

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



“INFLUENCIA DE LAS CAPACIDADES DINÁMICAS DE LA EMPRESA
EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS
AGROEXPORTADORAS DEL DISTRITO DE TACNA, AÑO 2016

PRESENTADO POR:
Bach. Ramiro Poma Chipana

TACNA - PERU

2016

HOJA EN BLANCO

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mis padres, quienes siempre me han apoyado en todos los objetivos que me he trazada en mi vida profesional y personal.

Reconocimiento

Agradezco de manera especial a mis profesores por su orientación y sus recomendaciones pertinentes y oportunas para la realización de este trabajo de tesis.

A mi familia, por el apoyo incondicional que me brindaron durante el tiempo dedicado a la realización de esta tesis.

Resumen

El estudio llevado a cabo sobre las capacidades dinámicas y su influencia en el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras ubicadas en el distrito de Tacna, nos muestra como las capacidades que desarrollan las empresas que orientan principalmente su producción al mercado internacional, se ven influenciadas por el desarrollo de capacidad de marketing, de aprendizaje y de redes, así mismo, en la investigación se busca como estas capacidades influyen en el desempeño exportador, medido a través de la rentabilidad obtenida por las empresas del sector.

De otro lado, se utilizó la técnica de la encuesta para el levantamiento de la información, cuyos resultados fueron procesados a través del software SPSS, versión 20, dicha información se utilizó para la aplicación de modelos de regresión e interpretar cada una de las respuestas, y finalmente llevar a cabo la contrastación de las hipótesis.

Tal como se puede apreciar en el estudio, se determinó que estas capacidades dinámicas, sean de marketing, aprendizaje y redes tienen un impacto importante en los resultados de las empresas exportadoras, llevándolas a tener una mayor captación del mercado internacional y por ende una mayor rentabilidad de sus empresas.

Palabras claves: Capacidades dinámicas, desempeño exportador.

Abstract

The study carried out on the dynamic capacities and their influence on the export performance of the agro-export companies located in the district of Tacna shows us how the capacities developed by the companies that mainly orient their production to the international market are influenced by the Development of marketing, learning and networking capacities, as well as in research, how these capacities influence export performance, measured by the profitability obtained by companies in the sector.

On the other hand, we used the survey technique for information retrieval, whose results were processed through SPSS software, version 20; this information was used for the application of regression models and interpret each of the responses, and finally carry out the testing of the hypotheses.

As can be seen in the study, it was determined that these dynamic capacities, be they marketing, learning and networks have a significant impact on the results of the exporting companies, leading them to have a greater capture of the international market and therefore a greater profitability Of their companies.

Key words: Dynamic capacities, export performance.

Introducción

La tesis tiene como título “Influencia de las capacidades dinámicas de la empresas en el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, año 2016”, la cual está estructurada en cinco capítulos: Planteamiento del Problema, Marco Teórico, Hipótesis y variables, Metodología de la investigación, Discusión de Resultados, terminando con las Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia fuente bibliográfica la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los anexos correspondientes.

Capítulo I: Planteamiento del Problema, en este punto abarca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; incluyendo la descripción de la realidad problemática, delimitaciones, problemas, objetivos, justificación e importancia del trabajo, limitaciones; terminando con la viabilidad del estudio.

Capítulo II: Marco Teórico, abarca desde los antecedentes, marco legal, marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones las capacidades dinámicas, tales como: de aprendizaje, de marketing y de redes y su influencia en el desempeño exportador, medido a través de la rentabilidad promedio y el crecimiento de la ventas; donde cada una de las variables se desarrollaron con el apoyo de material procedente de investigaciones previas, quienes con sus aportes enriquecieron la investigación; además las variables son de interés, permitiendo clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, culminando con la formulación de las hipótesis.

Capítulo III: Metodología de la investigación, comprende desde el tipo, nivel, método, diseño; así como la población y muestra; operacionalización de las variables, técnicas de recolección de datos, técnicas de procesamiento de datos.

Capítulo IV: Discusión de Resultados, se trabajó con la técnica del cuestionario con preguntas cerradas, con las cuales se realizaron la parte estadística y gráfica; además se interpretó pregunta por pregunta, facilitando una mayor comprensión.

Capítulo V: Comprobación de hipótesis, para lo cual se utilizó un modelo de regresión con la finalidad de verificar las hipótesis de la presente investigación, así mismo se analizó la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionada con las variables, las conclusiones se realizaron de acuerdo a la formulación de las hipótesis y en cuanto a las recomendaciones se puede apreciar que son viables y practicables.

Contenido

Dedicatoria	III
Reconocimiento	IV
Resumen	V
Abstract	VI
Introducción	VII
CAPITULO I	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1. Descripción del problema	14
1.2. Delimitaciones de la investigación	15
1.2.1. Delimitación Espacial	15
1.2.2. Delimitación temporal	15
1.2.3. Delimitación conceptual	16
1.3. Formulación del problema	16
1.3.1. Problema general	16
1.3.2. Problemas específicos	16
1.4. Objetivos de investigación	17
1.4.1. Objetivo general	17
1.4.2. Objetivo específico	17
1.5. Justificación e importancia de la investigación	18
1.5.1. Justificación	18

	x
1.5.2. Importancia	19
1.6. Alcances y limitaciones en la investigación	19
1.6.1. Alcances	19
1.6.2. Limitaciones	20
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación	21
2.1.1. En el ámbito Internacional	21
2.1.2. En el ámbito nacional	22
2.2. Bases teóricas	22
2.2.1. Capacidades de aprendizaje en el proceso de internacionalización de las empresas.	22
2.2.2. Aprendizaje Organizativo y la Internacionalización	23
2.2.3. Teorías Económicas sobre el Aprendizaje Organizativo	24
2.2.4. El Proceso de Internacionalización y Aprendizaje Organizativo	28
2.2.5. Estudio del Desempeño en el Proceso de Internacionalización de las Empresas	33
2.2.6. Influencias de las capacidades Dinámicas en el proceso de internacionalización de las empresas	38
2.2.7. Concepto de Capacidades Dinámicas y el Contexto Internacional	38
2.2.8. Capacidad Dinámica de Aprendizaje Enfocada a la Organización	42
2.2.9. La Orientación al Aprendizaje	45

	XI
2.3. Definiciones conceptuales	49
2. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	50
2.1. Hipótesis general	50
2.2. Hipótesis específicas	51
2.3. Definición y operacionalización de variables	52
CAPITULO III	53
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.1. Tipo de investigación	53
3.2. Nivel de investigación	53
3.3. Diseño de investigación	53
3.4. Métodos de investigación	54
3.5. Población y muestra de estudio	54
3.5.1. Población	54
3.6. Técnicas e instrumentos de investigación	55
3.7. Procesamiento y análisis de información	55
CAPITULO IV	56
ANÁLISIS DE RESULTADOS	56
5.1. Características generales	56
5.1.1. Representación de las empresas	56
5.1.2. Número de empleados	57
5.1.3. Internacionalización	57

	XII
5.1.4. Número de años entre la fundación y su primera exportación	58
5.1.5. Número de años operando en el mercado internacional	59
5.1.6. Número de países donde opera	60
5.2. Capacidades dinámicas de aprendizaje	61
5.2.1. Capacidades para aprender	62
5.2.2. Visión compartida	63
5.2.3. Mentalidad abierta	65
5.3. Capacidades dinámicas de marketing	66
5.3.1. Orientación al cliente	67
5.3.2. Orientación a la competencia	68
5.3.3. Coordinación interfuncional	69
5.4. Capacidades dinámicas de redes	70
5.4.1. Coordinación	71
5.4.2. Habilidades para relacionarse	72
5.4.3. Conocimiento de socios	73
5.4.4. Comunicación interna	75
5.5. Desempeño exportador	76
5.5.1. Crecimiento de las ventas	76
5.5.2. Rentabilidad promedio	77
CAPITULO V	79
COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	79

	XIII
5.1. Hipótesis General	79
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	88
Referencias Bibliográficas	91
ANEXO	99
CUESTIONARIO	99
ANEXO	104
MATRIZ DE CONSISTENCIA	104

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

En el proceso de internacionalización las empresas se enfrentan a entornos dinámicos e inciertos, en estos casos, la habilidad para aprender y adaptarse es fundamental para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles. En este sentido, el aprendizaje organizativo implica la mejora de la capacidad de respuesta de la empresa a través del desarrollo de un mayor conocimiento y una mejor comprensión del entorno (Fiol y Lyles, 1985; Sinkula, 1994).

Por otra parte, cuanto más conoce la firma sobre del mercado en el que opera, menor es la incertidumbre sobre sus operaciones en el mismo y, por tanto, mayor el nivel de inversiones que estará dispuesta a realizar en ese mercado (Forsgren, 2000, 2001; Johanson y Vahlne, 1990). De esta forma, siguiendo el enfoque secuencial, la internacionalización de la empresa se desarrolla de forma gradual siguiendo un proceso compuesto por un conjunto de decisiones y actuaciones acumulativas.

En suma, se trata de una cadena acción–experiencia-acción, en la que el resultado de cada iteración es un incremento de la implicación de la empresa con sus actividades internacionales. Los procesos mediante los cuales las firmas aprenden acerca de los nuevos mercados internacionales tienen un importante impacto en su comportamiento de expansión exterior y en sus resultados (Lord y Ranft, 2000), ya que un creciente conocimiento de un mercado exterior reduce los costes y la incertidumbre de operar en dicho mercado (Buckley y Casson, 1981) y debe, por tanto, incrementar la rentabilidad

de las inversiones hechas en el mismo (Benito y Gripsrud, 1992). En este sentido se expresa Tsang (1999) cuando dice que si una empresa aprende de sus actividades internacionales debería ser capaz de gestionar sus operaciones exteriores más eficientemente.

En el distrito de Tacna, existen un conjunto pequeñas empresas que se dedican a la exportación de productos, las mismas que se encuentran en un proceso de aprendizaje y como toda empresa pequeña requiere de un conjunto de condiciones tanto internas como externas a fin de poder de tener éxito en el mercado internacional, el mismo que es altamente competitivo. En ese sentido, la presente investigación se centrará en el sector de agro exportación, dado que es el que más exporta.

1.2. Delimitaciones de la investigación

1.2.1. Delimitación Espacial

El presente trabajo de investigación toma como referencia para el análisis a todas las empresas exportadoras ubicadas en el distrito de Tacna.

1.2.2. Delimitación temporal

El trabajo de investigación se realizará en el periodo comprendido entre los meses de octubre a diciembre del año 2016.

1.2.3. Delimitación conceptual

El presente trabajo de investigación busca dar respuesta a cómo influyen las capacidades dinámicas que desarrollan las empresas en el desempeño exportador de las empresas que se orientan al mercado internacional.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cómo las capacidades dinámicas influyen en el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna?

1.3.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo influye la capacidad dinámica de aprendizaje en el desempeño agroexportador?
- b) ¿Cómo influye la capacidad dinámica de marketing en el desempeño agroexportador?
- c) ¿Cómo influye la capacidad dinámica de redes en el desempeño agroexportador?

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar cómo las capacidades dinámicas influyen en el desempeño agroexportador de las empresas del distrito de Tacna.

