rapidez de entrega, entre otras. El cual es muy recomendable en los mercados que sean pocos sensibles a los precios.

Dimensión 3: Enfoque, Porter (2015) afirma: que la tercera estrategia genérica, se centra en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico; igual que la diferenciación, adopta multitud de modalidades. En contraste con los costos bajos y con la diferenciación, estrategias que buscan alcanzar sus objetivos en toda la industria (p.61). Por lo cual se detalla que la estrategia de enfoque opta de ofrecer su producto en un segmento del mercado para que puedan ingresar al sector y alcanzar los objetivos planteados siempre con el contraste con las 2 primeras estrategias genéricas. También se establece que el Enfoque es una alta segmentación de mercado donde se aplica las estrategias de liderazgos en costes y diferenciación, pero en un solo mercado pequeño donde no exista competencia o la competencia no está completamente enfocada en ese segmento, de tal manera la empresa pueda establecer su producto textil en ese nicho de mercado. Generalmente esta estrategia se basa en un segmento específico en el cual la empresa puede generar un nuevo producto o ingresar su producto especialmente diseñados a las expectativas de los consumidores de ese mercado. Por otro lado, Castro (2013) afirma: que la estrategia

competitiva como el patrón de los principales objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para la consecución de dichas metas, establecidos de tal manera que definan en qué clase de negocio la empresa está o quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser. (p. 253). De tal manera la estrategia competitiva consiste en establecer sus objetivos y metas durante un periodo establecido de acuerdo a sus posibilidades para saber en qué tipo de empresa desea de ser en un futuro y en qué gestión le podría favorecer para lograrlo. De acuerdo con el autor donde se manifiesta como una agrupación de movimientos tanto como en ataque y defensa con el objetivo de alcanzar una posición ventajosa a comparación de sus competidores tanto a nivel local como internacional, buscando que esta ventaja competitiva sea sostenida a largo del tiempo y que presenta una mayor rentabilidad para las empresas emprendedoras del mundo; por lo cual establece 3 estrategias de acuerdo a la ideología de Porter. Dimensión 1: Liderazgo en Costos, Castro (2013) afirma: que la estrategia de liderazgo en costes se basa en lograr un coste final mínimo respecto a la competencia, junto con una calidad aceptable y una política de precios que permitan alcanzar un volumen de ventas y un crecimiento de la cuota de mercados rentables (p.255). Para que una mype pueda aplicar la estrategia líder en costos es necesario tener un dominio y una empresa muy estructurada y eficaz, con mejoras continuas instruyendo a lograr sus objetivos y metas. Por lo cual se necesita una inversión para el mejoramiento de la empresa, un seguimiento detallado y unos sistemas de distribución rentable, para poder competir en el mercado internacional con un precio accesible para los consumidores y de una excelente calidad. Teniendo en cuenta los riesgos que puede obtener esta estrategia es la imitación por parte de la competencia, y la falta de innovación tecnológica que pueden dejar inadecuadamente los procesos de la empresa. Dimensión 2: Diferenciación, Castro (2013) afirma: que la estrategia de diferenciación consiste en aquella estrategia que pone todo su énfasis en la consecución de alguna diferencia en cualquier aspecto importante y deseado por el comprador, a través de una serie de actuaciones en la empresa, lo que le confiere la posibilidad de elevar el precio y el margen de beneficios. Si la empresa en cuestión es capaz de ofrecer algún producto o servicio que sea verdaderamente valorado por los posibles clientes, la empresa se podrá diferenciar de sus competidores (p.256). Castro expresa que la estrategia de diferenciación explica que tenemos que agregarle un valor extra a nuestro producto tanto en la innovación del producto como sus características, tamaño, envase, entre otras o adicionarle un servicio al producto el cual

el comprador sienta que su producto es muy diferente a lo que le ofrece la competencia en el mercado; es decir, se tiene que crear un valor al producto para poder venderlo. Se explica que esta estrategia de diferenciación tiene un beneficio muy importante para las empresas o industrias el cual es la fidelización de los clientes que incluso aunque la empresa aumente el precio, los clientes le seguirán comprador a la empresa por su excelente producto de calidad y servicio, a comparación de la competencia. Dimensión 3: Enfoque, Castro (2013) afirma: El enfocador selecciona un grupo o segmento del sector industrial y ajusta su estrategia a servirlos con la exclusión de otros. Al optimizar su estrategia para los segmentos objetivos, el enfocador busca lograr una ventaja competitiva en sus segmentos, aunque no posea una ventaja competitiva general (p.62). Está estrategia relacionado a los costos se explaen las diferencias y la conducta de algunos mercados, y el vínculo con la segunda dimensión explaen los requerimientos fundamentales de los consumidores en algunos segmentos específicos. En Cuanto con la variable 2 “Productividad” los siguientes autores fueron: Galindo y Ríos (2015) afirma: la productividad es una medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital. Un aumento en productividad implica que se puede producir más con lo mismo (p.3). Los autores establecen que el vínculo que existe entre la materia prima e insumos de la fases de producción de la empresa, generando que a mayor producción y con la misma proporción de materia prima la producción crece o también a menor proporción de materia prima y con la misma producción, la productividad crece, generando así la utilización eficaz de los recursos de las materias primas. En otras palabras, la productividad siempre tiene un vínculo constante con la calidad, ya que siempre las empresas tratan de mejorar por lo cual buscan reducir sus costos y aumentar su rentabilidad en la organización, pero en la productividad intervienen demasiados factores como: Producto, Tecnología, Organización, Vínculos Laborales, Condiciones de Trabajo, Calidad, Capacidad de Producción, entre otras. Dimensión 1: Producto, Pérez y Martínez (2006) expresa: que cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad; Un producto está formado por diferentes atributos, como hemos señalado, englobables entre los tangibles y los intangibles que lo caracterizan y le dan personalidad. (p. 7 y 8). Los autores expresan que un producto debe tener una estimación para el comprador que pueda saciar su necesidad, y que producto

puede intervenir varios factores para su creación y aceptación hacia los consumidores, las cuales las principales características que podemos encontrar son: valor monetario y agregado, marca, servicio, imagen del producto (diseño y calidad), entre otras. Por lo tanto, definimos el término producto como un bien que satisface la necesidad o deseo del consumidor (individuales y organizacionales), que se da a través de un intercambio mediante un pago por el producto. Lo cual la empresa tiene como finalidad de llegar a sus objetivos que persigue mediante su producto.

Dimensión 2: Capacidad de Producción, Londoño (2014) expresa: que el volumen de producción o número de unidades que se pueden alojar, recibir, almacenar o producir una instalación en un periodo de tiempo específico, lo cual es importante y necesario para la dirección de operaciones de una compañía conocer la capacidad de producción que posee la planta de manufactura, ya que le permite programar eficiente y eficazmente cada uno de los recursos que intervienen en su proceso productivo para hacer frente a la demanda (p. 15). Londoño expresa que la capacidad de producción es el volumen que puede generar una empresa, tanto en producción, almacén en un periodo establecido. De tal manera, que un empresario emprendedor necesita conocimiento de la capacidad sobre una planta de producción que le accede a establecer estrategias para mejorar la producción, estableciendo direcciones en la parte operativa para supervisar sus costos.