1.4.2. Objetivo específico

- a) Determinar cómo influye la capacidad dinámica de aprendizaje en el desempeño agroexportador.
- b) Determinar cómo influye la capacidad dinámica de marketing en el desempeño agroexportador.
- c) Analizar cómo influye cómo influye la capacidad dinámica de redes en el desempeño agroexportador.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1. Justificación

La internacionalización supone para la empresa afrontar un reto considerable, pues tal como hemos dicho, ha de situarse en un entorno altamente competitivo, en el que será necesario perseguir constante e intensamente la obtención de una ventaja competitiva que les permita mantenerse en el mismo.

Ello nos lleva a considerar la aplicación de un enfoque de gestión que se muestra como el más adecuado para operar en entornos turbulentos y altamente competitivos: la orientación al mercado. Dicho enfoque constituye un recurso –del aprendizaje organizativo– que, explotado a través de la estrategia, persigue la obtención de un mayor valor para el cliente, de forma que se pueda engendrar una ventaja competitiva sostenible.

Pero a pesar de estos beneficios, la internacionalización supone un gran reto para la empresa. Las estrategias de internacionalización son complejas, costosas y arriesgadas (McKieman, 1992). Esto lleva a una búsqueda incesante de información sobre las condiciones ambientales, sobre la demanda del mercado, sobre el grado de competencia, etc., que minore la incertidumbre y permita llevar a cabo una correcta formulación estratégica.

1.5.2. Importancia

Si tenemos en cuenta, fenómenos como la internacionalización de la economía mundial, los procesos de integración económica, la globalización de los mercados o la acelerada transmisión de tecnología a través de las fronteras, todo ello justifica el interés despertado en muchos investigadores a cerca de estos temas relacionados a la internacionalización.

En nuestra región es relevante investigar estos temas debido a la importancia que tiene para la micro y pequeña empresa introducir sus productos en el mercado internacional, dada las ventajas que esto significa para el empresario y por ende para el país.

1.6. Alcances y limitaciones en la investigación

1.6.1. Alcances

Los resultados del presente trabajo de investigación servirán de base para la toma de decisiones de las empresas exportadoras del distrito de Tacna, a fin de que evalúen capacidades dinámicas que deben desarrollar, tanto de redes, marketing y aprendizaje que le permitan incrementar la rentabilidad de sus negocios.

1.6.2. Limitaciones

Una de las limitaciones relevantes que podríamos enfrentar está centrada en el levantamiento de información primaria, debido al grado de confiabilidad de la información que se pretende obtener a través de la aplicación de un cuestionario.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1. En el ámbito Internacional

En el ámbito internacional se ha desarrollado por parte de la Dr. Antonio Fonfría Mesa, de la Universidad Complutense de Madrid, la investigación titulada “Patrones de innovación e internacionalización de las empresas innovadoras” (2009).

Conclusión: Esta investigación analiza las relaciones existentes entre la innovación tecnológica y la internacionalización, para un conjunto de empresas innovadoras. Dos son los enfoques que se han utilizado. El primero busca la existencia de patrones de innovación en las empresas, relacionando éstos con su manifestación hacia la internacionalización. El segundo profundiza en esta relación analizando la existencia de causalidad desde las variables expresivas de la innovación tecnológica y su organización en el seno de las firmas, hacia las diferentes formas de expansión internacional. Los resultados muestran la existencia de relaciones complejas entre los dos aspectos, sin que se puedan simplificar de manera sencilla.

2.1.2. En el ámbito nacional

En el ámbito nacional el profesor Anibal Sierralta Ríos, Academia Diplomática del Perú, (2002), desarrolló la investigación titulada “El proceso de internacionalización de las empresas latinoamericanas”.

Conclusión: Como resultado de su investigación llego a los siguientes resultados de interés: las relaciones internacionales entre los países latinoamericanos contribuyen a fortalecer la internacionalización de las empresas, así mismo, los acuerdos internacionales y la cooperación internacional generan y contribuyen a internacionalización de las empresas y la inversión extranjera.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Capacidades de aprendizaje en el proceso de internacionalización de las empresas.

Tanto el Conocimiento como el Aprendizaje constituyen dos de las dimensiones más estudiadas dentro del campo de la Administración así como, específicamente, dentro del campo de los Negocios Internacionales. De acuerdo a la perspectiva basada en Recursos y

Capacidades de la empresa, la mayoría de la literatura considera que el *Conocimiento* constituye un recurso mientras que el *Aprendizaje* constituye una capacidad (Hsu & Pereira, 2008). Se ha sugerido que los recursos de una empresa determinan su elección de la forma de entrada al mercado. Sin embargo, la ventaja sobre los recursos puede no ser suficiente y la empresa necesita de capacidades distintivas para hacer un mejor uso de los recursos (Prange & Verdier, 2011). Y es en este contexto de desarrollo de capacidades que emergen las Capacidades Dinámicas (Teece, 1997).

En consecuencia, se estudia el desempeño internacional de las empresas y los efectos de las capacidades dinámicas sobre éste. Este capítulo explora la relación entre la Orientación Emprendedora de una empresa, sus capacidades de aprendizaje y su Desempeño en un ambiente de operación altamente dinámico, como lo es el contexto internacional.

2.2.2. Aprendizaje Organizativo y la Internacionalización

El rol del conocimiento y el aprendizaje en la internacionalización ha sido abordado por varios autores (Zahra, 2004; Oviatt & McDougall, 2005), si bien no se define el concepto de “conocimiento” y su marco teórico, como sí lo hace la Perspectiva de Aprendizaje Organizativo. Los enfoques actuales tampoco capturan cómo estos aprendizajes conllevan al desarrollo de nuevas rutinas y sistemas que resultan en mejor efectividad y una acelerada internacionalización (Casillas, 2010).

Analizando el proceso de internacionalización a través del lente de Recursos y Capacidades, el *Conocimiento* se presenta como un recurso clave de las empresas y se relaciona como un proceso de Aprendizaje (Blomstermo, 2002; Casillas, 2009). En el primer enfoque, desde el punto de vista gradual, la internacionalización se describe como un proceso de trayectoria dependiente en el cual la empresa aprende de su propio comportamiento en el extranjero y este proceso de aprendizaje es el principal determinante de su futuro comportamiento (Johanson & Valhne, 1990). Y el otro enfoque, la línea de investigación en internacionalización acelerada (Oviatt & McDougall, 1994), también insiste en la importancia del *aprendizaje* como un factor explicativo en la rápida internacionalización, como es el caso de las empresas Born Global.

2.2.3. Teorías Económicas sobre el Aprendizaje Organizativo

Aunque el paradigma de las capacidades dinámicas tiene apenas dos décadas de antigüedad, sus fundamentos conceptuales son mucho mayores. Sus raíces se encuentran en los conceptos que emanan de la Escuela Carnegie a partir de la década de 1950 y 1960.

Considerando los fundamentos de las teorías Carnegie y post-Carnegie como base del desarrollo de capacidades dinámicas, el siguiente epígrafe explica cómo estas teorías de raíz económica proporcionan una base

interdisciplinaria para entender la gestión estratégica y la forma en que se integran con las capacidades dinámicas.

2.2.3.1. Teoría del Comportamiento

La Teoría del Comportamiento de la empresa fue construida alrededor de una concepción política enfocada en las metas de la organización, una concepción de racionalidad limitada de las expectativas, una visión adaptativa de las normas y aspiraciones, y a un conjunto de ideas sobre cómo las interacciones entre estos factores influyen en las decisiones en una empresa (Cyert & March, 1963; Armour, 1978).

Cyert & March (2009) hicieron énfasis en la singularidad de las empresas, expresando que las organizaciones y los actores organizacionales difieren en términos de sus aspiraciones, sus conocimientos y sus decisiones. En términos de relevancia para la estrategia, el aporte fundamental de la Teoría del Comportamiento de la empresa radica en la importancia de la heterogeneidad de las empresas (Pierce et al., 2002) y por lo tanto, su necesidad de desplegar capacidades diferentes para solucionar sus problemas.

2.2.3.2. Teoría de los costes de transacción

De acuerdo a Williamson (1975), la empresa es un conjunto de recursos internalizados que pueden asignarse a diferentes

mercados. Cuanto mayor sea el coste de ciertas transacciones, mayor el incentivo de expansión para internalizarlas. La expansión en el exterior se da en función de dos criterios: la existencia de ventajas de localización y la rentabilidad de la internacionalización frente a la venta o cesión al extranjero.

El marco teórico establecido por la Teoría de los Costes de Transacción aporta una base de referencia para el estudio de las capacidades dinámicas, al referirse primordialmente a la protección del activo como capacidad aunque no a la creación de éste, situación que tiende a ser estática, y no dinámica. Basándose en lo anterior, Teece (1990) observa que, para que una empresa desarrolle plenamente sus capacidades, la economía de costes de transacción debe unirse con una teoría del conocimiento y de producción (Winter, 1988). Como resultado, los investigadores comenzaron a buscar otros lugares para desarrollar teorías más sólidas de la empresa que permitieran construir capacidades superiores que le proporcionarían a la empresa una naturaleza dinámica.

2.2.3.3. Teoría evolutiva

En un primer intento para crear un marco teórico que sustentase la evolución de la empresa, Nelson & Winter (1982)

desarrollaron una teoría “Neo-Shumpeteriana de la Empresa”, integrando los primeros descubrimientos de Shumpeter (1945) con ideas de Alchain (1950), Hayek (1945) y Cyert & March (1963). En este enfoque, la empresa se concibe como una entidad que busca ganancias económicas, construyendo para ello procesos de aprendizaje organizacional y explotando los activos de conocimiento más valiosos. Las empresas, desde este punto de vista, también tienen “rutinas” o “competencias”, que son patrones recurrentes de acción que pueden cambiar a través de la búsqueda y el aprendizaje.

2.2.3.4. Teoría económica de la coordinación

La esencia del enfoque de las capacidades dinámicas consiste en que el éxito competitivo surge del desarrollo continuo, alineación y reconfiguración de los activos específicos de las empresas (Teece & Pisano 1994; Teece, 1997; Augier & Teece, 2006). Mientras que Penrose (1959) y los investigadores basados en el enfoque de recursos reconocen la importancia competitiva de las capacidades específicas de la empresa, los investigadores dentro del paradigma de las capacidades dinámicas tratan de esquematizar cómo las organizaciones pueden reconocer (y dar forma) las nuevas oportunidades de negocio, aprovecharlas y después transformarlas de nuevo, conforme a los cambios producidos en el entorno.

2.2.4. El Proceso de Internacionalización y Aprendizaje Organizativo

La expansión internacional y los procesos relacionados con la internacionalización parecen ser entendidos en una forma más sencilla en los términos de acumulación de conocimiento de una empresa (Knudsen & Madsen, 2002). De acuerdo con Johanson & Valhne (1977,1990), el aprendizaje acerca de la internacionalización es un proceso acumulativo en el cual todos los pasos o actividades en los mercados internacionales incrementan el aprendizaje experiencial de la empresa. Adicionalmente, Johanson & Valhne (2007) establecen que la internacionalización de una organización es resultado de un proceso conducido por la interacción entre el aprendizaje sobre las operaciones internacionales así como el compromiso con los negocios internacionales de la compañía.

El Modelo de Uppsala tiene su origen en el trabajo desarrollado por Johanson & Valhe (1977), donde sostienen que la internacionalización de una organización se desarrolla como un proceso que, previamente al lanzamiento a mercados exteriores, requiere conocer a profundidad el mercado doméstico para, posteriormente y de forma gradual, establecerse en otros países con características similares. Así, la empresa se desarrolla tomando como primer plano su mercado doméstico y la internacionalización es la consecuencia de una serie de etapas. Para llevar a cabo el proceso de internacionalización es necesario pasar por

cuatro etapas a las cuales se les denomina Cadena de Establecimiento (Johanson & Valhe, 1977):

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación: Etapa que se caracteriza por las exportaciones que se realizan de manera irregular en el mercado extranjero. En esta etapa los conocimientos del mercado son muy limitados, ya que las actividades son a corto plazo y hay un compromiso moderado con el mercado (Zahra & George, 2002).

2. Exportaciones a través de representantes independientes: Etapa que se caracteriza por la creación de alianzas que permitan introducirse en un país seleccionado al cual es complicado penetrar por razones de distinta índole. En esta etapa la obtención de conocimientos del mercado es mayor que en la etapa anterior, ya que el compromiso de la empresa proviene de la involucración con aliados estratégicos internacionales que comparten su experiencia con la empresa (Etemad & Lee, 2003).

3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero: Etapa que se caracteriza por la materialización de la presencia organizacional en el país seleccionado. La generación y obtención del conocimiento es mucho mayor que en las dos anteriores etapas, debido a que la inversión extranjera implica un nivel de compromiso y riesgo que para ser asumido requiere de la generación de conocimiento del mercado, de las instituciones y del proceso de internacionalización (Casillas, 2010).

4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero: Etapa que se caracteriza por la expansión de las operaciones de la organización en el país seleccionado. Esta etapa implica la interpretación de una serie de información, generación de redes de trabajo y “know-how” en la cual, además de desarrollarse un mayor conocimiento, éste se replica sobre el mercado extranjero (Casillas, 2010).

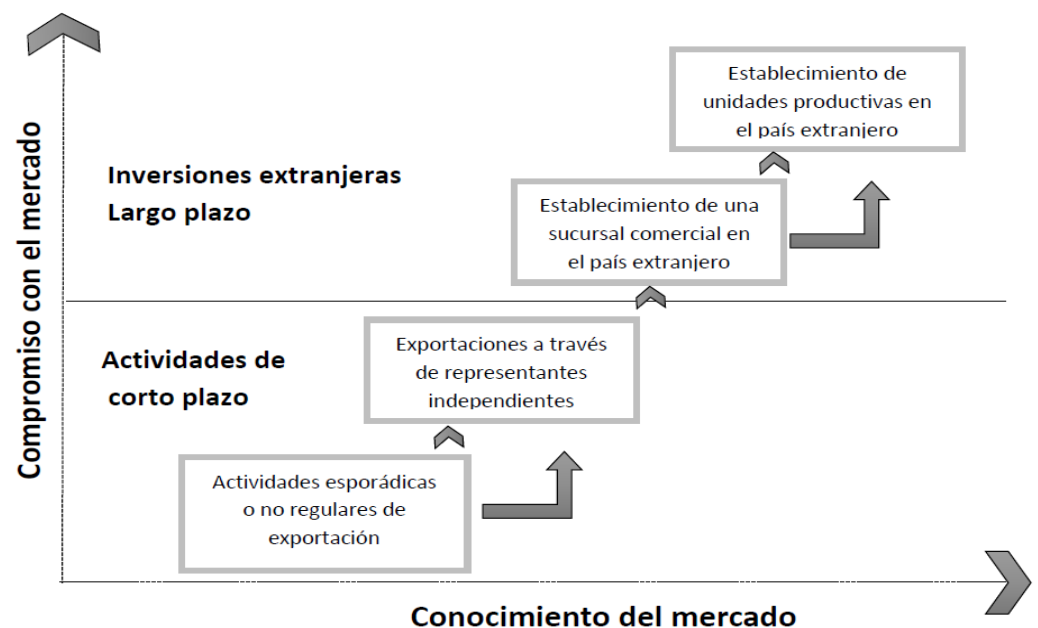


Figura 1. Modelo Upsala. Fuente: Johanson, J. y Vahlne J. (2009).

Durante un largo periodo de tiempo, una gran parte de la investigación científica sobre los procesos de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas se centró en validar empíricamente el enfoque basado en el comportamiento secuencial o gradual inicialmente

postulado por este Modelo de Proceso de Internacionalización o Modelo de Uppsala (Zahra, 2005).

De acuerdo a Day (1994), cuando las capacidades se expanden y soportan múltiples clave”. Cuando las capacidades hacen una contribución desproporcionada para proveer al consumidor un valor superior -definido desde la perspectiva del consumidor- o permiten al negocio entregar un mayor valor al consumidor en términos de costo-efectividad, éstas se denominan “capacidades distintivas” y funcionan como un factor de éxito. Las capacidades distintivas se basan en una superioridad en el proceso administrativo debido a la integración de conocimiento y la difusión del aprendizaje que le permite una posición de ventaja a la empresa y como consecuencia, resultados superiores en su desempeño. En la Figura 3 se puede apreciar este esquema de capacidades que, de acuerdo a este autor, son fuentes de ventaja competitiva y desarrollo superior.

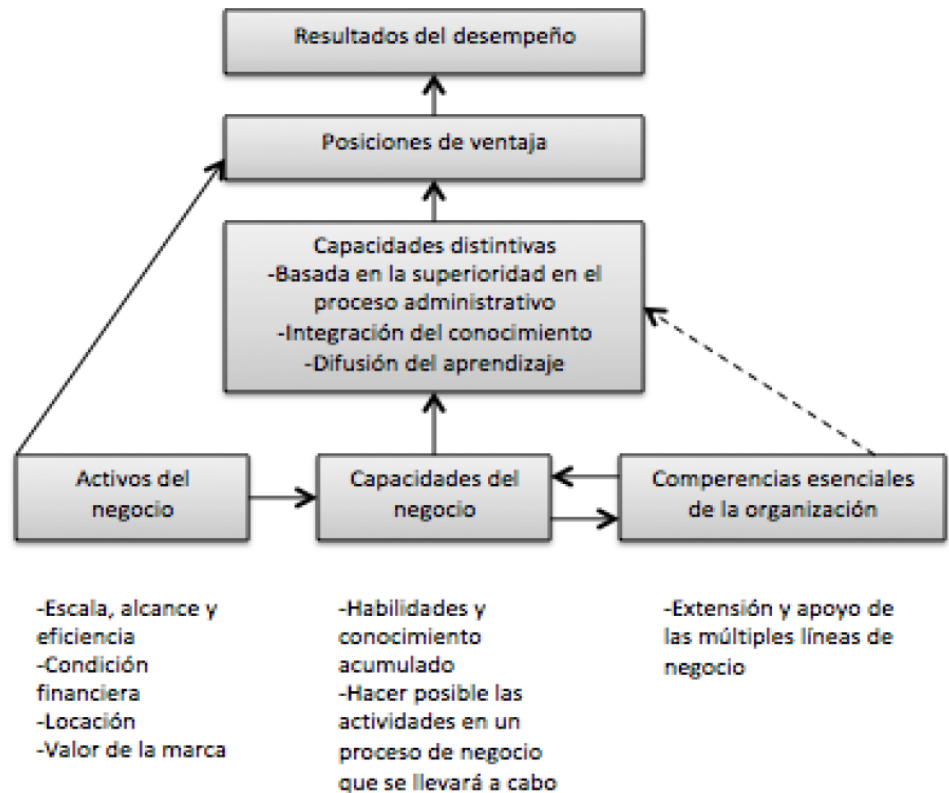


Figura 2. Fuentes de Ventaja Competitiva y Desarrollo Superior.

Fuente: Day (1994).

Del otro lado del espectro, podemos encontrar aquellas actividades que se centran en el exterior de la organización. El propósito de estas capacidades que van de a fuera hacia adentro, es conectar los procesos que definen las otras capacidades organizacionales al entorno exterior y permiten al negocio competir a través de la anticipación de los requerimientos del mercado delante de sus competidores y crear relaciones duraderas con los clientes, miembros de los canales así como con los distribuidores. A este tipo de capacidades externas, March (1991) las denomina explorativas. Baum, (2000) apuntan que la exploración “se

refiere a los conocimientos obtenidos a través de procesos de variación concertada, la experimentación planificada y el juego”.

Las empresas emprendedoras crean, definen, descubren y explotan oportunidades con frecuencia muy por delante de sus rivales (Hamel & Prahalad, 1994; Miller, 1983; Sathe, 2003). Mientras persiste el debate sobre la correlación de los procesos asociados a la creación de oportunidades, el descubrimiento y la explotación exitosa (Davidsson, 2004), la mayoría de los investigadores reconocen fácilmente la importancia de estos procesos en la generación de valor para las empresas y sus dueños. Sin embargo, hasta la fecha, la investigación no ha dado una explicación convincente para la capacidad de algunas empresas nuevas y establecidas para crear continuamente, definir, descubrir y explotar las oportunidades empresariales (Zahra, 2006).

2.2.5. Estudio del Desempeño en el Proceso de Internacionalización de las Empresas

Dado que esta investigación aborda principalmente las empresas exportadoras, se utilizará como punto de partida el Desempeño Exportador. Como se ha expresado anteriormente, la exportación es uno de los modos de entrada común en las pequeñas y medianas empresas (Knight & Cavusgil, 2004) y la mayoría de los estudios académicos acerca de las empresas Born Global tienden a observar a las empresas exportadoras como objetivos de su estudio (Knigth, 2004, Kuvalainen,

2007; Moen, 2002). Por lo tanto, tomando en consideración la literatura, es pertinente tomar como plataforma de análisis las medidas y determinantes del Desempeño Exportador para este estudio.

2.2.5.1. Desempeño Exportador

El Desempeño Exportador ha recibido mucha atención en la literatura; sin embargo, los resultados tienden a ser inconsistentes. Por ejemplo, Zou & Stan (1998) señalan que el área de exportación es reconocida por tener "esfuerzos autónomos y no coordinados". Katsikeas, Leonidou & Morgan (2000) argumentan que "el Desempeño Exportador es una de las áreas más extensamente investigadas pero menos comprendidas y más controvertidas del comercio internacional". Esta falta de comprensión se ha atribuido a las dificultades para conceptualizar, operacionalizar y medir el desempeño de las exportaciones, lo que a menudo ha llevado a resultados contradictorios (Katsikeas, 2000; Sousa, 2008; Matthyssens & Pauwels, 1996; Leonidou & Katsikeas, 2010).

El Desempeño exportador de una empresa refleja su comportamiento específico en el aprovechamiento de sus recursos y capacidades en un contexto internacional en determinado punto en el tiempo (Beleska-Spasova, 2014). Los resultados de exportación son considerados como uno de los indicadores clave

del éxito de las operaciones de exportación de una empresa, y como tal, han sido un fenómeno ampliamente estudiado (Gerschewsky, 2011).

2.2.5.2. Dimensiones de Desempeño Exportador

Dado que la exportación es una opción estratégica para una empresa, los objetivos pueden variar ampliamente entre las empresas, las industrias, los contextos nacionales y los horizontes temporales. Más recientemente, Sousa (2004), en su análisis de los artículos relacionados con el Desempeño Exportador publicados entre 1998 y 2004, identificó 50 indicadores de desempeño diferentes. La amplia gama de indicadores utilizados en la literatura para el Desempeño Exportador es un reflejo de las dificultades para acceder a los datos de las exportaciones, así como la búsqueda actual de medidas coherentes y globales (Gerschewski, 2011). Esto hace que la comparación y validación de los resultados de diferentes estudios sean muy difíciles. En la Figura 4 se muestran los diferentes niveles de análisis utilizados para la medición del Desempeño Exportador desarrollados por Gerschewski (2011) y adaptados para este estudio: a nivel corporativo, a nivel de unidad de negocio, a nivel de nueva empresa exportadora y a nivel de producto a corto o a largo plazo. En cuanto a las medidas del Desempeño Exportador, estas se dividen en tres:

financieras/económicas, no financieras/no económicas, o genéricas/compuestas. En cuanto a su complejidad, la medición del Desempeño Exportador puede abordarse con un enfoque unidimensional o multidimensional, y en función de su perspectiva de tiempo puede ser estática o dinámica.