Dimensión 3: Tecnología, (CONICYT, 2009) expresa: que “la tecnología se define como el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles”. La tecnología abarca muchos factores en las empresas hoy en día, ya que gracias a la globalización las empresas pueden adquirir diferentes tipos de tecnología como maquinarias, infraestructura, información, entre otras. En el sector textil peruano como en gamarra se obtuvo grandes cambios con un incremento de oferta y demanda por los productos textiles. Por lo cual, ahora se puede obtener información sobre las nuevas tendencias en moda y diseños de forma gratuita en el momento, apoyándose con una tecnología adecuada una empresa puede mejorar o aumentar en su eficacia y eficiencia en todo aspecto evolutivo de la empresa como, producción, competitividad y consumidores. Para la presente investigación se ha formulado como problema general: ¿Qué relación existe entre las Estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?, y como problemas

específicos, ¿Qué relación existe entre la estrategia de liderazgo en costos y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?, ¿Qué relación existe entre la estrategia de diferenciación y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?, ¿Qué relación existe entre la estrategia de y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?. La Justificación de Estudio del presente trabajo de investigación tiene como justificación práctica, ya que busca solucionar las adversidades que tienen las mypes de gamarra debido a la gigantesca descensión de las exportaciones, que durante un tiempo su desarrollo empresarial se busca pluralizar su inteligencia en los procesos estratégicos para poder obtener una producción con eficacia y eficiencia, así confirmar las mypes de gamarra han ido progresando en su productividad y en el aumento de sus ventas en sus clientes. De tal manera, que esta investigación busca penetrar en la mente las estrategias competitivas para que mypes textiles de gamarra incrementen su poder en su producción mediante el uso de estrategias competitivas en la productividad que vayan mejorando su imagen en el comercio. El trabajo de investigación tiene como justificación sociológica, ya que será esencial beneficiar a la micro y pequeñas empresas textiles del emporio de gamarra que deseen mejorar su productividad para afrontar nuevos mercados o si deseen realizar proyectos de igual similitud a esta tesis a través de los recientes conocimientos e información que se les proporcionará con relación a las variables estrategias competitivas y productividad. Este estudio es de suma importancia porque es necesario comprobar la información que se puede obtener información confiable sobre las mypes textiles de gamarra que puedan opinar, y contar con resultados verídicos como respuesta a los instrumentos que se empleara en este trabajo de investigación. Así se podrá lograr describir con mucha claridad y certeza la realidad problemática que tienen las mypes textiles de gamarra, tratando de obtener posibles soluciones en base a los resultados hallados en esta tesis. Por lo cual se espera que la investigación ayude a los mypes textiles de gamarra y estudiantes universitarios poder adquirir mayor información y ampliar sus conocimientos. Como Hipótesis general: Existe una relación positiva entre las estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018 y como Hipótesis específicas: Existe una relación positiva entre la estrategia de liderazgo en costos y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018, Existe una relación



positiva entre la estrategia de diferenciación y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018, Existe una relación positiva entre la estrategia de enfoque y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018. En cuanto al Objetivo general: Determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la productividad de las mypes textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018, como Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la estrategia de liderazgo en costos y la productividad de las mypes textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018, Determinar la relación que existe entre la estrategia de diferenciación y la productividad de las mypes textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018, Determinar la relación que existe entre la estrategia de enfoque y la productividad de las mypes textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **2.1.1. Tipo de investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define: “La investigación aplicada, practica o empírica se caracteriza por la utilización de los conocimientos que se adquieren mediante una práctica de estudio de investigación” (p.6).

Por lo cual este trabajo de investigación busca incrementar los conocimientos de los empresarios a través de teorías que se ponen en prácticas para un mejor desarrollo y que puedan ser reutilizadas para las futuras investigaciones.

#### **2.1.2. Nivel de investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define: “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (p.81).

De tal manera nuestro estudio es de nivel correlacional ya que analizamos dos variables con el motivo de conseguir un grado de relación, para luego analizarlas las cuantificaciones vinculadas.

#### **2.1.3. Diseño de Investigación:**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define: “Es donde el estudio de hacemos variar en forma intencional la variable independiente para ver su efecto sobre otras variables, se observan los fenómenos en su contexto natural para luego ser analizados” (p.149).

De tal manera nuestro estudio es de diseño no experimental ya que no es necesario manipular o cambiar las variables para una tener una vinculación mostrándonos resultados claros, y longitudinal porque se estable dentro de un periodo prolongado analizando y observando su evolución del estudio.

## 2.2. Variable de Operacionalización

**Tabla 1 Estrategias Competitivas**

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Porter (2015) afirma: “La estrategia competitiva consiste en tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición defendible en una industria, para afrontar eficazmente las 5 fuerzas competitivas y 3 genéricas, con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión para la compañía” (p.55).	Esta variable dependiente será medida a través de 3 dimensiones con sus respectivos indicadores, de tal manera obteniendo lo resultados mediante la encuesta y se empleará el cuestionario como instrumento de medición a Escala de Likert.	Liderazgo en Costos	Costos de Insumo	1 al 4	Ordinal
			Ventas		
		Diferenciación	Diseño	5 al 7	Ordinal
			Imagen de Marca		
		Enfoque	Nicho de Mercado	8 al 10	Ordinal

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 2 Productividad**

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Galindo, Mariana y Viridiana Ríos (2015). Es la medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital.	Esta variable dependiente será medida a través de 3 dimensiones con sus respectivos indicadores, de tal manera obteniendo lo resultados mediante la encuesta y se empleará el cuestionario como instrumento de medición a Escala de Likert.	Producto	Innovación	1 al 4	Ordinal
			Calidad		
		Capacidad de Producción	Recursos	5 al 7	Ordinal
			Financiamiento		
		Tecnología	Desarrollo	8 al 10	Ordinal
			Nivel Tecnológico		

Fuente: Elaboración Propia

## 2.3. Población, muestra y muestreo

### 2.3.1. Población

En Gamarra (Perú) existen 390 mypes exportadoras textiles de las cuales solo estudiaremos las que tengan el destino hacia Brasil lo cual en su totalidad son 24 mypes.

### 2.3.2. Muestra

Definimos nuestra muestra según la población de estudio a las mypes textiles de Gamarra Perú, las cuales en su totalidad son 24 mypes exportadoras hacia Brasil.

Dónde:         $n = 24$   
                   $N =$  Tamaño de población ( $N=24$ )  
                   $P =$  Probabilidad de éxito  
                   $Q =$  Probabilidad de fracaso ( $q= 5\%$ )  
                   $E =$  Margen de error ( $e= 5\%$ )  
                   $Z =$  Nivel de Confianza ( $Z=95\%$ )

Debido a que la población es de solo 24 MYPES, se realizarán las encuestas a los representantes de las 24 MYPES.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó en la investigación la técnica o instrumento especial el cual es la encuesta hacia la gerencia de las mypes textiles de Gamarra para la recopilación de datos, el cual será reflejado a través del software estadístico del SSPS.

### 2.4.2. Validez

En este estudio de investigación se trabaja con el siguiente instrumento de encuesta que nos brindará información a través de la recolección de datos, que por lo cual este instrumento será evaluado por expertos en la materia para su validez. Este instrumento de investigación será evaluado por 4 expertos de la Universidad Cesar Vallejo.

Juez	Opinión de Aplicabilidad
Dr. Michelena Ríos, Enrique Omar	95%
Dr. Márquez Caro, Fernando	75%
Mg. Álvarez Sánchez, Carlos Alberto	80%
Dr. Maldonado Cueva, Percy	95%

### 2.4.3. Confiabilidad

Hernández, Fernández y Baptista (2014) define: “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales”, (p.206). La confiabilidad de este instrumento se realizará a través del programa SPSS donde a través del alfa de Crombach nos mostrará su nivel de fiabilidad.

**Tabla 3 Confiabilidad de Estrategia Competitiva**

*Variable Estrategia Competitiva*

---

Resumen de Procesamiento de casos

Casos	N	%
Valido	24	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	24	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: IBM SPSS 25

**Tabla 4 Confiabilidad de Estrategia Competitiva**

*Variable Estrategia Competitiva*

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Crombach	N de elementos
,863	10

Fuente: IBM SPSS 25

**Tabla 5 Confiabilidad de Productividad**

*Variable Productividad*

---

Resumen de Procesamiento de casos

Casos	N	%
Valido	24	100,0
Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total	24	100,0

---

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: IBM SPSS 25

**Tabla 6 Confiabilidad de Productividad**

*Variable Productividad*

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Crombach	N de elementos
,860	10

Fuente: IBM SPSS 25

## 2.5. Procedimiento

Para conseguir los datos del estudio se entrevistó a los locales de las empresas y también se envió las encuestas a través de los correos corporativos, a las Mypes textiles de gamarra, para poder obtener los datos y establecer los resultados.