Figura 3. Medición del desempeño de las Exportaciones. Fuente: Adaptada de Gerschewski (2011).

De acuerdo al tipo de indicador, las medidas del Desempeño Exportador son categorizadas usualmente en dos grandes grupos: Financieras/Económicas y No Financieras/No Económicas.

Uno de los indicadores clave del Desempeño Exportador es la habilidad de una empresa para utilizar sus recursos y capacidades en el contexto internacional, el cual ha sido uno de los fenómenos más extensamente estudiados. Zahra (2000) examinan los efectos de la expansión internacional de 306 empresas procedentes de Estados Unidos medida como la diversidad internacional y el modo de entrada al mercado internacional sobre el aprendizaje tecnológico en una empresa; y los efectos de este aprendizaje en el desempeño financiero de la empresa, encontrando una relación positiva entre el aprendizaje tecnológico y el Desempeño. Para Francis & Collins-Dood (2000), las dimensiones de orientación a la exportación proactiva y conservadora son suficientemente distintas para sugerir que son construcciones separadas en oposición y polos opuestos de una sola dimensión. Los resultados de este estudio que abarca 88 empresas de tecnologías de información canadienses, apoya la eficacia de una orientación a la exportación proactiva contra de un enfoque conservador en el entorno empresarial turbulento. Una mayor orientación estratégica proactiva se asocia con el éxito de las exportaciones de estas empresas.

2.2.6. Influencias de las capacidades Dinámicas en el proceso de internacionalización de las empresas

A partir de los paradigmas dominantes existentes sobre la gestión estratégica, las Capacidades Dinámicas ofrecen un valor considerable ya que explican cómo algunas empresas logran una ventaja competitiva sostenible en situaciones de cambio rápido a través de la adaptación continua y la reconfiguración de los recursos (Alinaghian, 2012).

A partir de estos estudios, el marco conceptual en la literatura en las décadas siguientes se desarrolla en torno a dos ejes de Capacidades Dinámicas, su papel y su naturaleza (Alinaghian, 2012). La literatura ha tendido a considerar el papel central de las Capacidades Dinámicas en relación con el cambio de componentes internos clave de la firma, tales como los recursos y capacidades (Barrales, 2013).

2.2.7. Concepto de Capacidades Dinámicas y el Contexto Internacional

En la literatura se ofrecen varias conceptualizaciones alternativas de Capacidades Dinámicas. Estas propuestas varían significativamente en términos de los elementos principales (por ejemplo, naturaleza, rol, contexto, creación y desarrollo, resultados y el grado de heterogeneidad), destacando los principales fundamentos teóricos (Barreto, 2010). Las obras seminales se han resumido en términos de

definiciones propuestas en torno a los principales bloques de construcción de las Capacidades Dinámicas como se puede apreciar en la Tabla 1.

Tabla 1. Concepto de Capacidades Dinámicas

AUTOR	NATURALEZA	PAPEL	CONTEXTO	CREACIÓN Y DESARROLLO	RESULTADO	HETEROGENEIDAD
Zollo & Winter (2002)	Un patrón aprendido y estable de la actividad colectiva	Generar y modificar la organización de las rutinas operativas	Mas valor y cambios de evolución rapidos, pero ellos consideran otra evolución	El papel del mecanismo aprendido en la evolución de las capacidades dinamicas	Un enlace directo entre las Capacidades Dinámicas y un rendimiento superior y la supervivencia	Heterogéneos a través de las empresas
Winter (2003)	Capacidad (rutina)	Extender, modificar o crear capacidades ordinarias	Mas valor y cambios en la evolución rapidos.	Mecanismos aprendidos	Otros tipos de costos hacen que las Capacidades Dinámicas no sean necesariament e ventajosas	No mencionado
Zahra et al. (2006)	Habilidad y Capacidad	Reconfigurar empresas, recursos y rutinas / resolver problemas	Cambios volátiles, la evolución no es un componente necesario	Aprendiendo de la experiencia, teniendo errores e improvisacion en procesos	La relación entre los países en desarrollo y el rendimiento es indirecta a través de la calidad de las capacidades sustantivas	No mencionado
Wang & Ahmed (2007)	Empresas de orientación conductual	Integrar, reconfigurar, renovar y recrear los recursos y capacidades , elevar y reestructurar las capacidades principales	Evolución cambiante	Evolución sobre el tiempo , complementan do la interacción entre los recursos de las empresas	Ventaja competitiva sostenible	Exponer en común, pero en términos de elementos tácitos asociados a los procesos explícitos.
Teece (2007)	Habilidad y Capacidad	Detectar y formar oportunidades y amenazas, aprovechar oportunidades y mantener la competitividad	Altos cambios y mercados impredecibles	Procesos, posición y camino	Ventaja competitiva sostenible (el DC se encuentra en el centro del éxito de la empresa)	Esencialment e empresa específica y única
Mulders & Romme (2009)	Capacidad	Transmitir el conocimiento deliberado sobre como cuestionar el propósito y la eficacia base	Evolución combinada	Invocado en forma repetitiva	Los resultados de la empresa no los hacen automáticamentee como consecuencia del desarrollo de una capacidad dinámica.	Heterogéneos a través de las empresas

AUTOR	NATURALEZA	PAPEL	CONTEXTO	CREACIÓN Y DESARROLLO	RESULTADO	HETEROGENEIDAD
Barreto (2010)	Potencial	Sistematizar para resolver problemas	Más relevancia a los cambios evolutivos y decisiones a tiempo	Fomado por empresas propenso a sentir la oportunidad y la amenaza y hacer decisiones de mercado	Enlace entre las capacidades y el rendimiento (ventaja competitiva)	comunes entre empresas, ya sea asumida conceptualmente en una (o más) de las dimensiones implicadas
Barrales et al. (2013)	Capacidad	Integrar (o coordinar) construir y reconfigurar competencias internas y externas	Rápida Evolución	Incrustado en los procesos organizativos de empresas	Ventaja competitiva sostenida	Heterogéneos a través de las empresas

Fuente: Alinaghian (2012).

El marco más aceptado ha sido desarrollado por Teece et al. (1997), que postulan que una organización interesada en la generación de Capacidades Dinámicas debe alentar la coordinación de una serie particular de procesos subyacentes, ya que estos procesos o componentes explican cómo funcionan los Capacidades Dinámicas. En el estudio original, Teece et al. (1997) dividen las Capacidades Dinámicas en los siguientes cuatro componentes o procesos:

- (1) Capacidad de detección: Capacidad de capturar nueva inteligencia para detectar las amenazas y oportunidades.
- (2) Capacidad de aprendizaje: Capacidad de utilizar la nueva inteligencia de mercado en la creación de nuevo conocimiento.

- (3) Capacidad de Integración: Capacidad de incorporar nuevos conocimientos en las capacidades operativas.
- (4) Capacidad de Coordinación: Capacidad de implementar tareas, recursos y actividades en las nuevas capacidades operativas.

Las Capacidades Dinámicas demandan por parte de los directivos tanto orientación interna como externa de aprendizaje e innovación, que apuntalan la transformación (estas orientaciones de aprendizaje son consideradas más generalmente como Capacidades Dinámicas) y contribuyen al establecimiento de ventajas competitivas duraderas para aquellas empresas que compiten frecuentemente en mercados globales (Teece, 2014). En el contexto internacional, los estudios empíricos relacionados con la Capacidad Dinámica Orientada al Aprendizaje establecen modelos de orden superior que vinculan esta capacidad con la Orientación al Mercado y la Orientación Emprendedora en forma complementaria, cuyo impacto compartido entre los tres constructos es mayor y más positivo sobre el Desempeño internacional cuando interactúan entre ellos (Gnizy, 2014; Weerawardena, 2014).

2.2.8. Capacidad Dinámica de Aprendizaje Enfocada a la Organización

El aprendizaje en las organizaciones ha sido estudiado como un factor clave en el desempeño e internacionalización de las empresas (Weerawardena, 2014). Las empresas desarrollan conocimiento a través

de la adquisición, distribución, interpretación y almacenamiento de la información obtenida del ambiente (Hubber, 1991; Hanvanich, 2006).

En la perspectiva secuencial, se distinguen tres tipos de conocimiento (Ericksson, 1977; Walters, 1996; Eriksson, 2000): (1) el conocimiento del negocio adquirido del mercado que está basado en la experiencia con los consumidores, el mercado y los competidores; (2) el conocimiento institucional internacional basado en el conocimiento de las instituciones, el gobierno, el legal y el contexto moral; y (3) el conocimiento proveniente de la internacionalización, el cual está basado en la experiencia de recursos y capacidades que la empresa utiliza para trabajar en los mercados extranjeros. Sin embargo, a pesar de que la perspectiva secuencial otorga un rol preponderante al aprendizaje no aborda los procesos de des-aprendizaje y reaprendizaje (Casillas, 2010).

En la segunda perspectiva, la perspectiva de emprendimiento internacional, el aprendizaje, des-aprendizaje y re-aprendizaje constituyen elementos centrales para explicar la internacionalización de nueva empresas pequeñas y medianas (Casillas, 2010). Esta perspectiva considera que el conocimiento y su adquisición influyen la edad de entrada a los mercados internacionales a través de tres procesos, cada uno con tres niveles diferentes de análisis (Torres et al., 2005): (1) a nivel individual, adquirido por los fundadores antes de la creación de la empresa (2) a nivel organizacional, adquirido por la experiencia de la empresa en el mercado internacional, y (3) a nivel de redes, obtenido a

partir de la participación activa en las redes sociales e institucionales a nivel doméstico e internacional.

Tres corrientes en la literatura sobre aprendizaje organizacional conforman la conceptualización y propuesta de interacción de las capacidades de aprendizaje de este capítulo.

En primer lugar, la literatura sobre la adquisición y uso estratégico de conocimiento desde dentro y fuera de la empresa (Powell et al., 1996), y la conjetura de que este tipo de conocimiento ejerce un impacto diferencial y sinérgico en la innovación y el desempeño de la empresa. De esta manera, el aprendizaje obtenido del mercado (capturado en el exterior de la empresa) y el aprendizaje obtenido de la red (capturado en el exterior de la empresa) capturan el conocimiento de los clientes y competidores; y el aprendizaje dentro de la organización (generado en el interior de la empresa), producen diversos tipos de conocimiento que resultan ser esencialmente necesarios para ofrecer los productos y servicios que los mercados desean.

En segundo lugar, se toma en cuenta la literatura enfocada en las empresas adaptativas, las cuales deben perseguir activamente tanto la exploración (de los conocimientos, las rutinas y normas que deben ser incorporados) como la explotación (utilización del conocimiento existente) en su aprendizaje (March, 1991). En tercer lugar, se aborda la

literatura sobre la capacidad de absorción (Cohen & Levinthal, 1990) que hace hincapié en la capacidad de la empresa para valorar, asimilar y aplicar el conocimiento externo.

2.2.9. La Orientación al Aprendizaje

De acuerdo a Sinkula (1994) y Baker & Sinkula (1997), el Aprendizaje Organizacional en una empresa se produce cuando se detecta una falta de coincidencia de los resultados con respecto a las expectativas, lo cual descalifica la teoría en uso. Cuando esto ocurre, la empresa se mueve para corregir sus errores, lo que resulta en un cambio de la teoría en uso. Si la corrección no implica un cambio en las normas que guían a la organización (por ejemplo, modelos mentales, lógica dominante, etc.), se dice que ocurre el aprendizaje de un “solo-ciclo” o adaptativo. La mayor parte del aprendizaje organizacional es aprendizaje adaptativo. Sin embargo, si la corrección conduce a un cambio en las normas de la organización y si los resultados de aprendizaje de comportamiento organizacional son proactivos y no son en respuesta directa a los eventos del ambiente, se dice que el aprendizaje es de doble-ciclo o generativo.

El Aprendizaje Organizacional se conceptualiza en la literatura en cuatro dimensiones básicas (Huber, 1991): Adquisición de información (el proceso por el cual la información es obtenida), Distribución (el proceso por el cual la información es compartida), Interpretación (el procesos por el cual se le da a la información un significado que por tanto es

transformado en conocimiento) y Memoria (el proceso por el cual la información/conocimiento es almacenado para usos futuros).

De acuerdo a Baker & Sinkula (1999a), la Orientación al Aprendizaje corresponde al Aprendizaje Organizacional de orden superior (denominado también aprendizaje generativo o aprendizaje de doble-ciclo), el cual es fundamental para que las empresas desaprendan normas y conocimiento obsoleto; y que además, erradiquen los filtros perceptivos que sesgan la nueva información que es obtenida. Este tipo de aprendizaje capacita a las empresas no solo para desarrollar mejoras en sus paradigmas (mejora continua), sino también para cambiar sus paradigmas (innovación disruptiva).

Las empresas con fuerte Orientación al Aprendizaje desafían constantemente el estatus quo de sus creencias basadas en el mercado como principio organizador de su cultura organizacional; las empresas con débil orientación al aprendizaje raramente desafían el estatus quo hasta que una crisis lo demanda (Sinkula, 1994).

Las empresas con una Orientación al Aprendizaje fuerte no sólo aprenden más, sino que aprenden mejor. Los resultados de aprendizaje “superiores” creados para desaprender permiten a las empresas adaptar mejor sus capacidades operativas a las demandas del entorno externo, lo que a su vez mejora el desempeño (Slater & Narver, 1995; Baker & Sinkula, 1999; Liu., 2002; Calantone, 2002).

2.2.9.1. Concepto de la Orientación al Aprendizaje

En su esencia, la conceptualización de la Orientación al Aprendizaje exhibe dos enfoques: algunos investigadores destacan los sistemas de generación y difusión de información concretos como el mecanismo a través del cual tiene lugar el aprendizaje (Huber, 1991); mientras que otros consideran a las empresas, como "organizaciones cognitivas" y se enfocan en un modelo común, una visión organizacional compartida, y un enfoque abierto a la resolución de problemas (Senge, 1990). Sin embargo, estos dos puntos de vista no deben examinarse aisladamente.

Dada su amplia aceptación en la literatura, en la presente investigación se adopta la definición de Orientación al Aprendizaje propuesta por Baker & Sinkula (1999a), que la concibe como “una característica organizacional que refleja el valor que una empresa toma, y que no sólo está respondiendo hábilmente a los cambios en el entorno, sino al cambio constante de los supuestos que enmarcan las relaciones de la organización con el medio ambiente”.

2.2.9.2. Dimensiones de la Orientación al Aprendizaje

Con el fin de identificar las variables que son relevantes en los modelos organizacionales de procesos estratégicos de decisión, algunos investigadores se han concentrado en identificar las dimensiones involucradas en la Orientación al Aprendizaje. La Tabla 16 muestra varios estudios acerca de la Orientación al Aprendizaje donde se establecen las dimensiones que se utilizan en la investigación de forma empírica o teórica.

Tabla 2. Influencia de las capacidades dinámicas en el proceso de internacionalización

AUTOR	DIMENSIONES	TIPO DE ESTUDIO
Sinkula et al. (1997)	Compromiso con el aprendizaje, la visión compartida y mentalidad abierta.	Empírico
Baker & Sinkula (1999a)	Compromiso con el aprendizaje, la visión compartida y mentalidad abierta	Empírico
Baker & Sinkula (1999b)	Compromiso con el aprendizaje, la visión compartida y mentalidad abierta	Empírico
Calantone et al. (2002) Keskin (2006)	Compromiso con el aprendizaje, visión compartida, mentalidad abierta y conocimiento compartido dentro de la organización	Empírico
McGuinness & Morgan (2005)	Compromiso con el aprendizaje, la visión compartida y mentalidad abierta	Teórico
Wang (2008)		Empírico
Long (2013)		Empírico
Gnizy et al. (2014)		Empírico
Fang et al. (2014)		Empírico

Fuente: Gnizy. (2014)

2.3. Definiciones conceptuales

Aprendizaje de la internacionalización: De acuerdo con Johanson & Valhne (1977, 1990), el aprendizaje acerca de la internacionalización es un proceso acumulativo en el cual todos los pasos o actividades en los mercados internacionales incrementan el aprendizaje experiencial de la empresa.

Desempeño Exportador: se refiere a las características de la empresa, incluyendo las capacidades y competencias de una empresa, el tamaño de la empresa, la experiencia internacional y la orientación al mercado (Zou & Stan, 1998).

Capacidades dinámicas: sugiere que la esfera de acción de una compañía no puede ser explicada únicamente por las consideraciones en costes de transacción. En su lugar, la decisión en selección de activos (intencionales) debe tomar en cuenta economías co-especializadas, de aprendizaje y la apropiación de las ganancias a través de la innovación (Teece 1986).

Internacionalización: Valhne (2007) establecen que la internacionalización de una organización es resultado de un proceso conducido por la interacción entre el aprendizaje sobre las operaciones internacionales así como el compromiso con los negocios internacionales de la compañía.

Intensidad del conocimiento: Autio (2000) sugieren que “la intensidad de Conocimiento” refleja la medida en la cual una empresa depende del

conocimiento inherente a sus actividades y productos como una fuente de ventaja competitiva. Esta característica genera un nuevo cuerpo de investigación orientado a estudiar un tipo de empresa que se caracteriza por aprender y adicionalmente, innovar creando nuevo conocimiento continuamente; y que por lo tanto, es capaz de sostener su ventaja competitiva engranada en capacidades y rutinas.

Capacidades distintivas: son conjuntos complejos de habilidades y conocimiento acumulado, ejercidas a través de procesos organizacionales que le permiten a la empresa coordinar actividades y hacer un mejor uso de sus activos (Day, 1994).

2. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

2.1. Hipótesis general

Las capacidades dinámicas influyen en el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna.

2.2. Hipótesis específicas

H1: “El desarrollo de capacidades dinámicas de aprendizaje influyen significativamente en el desempeño agroexportador”

H2: “El desarrollo de capacidades dinámicas de marketing influyen significativamente en el desempeño agroexportador”

H3: “El desarrollo de capacidades dinámicas de redes influyen significativamente en el desempeño agroexportador”

2.3. Definición y operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADORES	ESCALA
Variable dependiente: Desempeño exportador	Crecimiento de las ventas internacionales Rentabilidad	Ratio
Variable independiente: Capacidad dinámica de aprendizaje	Compromiso para aprender Visión compartida Mentalidad abierta	Intervalo
Capacidad dinámica de marketing	Orientación al clientes Orientación al competidor Coordinación interfuncional	Intervalo
Capacidad dinámica de redes	Coordinación Habilidades para relacionarse Conocimiento de socios Comunicación interna	Intervalo

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

El trabajo de investigación desarrollado es de tipo básico, cuyo objetivo principal es contrastar los conceptos teóricos a una realidad específica, tal es el caso presente, que se busca medir el impacto de las capacidades dinámicas en el desarrollo exportador.

3.2. Nivel de investigación

El trabajo de investigación a realizarse es de tipo descriptivo, correlacional y causal, dado los objetivos que se buscan alcanzar y las hipótesis que se desean contrastar.

3.3. Diseño de investigación

El trabajo de investigación es de tipo no experimental y de corte transversal debido a que se tomara una muestra representativa en un momento específico de espacio y tiempo.

3.4. Métodos de investigación

El método de investigación es descriptivo correlacional y causal, ya que primero describimos los factores que contribuyen al desarrollo de las capacidades dinámicas y su impacto desempeño exportador, determinando si existe algún grado de correlación y causalidad entre las variables de estudio.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

La población de estudio está conformada por las empresas exportadoras del sector agroexportador, categorizadas según CIUU, ubicados en el distrito de Tacna, los cuales ascienden a un número de 97 empresas activas, según información proporcionada por la SUNAT.

En ese sentido, dado que se cuenta con un número no muy grande de empresas a investigar, se ha tomado la decisión de considerar a toda la población definida anteriormente.

3.6. Técnicas e instrumentos de investigación

Para el presente trabajo de investigación se tomó en consideración la aplicación de un cuestionario a la población determinada en función a su actividad exportadora, la misma que está apoyada en la técnica de la encuesta a fin de recoger datos e información primaria para el presente trabajo de investigación.

3.7. Procesamiento y análisis de información

Para tratamiento y procesamiento de la información se emplearon técnicas estadísticas descriptivas y de inferencia. Asimismo, las pruebas estadísticas a utilizar para la validación de las hipótesis planteadas en la presente investigación estarán en función de las escalas de los instrumentos a utilizar, para este caso particular, son pruebas estadísticas métricas, debido al tipo de escala de medición que se utilizará (intervalo), en ese sentido, a fin de comprobar las hipótesis planteadas de utilizarán modelo de regresión.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1. Características generales

5.1.1. Representación de las empresas

De la población analizada se puede apreciar en la figura 4, que el 46,0% del total está representada por los dueños de las empresas, mientras que el 31,0% lo constituyen gerentes de áreas y finalmente el 23,0% está constituida por directores de las empresas. Es importante destacar que la mayor proporción lo representan los dueños de las empresas, lo cual nos da a conocer que son empresas familiares, ya que son dirigidas por los propios dueños.

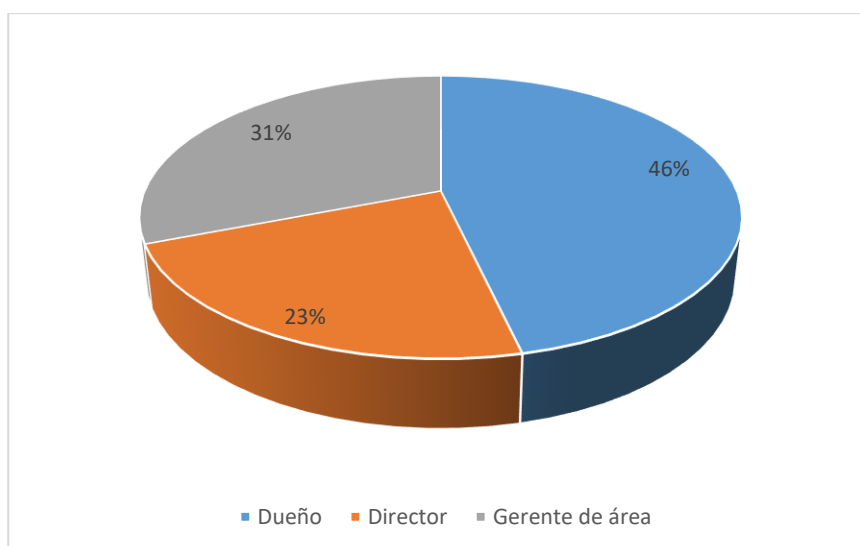


Figura 4. Cargo. Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Número de empleados

El número de empleados con los que cuenta una empresa nos muestra el tamaño de la misma, en la figura 5, se puede apreciar que el 83,0% del total de la población lo constituyen empresas que tienen menos de 10 trabajadores, lo cual implica que son microempresas, como el común denominador de las empresas en el Perú. El 11,0% está compuesta por 10 a 15 empleados y finalmente el 4% de 16 a 25 empleados, estos últimos representan a las microempresas.