## 2.6. Método de análisis de datos

La información de los resultados se obtenido a través de la base de datos que mediante cuadros estadísticos y a través de la encuesta hecha hacia los gerentes (dueños), por lo cual serán presentados en el trabajo de investigación ordenadamente para ser descritos y relacionados de manera correcta.

## 2.7. Aspectos éticos

El estudio realizado presenta datos verídicos, respetando las teorías por los derechos de autores que están debidamente citados en el trabajo de estudio. Se trabajó con mucha responsabilidad, honestidad, esmero y objetividad, descartando cualquier intento de plagio ni de copia de otros investigadores.

# III. RESULTADOS

## 3.1. Análisis Descriptivo Univariado

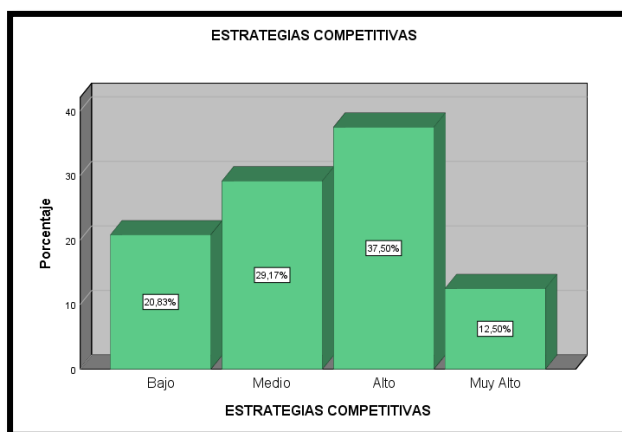
### 3.1.1. Estrategias Competitivas

**Tabla 7 Niveles de Estrategias Competitivas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	20,83	20,83	20,83
	Medio	7	29,17	29,17	50,00
	Alto	9	37,50	37,50	87,50
	Muy Alto	3	12,50	12,50	100,00
	Total	24	100,00	100,0	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 1 Niveles de Estrategias Competitivas**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa a través de la tabla 7 y gráfico 1, la muestra de 24 mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, el 15,50% indicaron que las estrategias competitivas tienen nivel muy alto, el 37,50% indicaron que tienen nivel alto, el 29,17% indicaron que tienen nivel medio y el 20,83% indicaron nivel bajo.

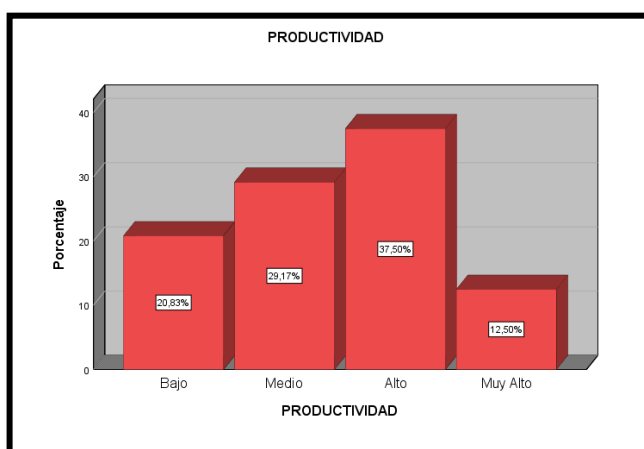
### 3.1.2. Productividad

**Tabla 8 Niveles de Productividad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	20,83	20,83	20,83
	Medio	7	29,17	29,17	50,00
	Alto	9	37,50	37,50	87,50
	Muy Alto	3	12,50	12,50	100,00
	Total	24	100,00	100,0	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 2 Niveles de Productividad**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa a través de la tabla 8 y gráfico 2, la muestra de 24 mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, el 12,50% indicaron que la productividad tiene nivel muy alto, el 37,50% indicaron que tienen nivel alto, el 29,17% indicaron que tienen nivel medio y el 20,83% indicaron nivel bajo.

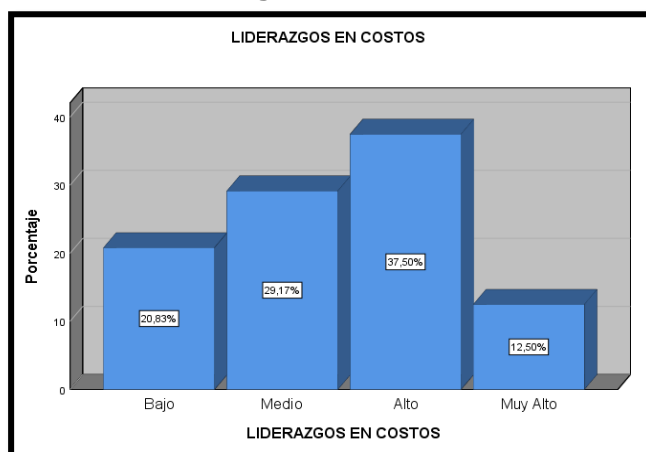
### 3.1.3. Liderazgo en Costos

**Tabla 9 Niveles de Liderazgo en Costos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	20,83	20,83	20,83
	Medio	7	29,17	29,17	50,00
	Alto	9	37,50	37,50	87,50
	Muy Alto	3	12,50	12,50	100,00
	Total	24	100,00	100,00	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 3 Niveles de Liderazgo en Costos**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa a través de la tabla 9 y gráfico 2, la muestra de 24 mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, el 12,50% indicaron que el liderazgo en costos tiene nivel muy alto, el 37,50% indicaron que tienen nivel alto, el 29,17% indicaron que tienen nivel medio y el 20,83% indicaron que la tienen nivel bajo.

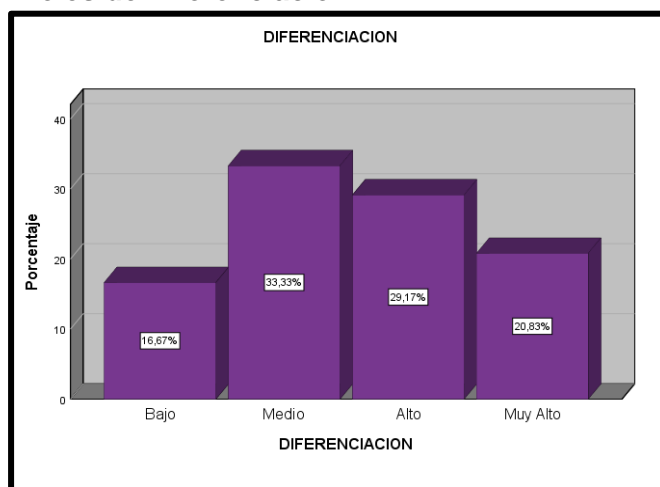
### 3.1.4. Diferenciación

**Tabla 10 Niveles de Diferenciación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	16,67	16,67	16,70
	Medio	8	33,33	33,33	50,0
	Alto	7	29,17	29,17	79,17
	Muy Alto	5	20,83	20,83	100,00
	Total	24	100,00	100,00	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 4 Niveles de Diferenciación**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa a través de la tabla 10 y gráfico 4 la muestra de 24 mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, el 20,83% indicaron que la diferenciación tiene nivel muy alto, el 29,17% indicaron que tienen nivel alto, el 33,33% indicaron que tienen nivel medio y el 16,67% indicaron que la tienen nivel bajo.

### 3.1.5. Enfoque

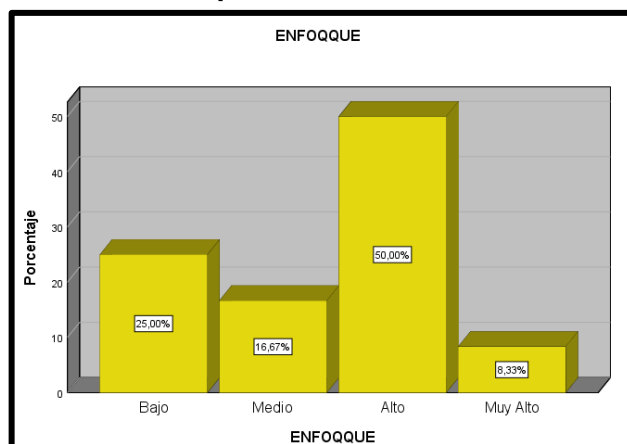
**Tabla 11 Niveles de Enfoque**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	25,00	25,00	25,00
	Medio	4	16,67	16,67	41,67
	Alto	12	50,00	50,00	91,67
	Muy Alto	2	8,33	8,33	100,00
	Total	24	100,00	100,00	

Fuente: IBM SPSS 25



**Gráfico 5 Niveles de Enfoque**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa a través de la tabla 11 y gráfico 5 la muestra de 24 mypes exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018, el 8,33% indicaron que el enfoque tiene nivel muy alto, el 50,00% indicaron que tienen nivel alto, el 16,67% indicaron que tienen nivel medio y el 25,00% indicaron que la tienen nivel bajo.