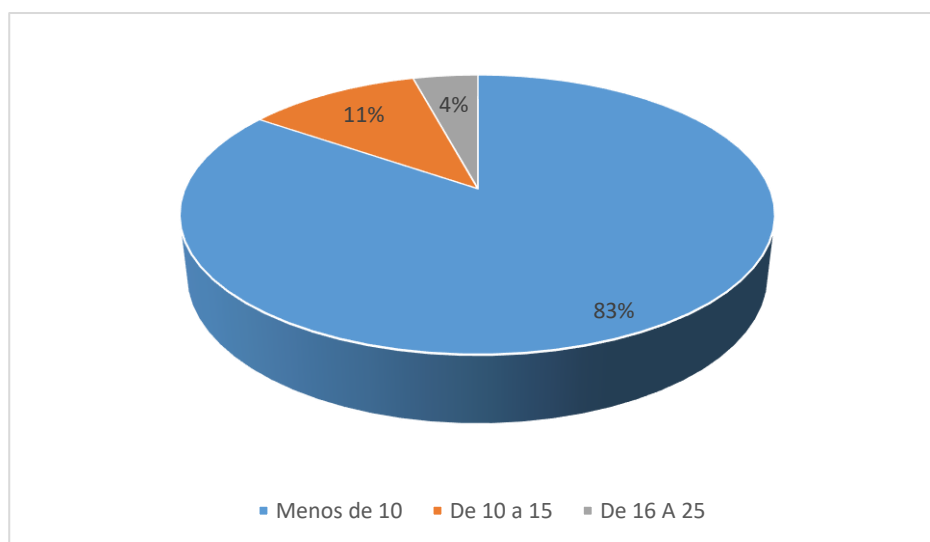


Figura 5. Número de empleados. Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Internacionalización

La internacionalización es medida por el porcentaje de ventas de exportación respecto a las ventas totales, en la figura 6, se aprecia que el 76,0% del total de las empresas exportadoras se consideran internacionalizadas, debido a que venden la mayor

proporción de su producción al mercado extranjero, es decir, más del 75,0% de su producción. De otro lado, el 12,0% exporta entre el 51,0% al 75%, mientras que el 6,0% exporta un proporción pequeña, la cual representa menos del 25,0% de su producción y finalmente el 5,0% exportan entre el 25,0% al 35,0%. Estas últimas no son consideradas internacionalizadas, debido a su bajo nivel de exportaciones.

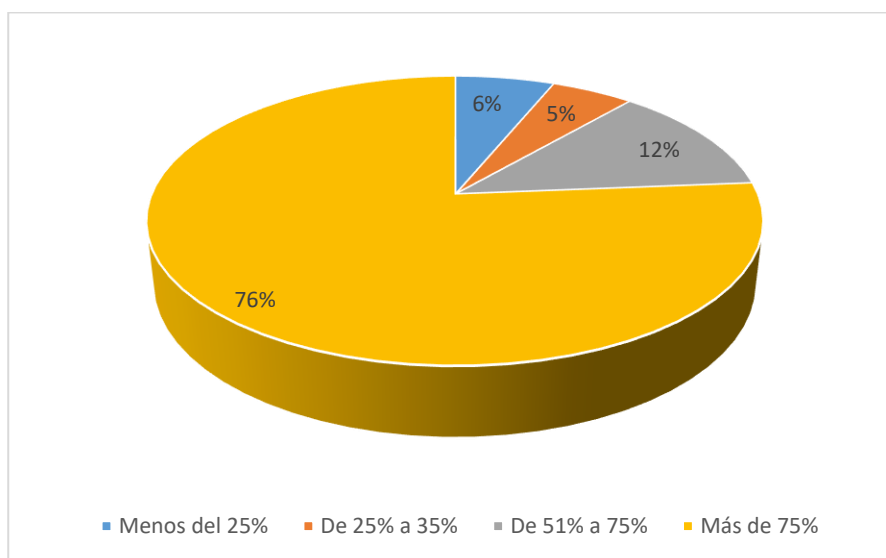


Figura 6. Porcentaje de ventas de exportación respecto a las ventas totales.
Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Número de años entre la fundación y su primera exportación

La figura 7, nos muestra que el 28% del total de la población investigada nos da a conocer que empezó a exportar entre 7 y 10 años después de su fundación, el 22,0% entre 3 a 6 años, el 21,0%, entre 11 y 15 años, mientras que el 18,0% exportó después de más de 15 años y finalmente el 12,0% en un periodo menor a 3 años después de su fundación. En consecuencia, se puede concluir que el 62,0% inicio su exportación

después de 10 años de su fundación, lo cual nos da a conocer que las empresas en la región no demandan demasiado tiempo en incursionar en el mercado internacional, a esto contribuye el acceso a la información, dado el desarrollo de la tecnología.

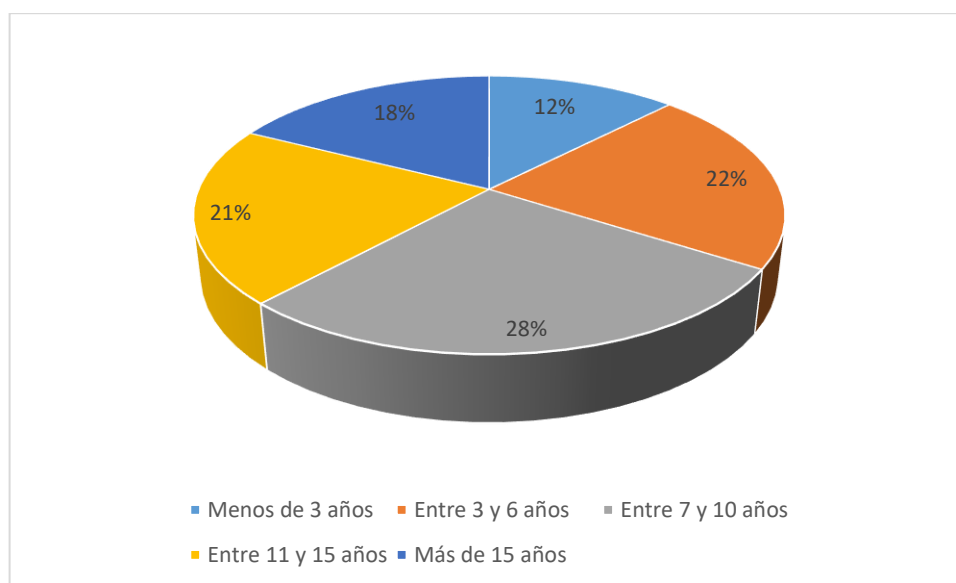


Figura 7. Número de años entre la fundación y su primera exportación. Fuente: Elaboración propia

5.1.5. Número de años operando en el mercado internacional

La figura 8, nos muestra que el 32,0% del total de la población analizada viene operando en el mercado internacional entre 11 y 20 años, así mismo, el 24,0% está entre 21 y 30 años, mientras que 20,0% opera más de 31 años y finalmente el 18,0% entre 6 a 10 años. En conclusión, el 76,0% del total de la población viene exportando más de 11 años, lo cual denota un aprendizaje continuo de los mercados

internacionales producto de la experiencia que vienen adquiriendo a través de sus operaciones.

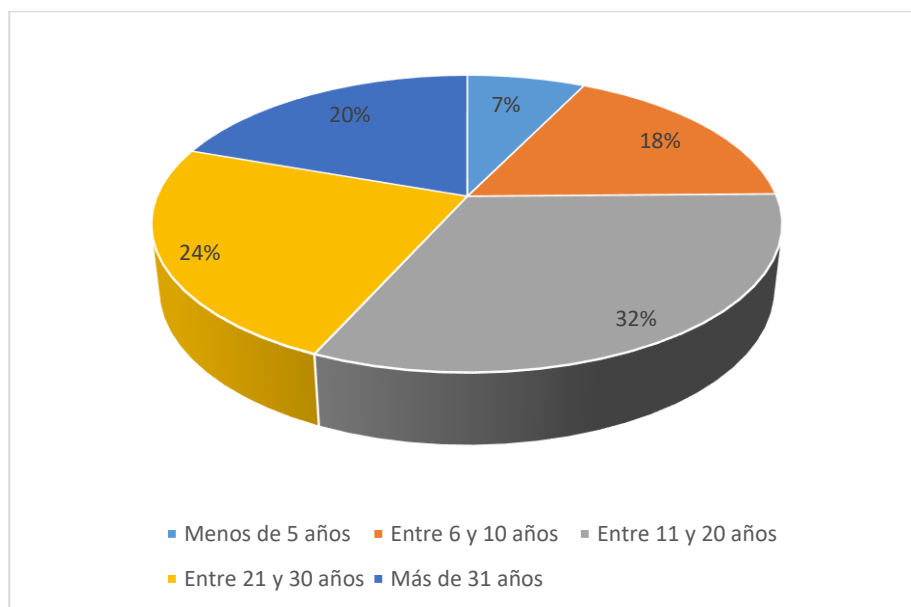


Figura 8. Número de años operando en el mercado internacional. Fuente: Elaboración propia

5.1.6. Número de países donde opera

Como se puede apreciar en la figura 9, el 76,0% del total de la población solamente exporta a un países, el 15,0% entre dos a 3 países y finalmente el 8,0% entre 4 a 5 países. Esta información nos indica que los exportadores de la región no tienen un portafolio de países significativo que les permita minimizar sus riesgos ante una recesión o estancamiento de las economías a las cuales dirige sus productos.