### 3.2. Análisis Descriptivo Bivariado

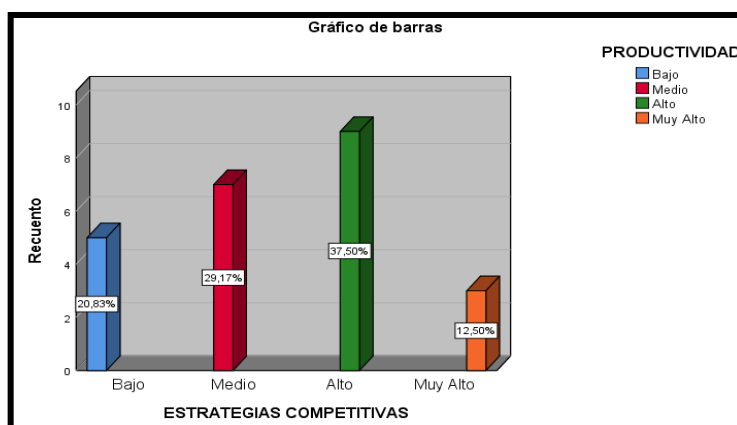
#### 3.2.1. Estrategias Competitivas y Productividad

**Tabla 12 Nivel Porcentual de Estrategias Competitivas y Productividad**

		PRODUCTIVIDAD				Total	
		Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Bajo	Recuento	5	0	0	0	5
		% del total	20,8%	0,0%	0,0%	0,0%	20,8%
	Medio	Recuento	0	7	0	0	7
		% del total	0,0%	29,2%	0,0%	0,0%	29,2%
	Alto	Recuento	0	0	9	0	9
		% del total	0,0%	0,0%	37,5%	0,0%	37,5%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%
Total	Recuento	5	7	9	3	24	
	% del total	20,8%	29,2%	37,5%	12,5%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 6 Nivel Porcentual de Estrategias Competitivas y Productividad**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa en la tabla 12 y gráfico 6 establecen que un grupo representa el 12,50 % de las MYPES indicaron las estrategias competitivas y productividad tienen un nivel muy alto, también se percibe que el 37,50% tienen un nivel alto, el 29,17% tienen nivel medio y el 20,83% tienen nivel bajo. Se deduce de acuerdo a los resultados conseguidos que la relación es positiva y significativa, en otras palabras, mejores estrategias competitivas hay una mejor productividad.

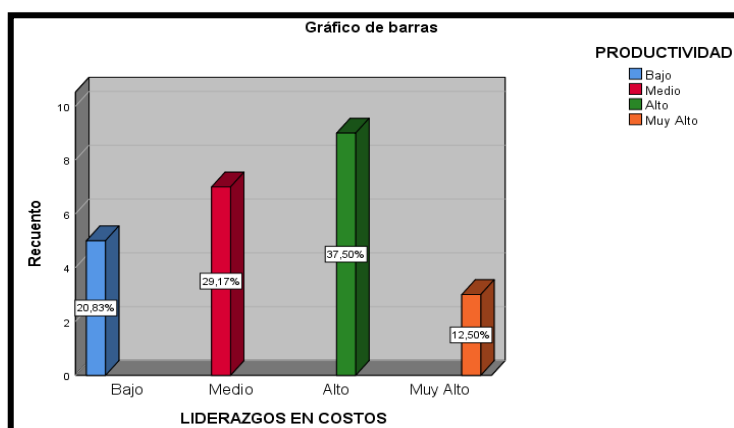
### 3.2.2. Liderazgo en Costos y Productividad

**Tabla 13 Nivel Porcentual de Liderazgo en Costos y Productividad**

		PRODUCTIVIDAD				Total	
		Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
LIDERAZGOS EN COSTOS	Bajo	Recuento	5	0	0	0	5
		% del total	20,8%	0,0%	0,0%	0,0%	20,8%
	Medio	Recuento	0	7	0	0	7
		% del total	0,0%	29,2%	0,0%	0,0%	29,2%
	Alto	Recuento	0	0	9	0	9
		% del total	0,0%	0,0%	37,5%	0,0%	37,5%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%	12,5%
Total	Recuento	5	7	9	3	24	
	% del total	20,8%	29,2%	37,5%	12,5%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS 25

### Gráfico 7 Nivel Porcentual de Liderazgo en Costos y Productividad



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa en la tabla 13 y gráfico 7 establecen que un grupo representa el 12,50 % de las MYPES indicaron el liderazgo en costo y productividad tienen un nivel muy alto, también se percibe que el 37,50% tienen un nivel alto, el 29,17% tienen nivel medio y el 20,83% tienen nivel bajo. Se deduce de acuerdo a los resultados conseguidos que la relación es positiva y significativa, en otras palabras, mejor liderazgo en costo, mejor es la productividad.

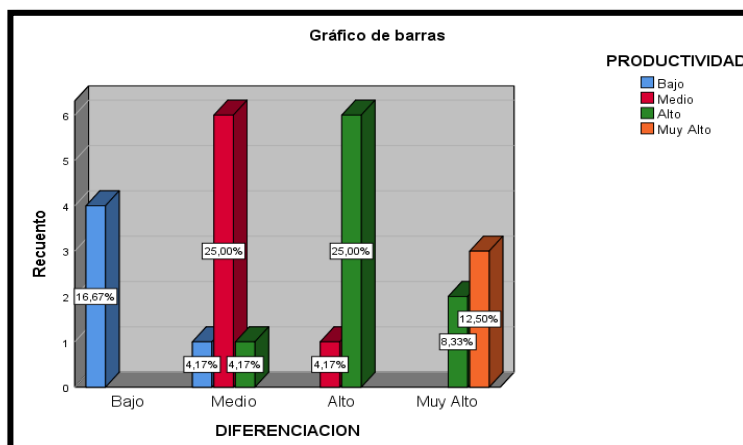
### 3.2.3. Diferenciación y Productividad

Tabla 14 Nivel Porcentual de Diferenciación y Productividad

		PRODUCTIVIDAD				Total	
		Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
DIFERENCIACION	Bajo	Recuento	4	0	0	0	4
		% del total	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%
	Medio	Recuento	1	6	1	0	8
		% del total	4,2%	25,0%	4,2%	0,0%	33,3%
	Alto	Recuento	0	1	6	0	7
		% del total	0,0%	4,2%	25,0%	0,0%	29,2%
	Muy Alto	Recuento	0	0	2	3	5
		% del total	0,0%	0,0%	8,3%	12,5%	20,8%
Total	Recuento	5	7	9	3	24	
	% del total	20,8%	29,2%	37,5%	12,5%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 8 Nivel Porcentual de Diferenciación y Productividad**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa en la tabla 14 y gráfico 8 establecen que un grupo representa el 20,83 % de las MYPES indicaron que la diferenciación y productividad tienen un nivel muy alto, también se percibe que el 29,17% tienen un nivel alto, el 33,33% tienen nivel medio y el 16,67% tienen nivel bajo. Se deduce de acuerdo a los resultados conseguidos que la relación es positiva y significativa, en otras palabras, mejor es la diferenciación del producto hay una mejor productividad.

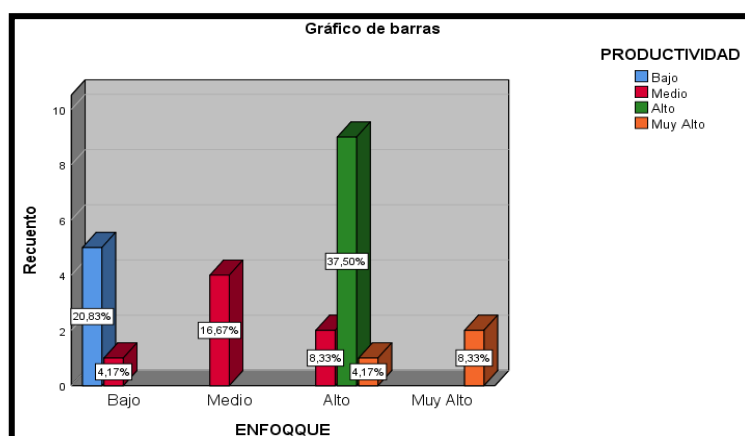
### 3.2.4. Enfoque y Productividad

**Tabla 15 Nivel Porcentual de Enfoque y Productividad**

		PRODUCTIVIDAD				Total	
		Bajo	Medio	Alto	Muy Alto		
ENFOQUE	Bajo	Recuento	5	1	0	0	6
		% del total	20,8%	4,2%	0,0%	0,0%	25,0%
	Medio	Recuento	0	4	0	0	4
		% del total	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%
	Alto	Recuento	0	2	9	1	12
		% del total	0,0%	8,3%	37,5%	4,2%	50,0%
	Muy Alto	Recuento	0	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	8,3%
Total	Recuento	5	7	9	3	24	
	% del total	20,8%	29,2%	37,5%	12,5%	100,0%	

Fuente: IBM SPSS 25

**Gráfico 9 Nivel Porcentual de Enfoque y Productividad**



Fuente: IBM SPSS 25

Se observa en la tabla 15 y gráfico 9 establecen que un grupo representa el 8,33 % de las MYPES indicaron que el enfoque y productividad tienen un nivel muy alto, también se percibe que el 50,00% tienen un nivel alto, el 16,67% tienen nivel medio y el 25,00% tienen nivel bajo. Se deduce de acuerdo a los resultados conseguidos que la relación es positiva y significativa, en otras palabras, mejor el enfoque del producto hay una mejor productividad.

### 3.3. Análisis Interferencial

#### 3.3.1. Hipótesis General

H0: Las Estrategias Competitivas no tienen relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Ha: Las Estrategias Competitivas tienen relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  y Estadístico: Rho de Spearman

**Tabla 16 Hipótesis General**

			ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	PRODUCTIVIDAD
Rho de Spearman	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Coeficiente de correlación	1,000	,993**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	,993**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

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

Fuente: IBM SPSS 25

Se determina a través de la tabla donde se muestra que existe una relación positiva entre las estrategias competitivas y productividad con un coeficiente de correlación 0,993 y con un valor de probabilidad de ( $p=0,000$ ) que es inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual se concluye rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, ya que las estrategias competitivas tienen relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

### 3.3.2. Hipótesis Específica 1

H0: El Liderazgo en Costos no tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Ha: El Liderazgo en Costos tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  y Estadístico: Rho de Spearman

**Tabla 17 Hipótesis Específica 1**

			LIDERAZGOS EN COSTOS	PRODUCTIVIDAD
Rho de Spearman	LIDERAZGO EN COSTOS	Coeficiente de correlación	1,000	,990**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	,990**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

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

Se determina a través de la tabla donde se muestra que existe una relación positiva entre liderazgo en costos y productividad con un coeficiente de correlación 0,990 y con un valor de probabilidad de ( $p=0,000$ ) que es inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual se concluye rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, ya que el liderazgo en costos tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

### 3.3.3. Hipótesis Específica 2

H0: La Diferenciación no tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Ha: La Diferenciación tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  y Estadístico: Rho de Spearman

**Tabla 18 Hipótesis Específica 2**

		DIFERENCIACION	PRODUCTIVIDAD
Rho de Spearman	DIFERENCIACION	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	24
	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	,951**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	24

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

Fuente: IBM SPSS 25

Se determina a través de la tabla donde se muestra que existe una relación positiva entre la diferenciación y productividad con un coeficiente de correlación 0,951 y con un valor de probabilidad de ( $p=0,000$ ) que es inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual se concluye rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, ya que la diferenciación tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

### 3.3.4. Hipótesis Específica 3

H0: Las Estrategias Competitivas no tienen relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Ha: Las Estrategias Competitivas tienen relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  y Estadístico: Rho de Spearman

**Tabla 19 Hipótesis Específica 3**

		ENFOQUE	PRODUCTIVIDAD
Rho de Spearman	ENFOQUE	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	24
	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	,882**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	24

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

Fuente: IBM SPSS 25

Se determina a través de la tabla donde se muestra que existe una relación positiva entre el enfoque y productividad con un coeficiente de correlación 0,882 y con un valor de probabilidad de ( $p=0,000$ ) que es inferior al valor crítico de 0,05, por lo cual se concluye rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, ya que el enfoque tiene relación positiva y significativa con la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.



#### **IV. DISCUSIÓN**

A partir de los resultados hallados, se acepta la hipótesis alternativa general ya que establece que existe una relación positiva entre las estrategias competitivas y productividad en las Mypes exportadoras textiles de gamarra.

Para la Hipótesis 0: estos resultados guardan relación con lo que sostiene Barreto (2018), Botitano (2014) y Segura (2016) señalan que a través de estrategias competitivas son la base para que las PYMES puedan ingresar al mercado internacional ya que influyen de una proporcional en la productividad. Estos autores expresan que mientras más MYPES usen las estrategias competitivas tendrán una relación positiva con los factores en la productividad, información, inteligencia competitiva y mejorar el desarrollo del proceso de producción; estableciendo estrategias para impulsar la importación de la competitividad. Por lo acorde que tiene semejanza a lo que el estudio se halla.

Para la Hipótesis 1: en lo que respecta a la relación entre liderazgo en costos y productividad, existe una relación positiva y significativa entre el liderazgo en costos y productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018. Estos resultado guardan relación con lo que sostienen Trujillo (2013) y Campos (2018), señalan que liderazgo en costos a través de la tecnología adecuada para mejorar la capacidad de producción incrementara el desarrollo de su productividad para la exportación. Por lo acorde que tiene semejanza a lo que el estudio se halla.

Para la Hipótesis 2: en lo que respecta a la relación entre diferenciación y productividad, existe una relación positiva y significativa entre el liderazgo en costos y productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018. Estos resultado guardan relación con lo que sostiene Mendoza y Giraldo (2016), Muñoz (2018), señalan que la diferenciación de una MYPE depende de la innovación que realice ya que está vinculado con la internacionalización y competitividad por lo cual el personal debe estar capacitado para los nuevas tendencias ya que las MYPES textiles depende de sus trabajadores que son el pilar de sus productividad. Por lo acorde que tiene semejanza a lo que el estudio se halla.

Para la Hipótesis 3: en lo que respecta a la relación entre enfoque y productividad existe una relación positiva y significativa entre el enfoque y productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018. Estos resultados no guardan relación con lo que sostienen Barreto (2018), Trujillo (2013) y Segura (2016), señalan que el enfoque para las empresas textiles no mejorara su productividad ya que esta estrategia es más beneficiosa solo cuando no hay competencia en ese mercado ya que hoy en día la industria textil es competitivo a nivel internacional, y si lo hubiera los costos para su producción serian demasiados altos. Por lo acorde que no tiene semejanza a lo que el estudio se halla.