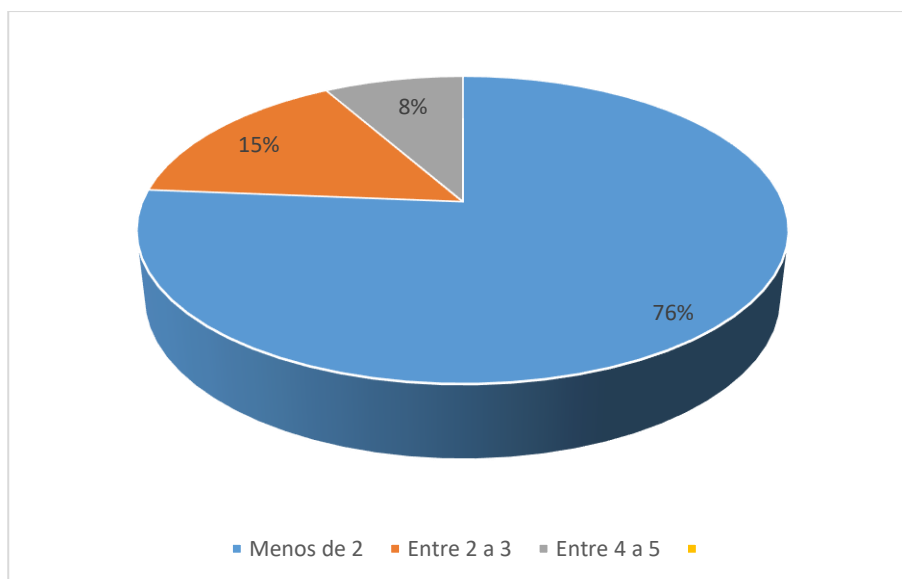


Figura 9. Número de países donde opera. Fuente: Elaboración propia

5.2. Capacidades dinámicas de aprendizaje

La figura 10, nos indica que las capacidades dinámicas de aprendizaje son muy relevantes en el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, ya que en una escala definida como 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, se puede concluir que las capacidades de aprendizaje vienen a estar representadas en más del 80,0% de la población en estudio. La capacidad dinámica de aprendizaje refleja un conjunto de valores que influyen en la calidad y profundidad del proceso de aprendizaje de la organización. Como definición, la capacidad dinámica de aprendizaje viene a ser la capacidad de la empresa para construir, integrar y reconfigurar el conocimiento técnica y social generado a través de fuentes internas a la organización.

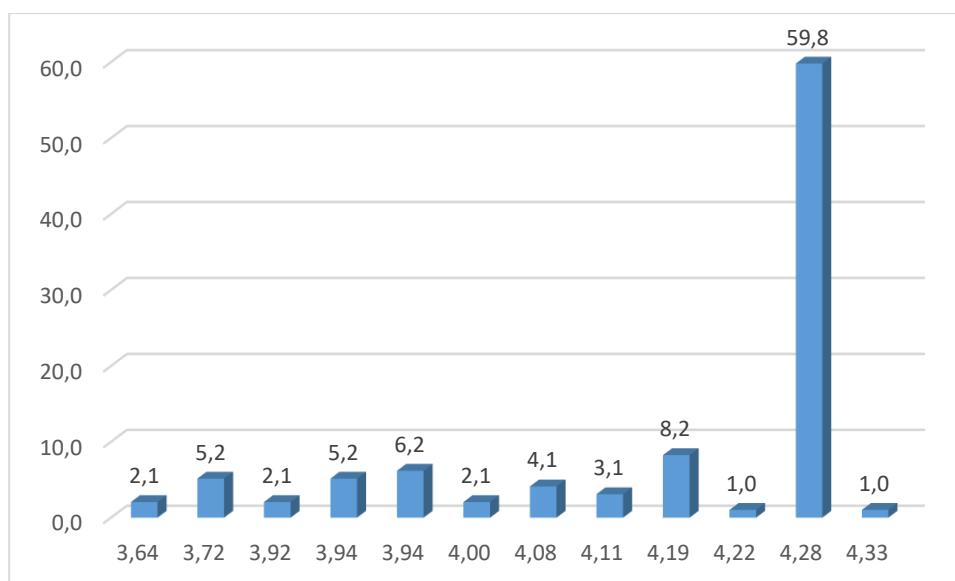


Figura 10. Capacidades dinámicas de aprendizaje. Fuente: Elaboración propia

5.2.1. Capacidades para aprender

La figura 11, nos muestra que las empresas agroexportadores del distrito de Tacna, tienen gran énfasis en desarrollar actividades de aprendizaje, lo cual se muestra en los resultados de la escala utilizada, los mismo que están en una mayor proporción al lado derecho de la figura, lo cual representa más del 77,5%.

El Compromiso con el Aprendizaje se refiere al grado en que una empresa valora el Aprendizaje. La Capacidad Dinámica Orientada al Aprendizaje en el contexto internacional, se caracteriza por la adquisición y diseminación de información tecnológica y no tecnológica generada dentro de una empresa. Además el uso de determinadas estrategias de innovación basadas en el conocimiento interno, se asocia con el crecimiento internacional de la empresa, lo que permite que muchas nuevas

empresas estén por encima de sus contrapartes en las actividades internacionales; evidenciando a menudo, la pronta entrada en los mercados extranjeros.

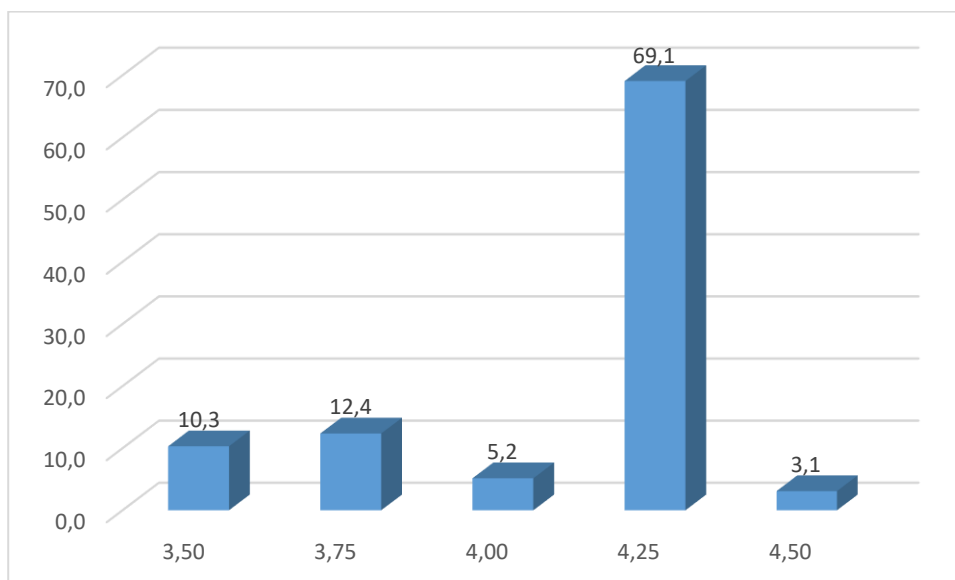


Figura 11. Compromiso para aprender. Fuente: Elaboración propia

5.2.2. Visión compartida

La figura 12, nos muestra que las empresas agroexportadoras analizadas tienen una visión compartida, lo cual contribuye a fortalecer las capacidades dinámicas de aprendizaje.

La Visión Compartida se refiere a la medida en que se desarrolla una firma y tiene un enfoque organizacional entendido universalmente, que les da a los miembros de la organización un sentido de propósito y dirección.

Una visión compartida posiciona a los individuos como agentes de aprendizaje en la que comparten las expectativas de la organización, los resultados a medir y las teorías en uso. Las personas de mente abierta y comprometidas con el aprendizaje son motivados a aprender, pero puede resultar difícil saber qué aprender a menos que exista una visión compartida.

Una visión compartida dentro de la organización debe ser entendida universalmente y dar a la organización un sentido de propósito y dirección, para que pueda proporcionar a los empleados las lógicas dominantes compartidas y fomentar el compromiso de cumplirlas. También debe motivar a los empleados para lograr los resultados deseados.

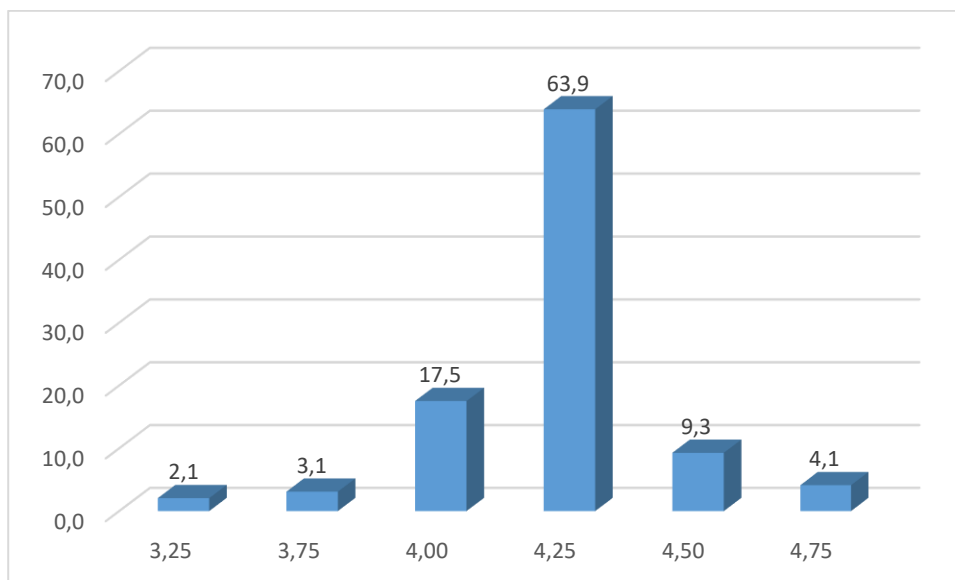


Figura 12. Visión compartida. Fuente: Elaboración propia

5.2.3. Mentalidad abierta

La figura 13, nos muestra que más del 85,0% de la población analizada tiene una gran inclinación a fomentar y desarrollar una mentalidad abierta en las organizaciones.

Una Mentalidad Abierta lleva a una empresa a utilizar el conocimiento para desafiar el estatus quo, y buscar mejores formas de hacer las cosas. En este respecto, la mentalidad abierta está vinculada con la noción de des-aprendizaje.

Cuando las empresas se cuestionan proactivamente las rutinas, supuestos y creencias largamente adoptadas, están incurriendo en una práctica de des-aprendizaje. Por lo tanto, el des-aprendizaje es el corazón del cambio organizacional y la mentalidad abierta es un valor organizacional que es necesario para que los esfuerzos del des-aprendizaje tengan éxito.

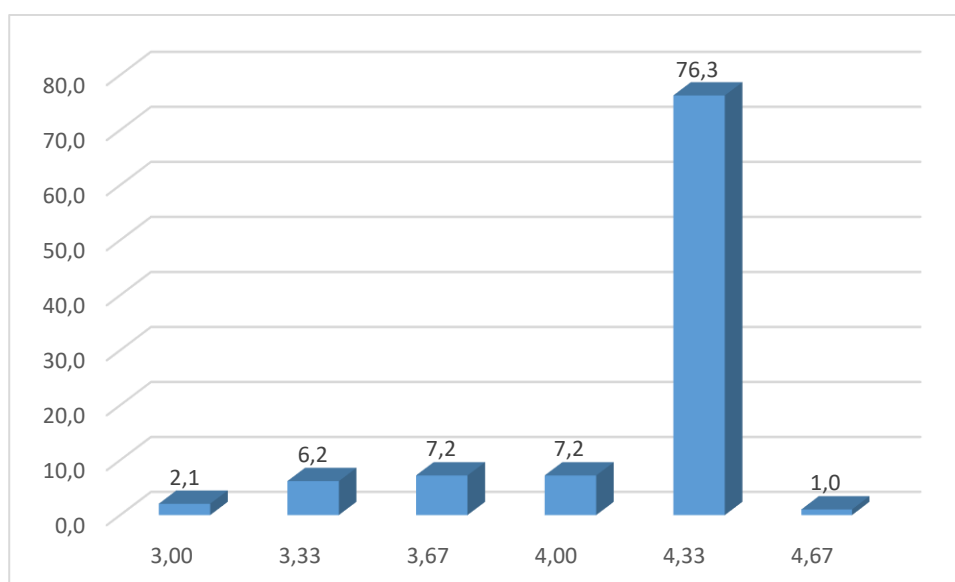


Figura 13. Mentalidad abierta. Fuente: Elaboración propia

5.3. Capacidades dinámicas de marketing

Los recursos y capacidades de marketing juegan un papel único en la determinación de las necesidades de los clientes, los canales de distribución y los productos competidores. El conocimiento del mercado que éstos generan actúa, por lo tanto, como una fuerza impulsora que permite a la empresa alcanzar un alto nivel de adaptación a los mercados en evolución.