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que las estrategias competitivas y la productividad de las MYPES exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018 tienen una relación positiva; en que predominan el nivel medio a alto en las que manifestaron las mypes de gamarra ya que a partir de ello permite que a través de las estrategias competitiva se pueda tener una mejora en el desarrollo productivo, generando así que puedan competir en el mercado internacional ofreciendo su producto con los estándares adecuado para el comercio competitivo.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que el liderazgo en costos y la productividad de las MYPES exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018 tienen una relación positiva; en que predominan el nivel medio a alto en las que manifestaron las mypes de gamarra, de tal manera el liderazgo en costos mejorara la eficiencia en la productividad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que la diferenciación y la productividad de las MYPES exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018 tienen una relación positiva; en que predominan el nivel medio a alto en las que manifestaron las mypes de gamarra de tal manera la diferenciación mejorara la eficiencia en la productividad.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se concluye que el enfoque y la productividad de las MYPES exportadoras de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018 tienen una relación positiva; en que predominan el nivel medio a alto en las que manifestaron las mypes de gamarra de tal manera el enfoque mejorara la eficiencia en la productividad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda una capacitación a todos los empleados de las MYPES exportadoras de gamarra desde la parte administrativa y operaciones debido que tienen una buena relación entre las estrategias competitivas y productividad; para de esta manera se pueda generar mayor el aprovechamiento de sus capacidades competitivas en entorno al mercado internacional donde el producto final pueda posicionarse correctamente y producir eficientemente.

Se recomienda que se utilice adecuadamente la estrategia de liderazgo en costos en los costos variables y fijo al momento de producir su producto, también aprovechar al máximo el 100% de la materia prima e insumos acompañado de una tecnología adecuada para mejorar la capacidad de producción y puedan cumplir con las metas establecidas para poder exportar y cumplir con los clientes del extranjero.

Se recomienda que la MYPES exportadoras de gamarra para poder utilizar correctamente la estrategia de Diferenciación tienen que innovar constantemente su producto ofreciendo siempre nuevos diseños únicos que puedan crear tendencias o modas a través de las redes sociales que hoy en día todas las empresas por necesidad y facilidad de acceso hacia sus clientes deben de manejar.

Se recomienda hacer un estudio de mercado para poder implementar correctamente la estrategia de enfoque ya que para esto se necesita que no exista competencia o es un mercado que tu competencia no llegue, donde MYPES exportadoras de gamarra pueden ingresar su producto a precio establecido por ellos mismo.

## VII. REFERENCIAS

- Arévalo, D., Nájera, S., y Edgar, P. (2018). *La Influencia de la Implementación de las Tecnologías de Información en la Productividad de Empresas de Servicios*. Administracion. Lima: Pontifica Universidad Catolica del Peru. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/index/v29n6/0718-0764-infotec-29-06-00199.pdf>
- Arrarte, R., Bortesi, L., y Michue, E. (2017). Productividad Y Competitividad En La Industria Textil-Confecciones Peruana 2012-2015. (*Articulo universitario*). Universidad Nacionanl Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/13809/12241>
- Babatava, A., Celis, C. y Duque, D. (2013). *“Factores y estrategias del sector textil-confección diseño y moda de antioquia para aprovechar competitivamente las oportunidades comerciales que ofrece el tlc con los estados unidos”*. Recuperado de <http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/139/>
- Bambarén, R. (01 de abril de 2018). Bruno Seminario: “La industria prácticamente está desapareciendo”. *La Republica*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1219956-la-industria-practicamente-esta-desapareciendo>
- Barreto, A. (2018). *“Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018”*. Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo, Ciencias Empresariales, Lima. Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19391/Barreto\\_CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/19391/Barreto_CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bringas, J. (2017). *“Proceso de internacionalización y gestión de productividad de las mypes del emporio gamarra, galería markata 2016”*. Recuperado de [http://181.224.246.201/bitstream/handle/UCV/6872/Mervin\\_CV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://181.224.246.201/bitstream/handle/UCV/6872/Mervin_CV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Botitano, J. (2014). *Análisis De Estrategias Competitivas: Un Estudio De Las Empresas Del Sector Textil Y De Confecciones De La Paz Periodo 2002 – 2012*. Tesis de Licenciatura, Universidad Mayor De San Andrés, Ciencias Económicas Y Financieras, La Paz. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/4343/T-1499.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, R., Leyva, V., Miranda, M. y Pais, C. (2017). *Planeamiento Estratégico para el Sector Textil*. Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9002/C\\_ALDE\\_RON\\_LEYVA\\_PLANEAMIENTO\\_TEXTIL.pdf?sequence=3](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9002/C_ALDE_RON_LEYVA_PLANEAMIENTO_TEXTIL.pdf?sequence=3)
- Campos, S. (2018). *Estrategias competitivas para el desarrollo Exportador de las mype textiles en el distrito de Villa el salvador*. Tesis de Licenciatura, Universidad San Martin de Porres, CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS, Lima. Recuperado de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4300/1/campos\\_vs\\_m.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4300/1/campos_vs_m.pdf)
- Castro, E. (2013). *“Las Estrategias Competitivas Y Su Importancia En La Buena Gestión de las Empresas”*. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/viewFile/7073/6758>

- Caycho, G. I. (2017). Implementación De Un Sistema De Incentivos Para La Mejora De La Productividad En Una Empresa De Confección Textil. (*Artículo universitario*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6412>
- Dhwani, G. (2015). Productivity in Indian manufacturing: evidence from the textile industry. (*Artículo universitario*). Indian Institute of Technology Delhi, New Delhi, India. Recuperado de <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/JEAS-09-2014-0021>
- Duran, P. (03 de noviembre de 2014). El sector textil-confecciones peruano ha perdido su Brillo. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/sector-textil-confecciones-peruano-perdido-brillo-179574>
- Freyre, M. (2019). Tecnologías de la comunicación e información y su impacto en las estrategias competitivas de las micro y pequeñas empresas. (*Artículo Universitario*). Universidad Mayor de San Marcos, Lima. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/10353>
- Gaitán, F. (2016). "Estrategias competitivas de comercialización utilizadas por las tiendas de ropa y calzado del distrito I, de la ciudad de Estelí, Año 2014". (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/2817/>
- Galindo, M. y Ríos, V. (2015). "*Productividad*". Recuperado de [https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508\\_mexicoproductivity.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoproductivity.pdf)
- Garrido, J. (2013). "*Las Estrategias Competitivas de las micros y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución*". Recuperado de [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi\\_Jordi\\_Garrido.pdf?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf?sequence=1)
- Gutiérrez, A., & Amador, E. (2014). COMPETITIVIDAD DE LOS CLÚSTER TEXTIL PERÚ MÉXICO. (*Artículo Universitario*). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima - Mexico.
- Heredia, M., et al. (2015). "Estrategia Competitiva, Técnica para el análisis de sectores industriales y de la competencia". Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=\\_n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Recuperado de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- Jaimes, L., Luzardo, M., & Rojas, M. (2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. (*Artículo Universitario*). Universidad Nacional de Colombia, Medellín. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00175.pdf>

- Kapelko, M., & Oude, A. (2014). An international comparison of productivity change in the textile and clothing industry: a bootstrapped Malmquist index approach. (*Artículo científico*). Empirical Economics - Cross Mark, Wroclaw - Polonia. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/271995786\\_An\\_international\\_comparison\\_of\\_productivity\\_change\\_in\\_the\\_textile\\_and\\_clothing\\_industry\\_a\\_bootstrapped\\_Malmquist\\_index\\_approach/download](https://www.researchgate.net/publication/271995786_An_international_comparison_of_productivity_change_in_the_textile_and_clothing_industry_a_bootstrapped_Malmquist_index_approach/download)
- Lee, A. y Neefus, J. (2013). Enciclopedia De Salud Y Seguridad En El Trabajo. “*Industria de productos textiles*”. Recuperado de <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/89.pdf>
- Londoño, M. (2014). “Planeación de la capacidad de producción para la nueva fábrica de muebles de la empresa Iván Botero Gómez S.A.”. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/47114/1/9729922.2014.pdf>
- López, J. (26 de febrero de 2018). SNI: Industria peruana sufre su mayor caída en 70 años. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/sni-industria-peruana-sufre-mayor-caida-70-anos-228115>
- Mendoza, C., y Giraldo, M. (2016). *La Internacionalización Y Su Relación Con La Competitividad De Las Pymes Exportadoras Textiles Ubicadas En Lima Metropolitana*. Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola, Ciencias Empresariales, Lima. Recuperado de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017\\_Mendoza\\_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2681/1/2017_Mendoza_La%20internacionalizacion-y-su-relacion-con-la-competitividad.pdf)
- Milla, D. y Vilela, S. (2013). *Propuesta de un modelo de planeamiento y control de la producción en asociaciones Mypes peruanas del sector textil en Gamarra para incrementar la productividad y absorber las variaciones de la demanda*. Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/322292/Milla\\_MD.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/322292/Milla_MD.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Moreno, A. (2018). *Control estadístico de la calidad para mejorar la productividad del proceso de producción textil en la empresa Fertex*”. Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica del Norte, Ingeniería Industrial, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8441>
- Muñoz, M. E. (2018). *La Competitividad Productiva y la Cultura Organizacional en las MYPES de confecciones textiles de Gamarra, 2017*. Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Ciencias Empresariales, Lima. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/16226>
- Nájera, J. (2014). Modelo de competitividad para la industria textil y del vestido en México. (*Artículo Universitario*). Universidad & Empresa, Mexico. Recuperado de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/viewFile/4422/3192>
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

- Pérez, D. y Pérez, I. (2006). "Investigación, Desarrollo e Innovación de Producto". Recuperado de <https://www.eoi.es/es/file/18658/download?token=ehkRjzqW>
- Rivadeneira, M. (2016). *Productividad Total De Los Factores En La Industria Textil*. Tesis de Licenciatura, Universidad San Francisco De Quito, Economía, Quito. Recuperado de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5169/1/124586.pdf>
- Salas, V., & Souza, S. (2016). Quality Management Practices, Competitive Strategies And Innovative Performance In The Brazilian Industry Transformation. (*Articulo universitario*). Ibero-Americana de Estrategia, Brasil. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3312/331250415006.pdf>
- Sanchez, J. (2014). Competitive Strategies in Jalisco's textile Industry in the face of Trade Liberalization in China. (*Articulo universitario*). University of Guadalajara, Mexico. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/308928887\\_Competitive\\_Strategies\\_in\\_Jalisco's\\_textile\\_Industry\\_in\\_the\\_face\\_of\\_Trade\\_Liberalization\\_in\\_China](https://www.researchgate.net/publication/308928887_Competitive_Strategies_in_Jalisco's_textile_Industry_in_the_face_of_Trade_Liberalization_in_China)
- Sánchez, P., Ceballos, F., & Sanchez, G. (2015). Análisis Del Proceso Productivo De Una Empresa De Confecciones: Modelación Y Simulación. (*Articulo Universitario*). Universidad Simon Bolivar de Colombia, Colombia. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n2/v25n2a08.pdf>
- Segura, J. E. (2016). *Sistema de inteligencia competitiva y la productividad y competitividad de las pequeñas empresas del sector textil y de confecciones: caso Gamarra*. Tesis en Magister, Universidad Mayor de San Marcos, Administracion, Lima. Recuperado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/7123>
- Tiza, L. (2017). *Exportación de prendas de vestir para damas a Bolivia para incrementar la rentabilidad de una empresa textil ubicada en Gamarra, 2016*. Recuperado de [http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/505/T061\\_45876458\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/505/T061_45876458_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Triveño, G. (23 de octubre de 2017). A propósito del sector textil confecciones. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/prosperoperu/2017/10/a-proposito-del-sector-textil-confecciones.html?ref=gesr>
- Trujillo, M. D. (2013). *Análisis, diseño e implementación de un sistema de planificación de procesos productivos para pymes de textil y confecciones*. Tesis de Licenciatura, Pontifica Universidad Catolica del Peru, Ciencias e Ingenieria, Lima. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4719>
- Vásquez, A., Cely, W., & Guerrero, M. (2017). Estrategias clave para implementar un sistema de Gestión de la innovación en pymes del sector textil, confección, diseño y moda del municipio de Itaguí- Antioquia- Colombia. Tesis de Diplomado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Ciencias Administrativa, Bogota. Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/2587/2698>



## ANEXOS

### ANEXOS N°1- Instrumento de Recolección de Datos CUESTIONARIO DIRIGIDA AL GERENTE GENERAL

#### INSTRUCCIONES:

- Con el fin de conocer cómo aplicas estrategias competitivas en la productividad de su empresa necesitamos su opinión al respecto, se te pide llenar esta encuesta.
- La misma es de carácter anónimo; Se pide la máxima honestidad para responder las preguntas

#### DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres: .....

Nombre de la Empresa: .....

Las opciones de respuesta son:

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

N°	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
<b>Liderazgo en Costos</b>						
1	Sus ventas anuales de su producto le brindan una utilidad rentable					
2	Su empresa produce grandes volúmenes para reducir sus costos de venta, materia prima e insumos					
3	Los proveedores ofrecen tarifas competitivas para poder exportar					
4	Cuenta con un control de costos sobre sus insumos o ventas					
<b>Diferenciación</b>						
5	La empresa ofrece productos con diseños exclusivos para sus clientes					
6	Su producto cuenta con una imagen de marca percibida o aceptada por sus consumidores					
7	La empresa utilizo varias marcas para diferentes mercados nacional o internacional					
<b>Enfoque</b>						
8	Cuenta con un segmento de mercado (clientes) para la venta de su producto					
9	La empresa ofrece sus productos innovadores para el nicho de mercado elegido					
10	La empresa busca nuevos segmentos de mercado para ofrecer su producto.					

<b>PRODUCTIVIDAD</b>						
<b>Producto</b>						
1	Considera que sus productos llegan a satisfacer la demanda existente en el mercado internacional.					
2	Su producto se adecúa a los estándares de calidad del mercado internacional.					
3	La empresa mejora el proceso de manufactura e innovación de su producto.					
4	La empresa incentiva a la creatividad de sus trabajadores.					
<b>Capacidad de Producción</b>						
5	La empresa incentiva a la creatividad de sus trabajadores.					
6	Considera usted que el personal operativo se encuentra capacitado para producir productos de confecciones textiles de calidad.					
7	Cuenta con el apoyo del estado o entidades financieras para la producción de su producto.					
<b>Tecnología</b>						
8	Considera usted un correcto desarrollo del producto antes de ingresar a un mercado internacional.					
9	Considera usted que su empresa cuenta con la tecnología necesaria para producir adecuadamente en el sector textil.					
10	Desarrollan continuamente tecnología de la información.					

## ANEXOS N°2- Validación de Instrumento de Investigación

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICHELENA RIOS, ENRIQUE OMAR  
 I.2. Especialidad del Validador: MAGISTER EN ADMINISTRACION  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UCV  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO  
 I.5. Autor del Instrumento: CORDOVA PAYANO, SAMIR OMAR

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades Internas y externas de la Investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este Instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente Instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el Instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 26 de NOVIEMBRE del 2018.

95%

*[Firma manuscrita]*

Firma de experto informante  
 DNI: 07912826  
 Teléfono: 992325181

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:


Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ítem 1	✓		
ítem 2	✓		
ítem 3	✓		
ítem 4	✓		
ítem 5	✓		
ítem 6	✓		
ítem 7	✓		
ítem 8	✓		
ítem 9	✓		
ítem 10	✓		
ítem 11	✓		
ítem 12	✓		
ítem 13	✓		
ítem 14	✓		

Variable 2: Productividad

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ítem 15	✓		
ítem 16	✓		
ítem 17	✓		
ítem 18	✓		
ítem 19	✓		
ítem 20	✓		
ítem 21	✓		
ítem 22	✓		
ítem 23	✓		
ítem 24	✓		

Los Olivos, 26 de NOVIEMBRE del 2018.

  
Firma de experto informante

DNI: 07912838

Teléfono: 992325181



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MARCELO ANO, TAVILLO  
 I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTIC UCV  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario  
 I.5. Autor del instrumento: CORDOBA PAYANCO, SAMIR OMAR

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					75	

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75

Los Olivos, 26 de Nov del 2018.

J. P. A.  
 Firma de experto informante  
 DNI: 08725589  
 Teléfono: \_\_\_\_\_

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:


Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		

Variable 2: Productividad

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		

Los Olivos 26 de NOV del 2018.

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 08725789  
 Teléfono: \_\_\_\_\_

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Maldonado Correa Percy Dario  
 I.2. Especialidad del Validador: Magister en Ciencias Informáticas y ADS/ASIS  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - Investigación  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO  
 I.5. Autor del instrumento: CORONA RAYMO; SAMIR OTAR

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
 ..... Mag. Suficiencia .....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

95%

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 41380193  
 Teléfono: 986403288

Los Olivos, 28 de Noviembre del 2018.



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		

Variable 2: Productividad

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		
Ítem 19	✓		
Ítem 20	✓		
Ítem 21	✓		
Ítem 22	✓		
Ítem 23	✓		
Ítem 24	✓		

Los Olivos, 28 de Noviembre del 2018.

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 41380193  
 Teléfono: 986403288



**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: ALVARO SANCHEZ CARLOS ALBERTO  
 I.2. Especialidad del Validador: ADMINISTRADOR  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO  
 I.5. Autor del instrumento: COROCUA RAYANO, SAMIR OMAR

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>					80	

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80

Los Olivos, 29 de NOVIEMBRE del 2018.

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 4869855  
 Teléfono: 986609676

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:


Variable 1: Estrategias Competitivas

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	/		
Ítem 13	/		
Ítem 14	/		

Variable 2: Productividad

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 15	/		
Ítem 16	/		
Ítem 17	/		
Ítem 18	/		
Ítem 19	/		
Ítem 20	/		
Ítem 21	/		
Ítem 22	/		
Ítem 23	/		
Ítem 24	/		

Los Olivos, 29 de noviembre del 2018.

  
 Firma de experto informante  
 DNI: 4569855  
 Teléfono: 986602676

## ANEXOS N°3- Consentimiento Informado para participantes de Investigación

### Anexo N°3

#### Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: **Cordova Payano Samir Omar** de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: **Determinar la relación que existe entre estrategias competitivas y productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013-2018.**

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas y completar un cuestionario. Esto tomará aproximadamente 15 minutos de su tiempo. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante el cuestionario le parece incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

---

Yo Pedro Ricardo Acevedo Ostaza, con DNI N° 08189804 acepto participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Cordova Payano Samir Omar, cuyo teléfono es: 986047939

<u>PEDRO RICARDO ACEVEDO OSTAZA</u>		<u>03/06/19</u>
Nombre del Participante (en letras de imprenta)	Firma del Participante	Fecha



## ANEXOS N°4- Matriz de Consistencia

**Título: Estrategias Competitivas y Productividad de las Mypes Exportadoras Textiles de Gamarra al Mercado de Brasil 2013 - 2018**

**Autor: Samir Omar Córdova Payano**

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p><b>Problema General</b> ¿Qué relación existe entre las Estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> <b>Problema específico 1</b> ¿Qué relación existe entre la estrategia de liderazgo en costos y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?</p> <p><b>Problema específico 2</b> ¿Qué relación existe entre la estrategia de diferenciación y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?</p> <p><b>Problema específico 3</b> ¿Qué relación existe entre la estrategia de y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 - 2018?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar la relación que existe entre las estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.</p> <p><b>Objetivo específico</b> <b>Objetivo específico 1</b> Determinar la relación que existe entre el liderazgo en costos y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018</p> <p><b>Objetivo específico 2</b> Determinar la relación que existe entre la diferenciación y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018</p> <p><b>Objetivo específico 3</b> Determinar la relación que existe entre el enfoque y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe una relación positiva entre las estrategias competitivas y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b> <b>Hipótesis específica 1</b> Existe una relación positiva entre el liderazgo en costos y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.</p> <p><b>Hipótesis específica 2</b> Existe una relación positiva entre la diferenciación y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.</p> <p><b>Hipótesis específica 3</b> Existe una relación positiva entre el enfoque y la productividad de las mypes exportadoras textiles de gamarra al mercado de Brasil 2013 – 2018.</p>	<b>Variable 1: Estrategia Competitivas</b>					
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles o rangos</b>	<b>Niveles o rangos</b>
			Liderazgo en costos	Costos de insumo	1,2	(1) Siempre (2) Casi Siempre (3) A veces (4) Casi Nunca (5) Nunca	Bajo Medio Alto Muy Alto	Bajo Medio Alto Muy Ato
				Ventas	3,4			
			Diferenciación	Diseño	5			
				Imagen de Marca	6,7			
			Enfoque	Nicho de mercado	8,9,10	Bajo Medio Alto Muy Ato		
			<b>Variable 2: Productividad</b>					
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de valores</b>	<b>Niveles o rangos</b>	<b>Niveles o rangos</b>
			Producto	Innovación	3,4	(1) Siempre (2) Casi Siempre (3) A veces (4) Casi Nunca (5) Nunca		Bajo Medio Alto Muy Ato
					Calidad			
			Capacidad de Producción	Recursos	5,6			
				Financiamiento	7			
			Tecnología	Desarrollo	8			
Nivel Tecnológico	9,10							





**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE  
TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 10  
Fecha : 10-06-2018  
Página : 1 de 1

Yo, MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS , docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES EXPORTADORAS TEXTILES DE GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL 2013-2018", del estudiante CORDOVA PAYANO SAMIR OMAR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lugar y fecha: Lima, 04 de Julio de 2019

Mg. MARQUEZ CARO FERNANDO LUIS

DNI 08729589

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

26 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (beta)

Coincidencias	
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 12 %
2	repositorio.uv.edu.pe Fuente de Internet 5 %
3	repositorio.sia.edu.ec Fuente de Internet 1 %
4	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 1 %
5	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet 1 %
6	ihwblfr.com Fuente de Internet 1 %
7	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 1 %
8	www.escid.com Fuente de Internet 1 %
9	repositorio.unimilitar.edu Fuente de Internet 1 %
10	dbase.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet 1 %
11	prospecciones.com Fuente de Internet 1 %



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Estrategias Competitivas y la Productividad de las Mypes Exportadoras Textiles de Gamarra al Mercado de Brasil 2013-2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado En Negocios Internacionales

AUTOR:

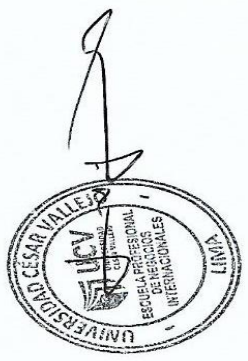
Dr. Cándida Payano Samir Omar (ORCID: 0000-0002-1531-9554)

ASISTOR:

Mg. Márquez Caro, Fernando Luis (ORCID: 0000-0001-9443-8150)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
Marketing y Comercio Internacional

Lima - Perú  
2019







**AUTORIZACION DE PUBLICACION DE  
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 10  
Fecha : 10-06-2019  
Página : 1 de 1

Yo Samir Omar Cordova Payano, identificado con DNI N<sup>o</sup> 73265771, egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES EXPORTADORAS TEXTILES DE GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL 2013-2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....



Cordova Payano, Samir Omar

DNI: 73265771

FECHA:

05 de Julio del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Córdova Payano Samir Omar  
D.N.I. : 73265771  
Domicilio : Calle Huanchay 4840 Urb. Parque Naranjal – Los Olivos  
Teléfono : Fijo : 5232357 Móvil : 986047939  
E-mail : samir9502@gmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales  
Escuela : Negocios Internacionales  
Carrera : Negocios Internacionales  
Título : Licenciado en Negocios Internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....  
Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:  
Córdova Payano Samir Omar

Título de la tesis:  
ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES  
EXPORTADORAS TEXTILES DE GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL  
2013-2018

Año de publicación : 2019

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha: 05/07/2019



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
La Escuela Profesional de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CORDOVA PAYANO SAMIR OMAR

INFORME TÍTULADO:

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES EXPORTADORAS TEXTILES DE  
GAMARRA AL MERCADO DE BRASIL 2013-2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 11/07/2019

NOTA O MENCIÓN: 16



Mg. JOSÉ DE LA ROSA ORDERIQUE TORRES