En tal sentido, en la figura 14, podemos apreciar que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, muestran una importante predisposición a considerar dentro de sus estrategias la utilización de capacidades dinámicas de marketing, por lo que más del 89,0% explica tal actitud.

En primer lugar, una Capacidad Dinámica de Marketing debe ser entendida como una Capacidad Dinámica específica, que desencadena o contribuye a la renovación de los recursos y capacidades base de la organización.

En segundo lugar, una Capacidad Dinámica de Marketing debe ser identificada a través de características precisas que nos permitan clasificarla como un caso específico de Capacidades Dinámicas, mientras cumple todos aspectos del rol atribuido a otras Capacidades Dinámicas dentro de la empresa.

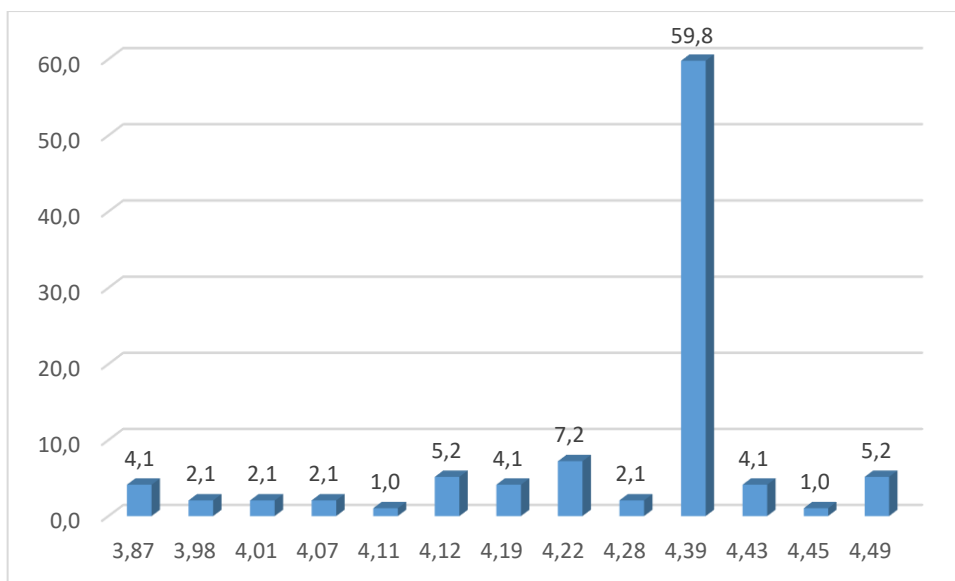


Figura 14. Capacidades dinámicas de marketing. Fuente: Elaboración propia

5.3.1. Orientación al cliente

La figura 15, nos muestra que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, tiene una orientación hacia los cliente bastante marcado.

Una Orientación al Mercado Proactiva como Capacidad Dinámica se refiere a descubrir, entender y satisfacer las necesidades latentes del cliente, definidas como aquellas necesidades de las que el cliente no tiene conocimiento. Las necesidades latentes no son menos "reales" que las necesidades expresadas, pero están en el inconsciente del cliente

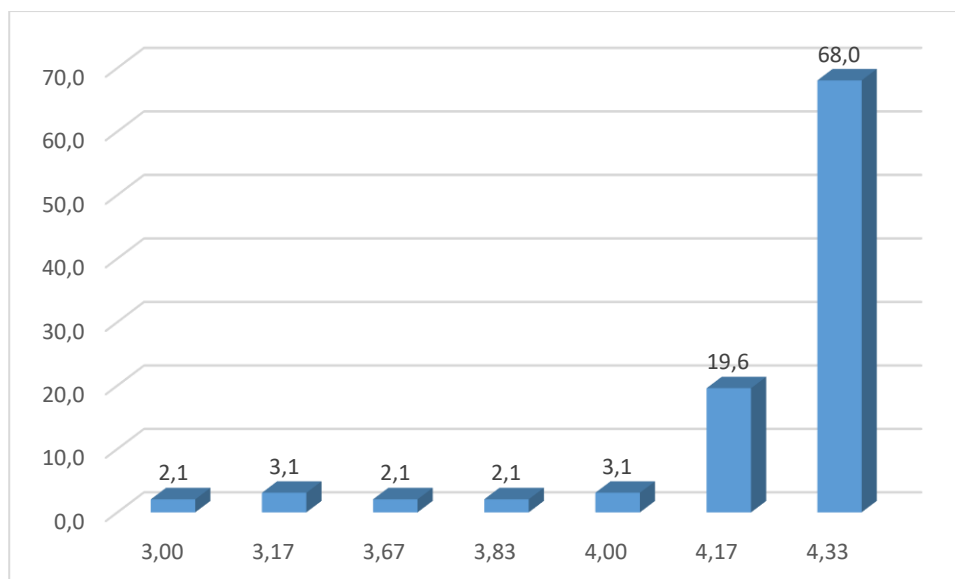


Figura 15. Orientación al cliente. Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Orientación a la competencia

La figura 16, nos muestra que las empresas exportadoras del distrito de Tacna, tienen una orientación importante hacia la competencia. Esto es muy importante dentro de un mercado global e interdependiente, ya que el analizar permanentemente a sus competidores, les permite obtener información relevante para tomar decisiones innovadoras y estrategias con la finalidad de mantenerse activa en el mercado al cual se dirigen.

Las empresas con “Orientación al Competidor Proactiva” no sólo están tratando de analizar las fortalezas y debilidades de los competidores actuales, sino tratando de anticiparse a los mismos y a sus acciones potenciales futuras.

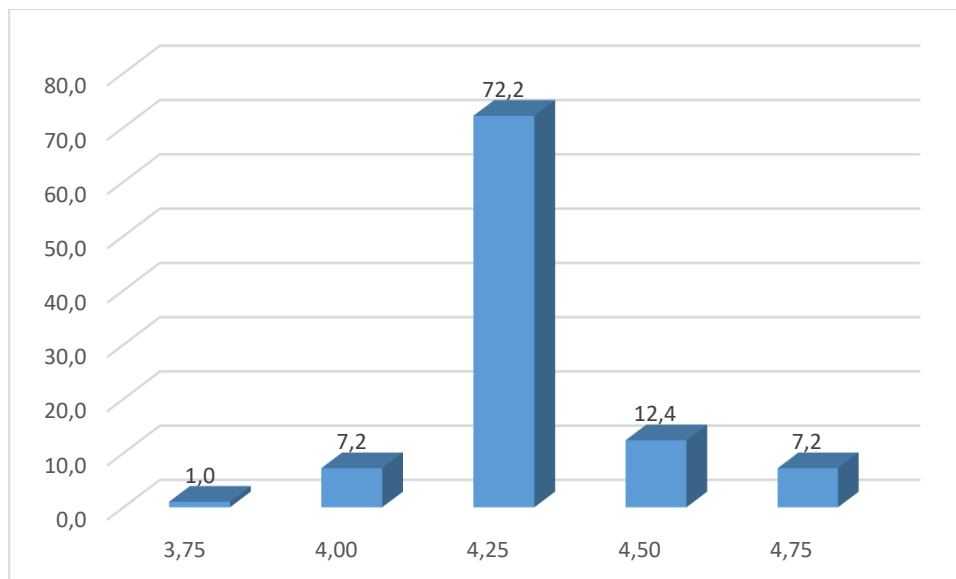


Figura 16. Orientación a la competencia. Fuente: Elaboración propia

5.3.3. Coordinación interfuncional

La figura 17, nos muestra que las empresas analizadas tienen una gran propensión a tener en consideración la coordinación interfuncional, ya que a través de ella pueden canalizar sus estrategias y por ende tener éxito en el mercado.

La Coordinación Interfuncional se define como un conjunto de habilidades y procedimientos para generar, difundir y utilizar la inteligencia de mercado correspondiente a los clientes actuales y sus necesidades expresadas. Al utilizar esta coordinación interfuncional de manera proactiva se satisfacen las necesidades latentes de los clientes; en este sentido, una empresa con una Orientación al Mercado Proactiva, explora nuevos conocimientos y mercados significativamente distantes de la experiencia existente

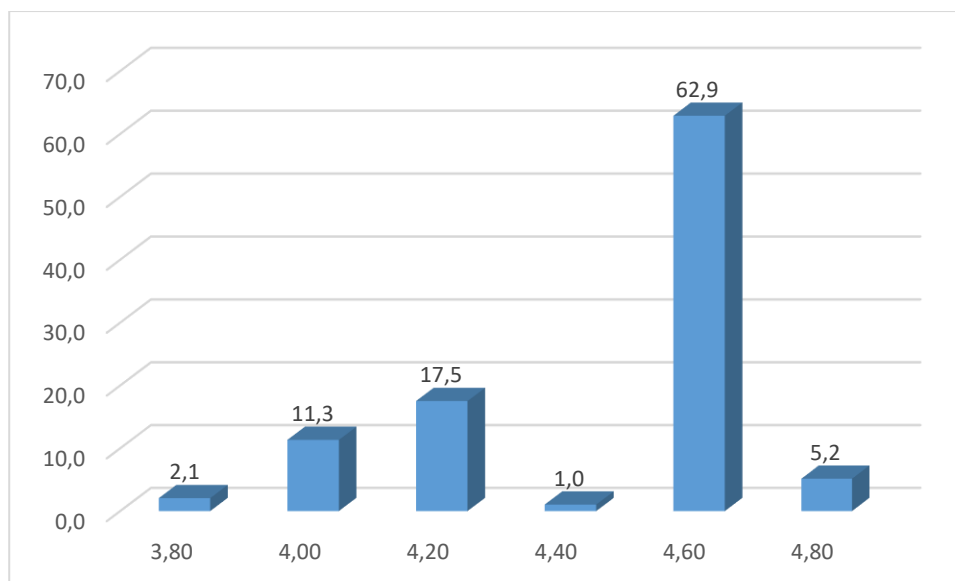


Figura 17. Coordinación interfuncional. Fuente: Elaboración propia

5.4. Capacidades dinámicas de redes

La figura 18, nos muestra que las capacidades de redes en las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, son importantes, ya que les permite estar enlazados interna y externamente con la finalidad de optimizar sus recursos escasos.

La Capacidad Dinámica de Redes se define como “la capacidad de la empresa para desarrollar un conjunto de rutinas deliberadas dentro de sus redes, que tienen como resultado la generación de nuevas configuraciones de recursos y la capacidad de la empresa para integrar, reconfigurar, ganar y descartar combinaciones de recursos”.

La Capacidad Dinámica Orientada a las Redes Empresariales en el contexto internacional es una capacidad dinámica que hace posible la construcción, definición, acceso, organización, intercambio y utilización de todos los activos del conocimiento en todas sus

formas, a través de diferentes agentes formando una red para ayudar a crear, compartir y utilizar el conocimiento efectivo proveniente en los mercados; y llegando a ser un factor fundamental en la capacidad de las empresas, para mejorar continuamente sus habilidades con la finalidad de responder rápidamente a los cambios del ambiente.

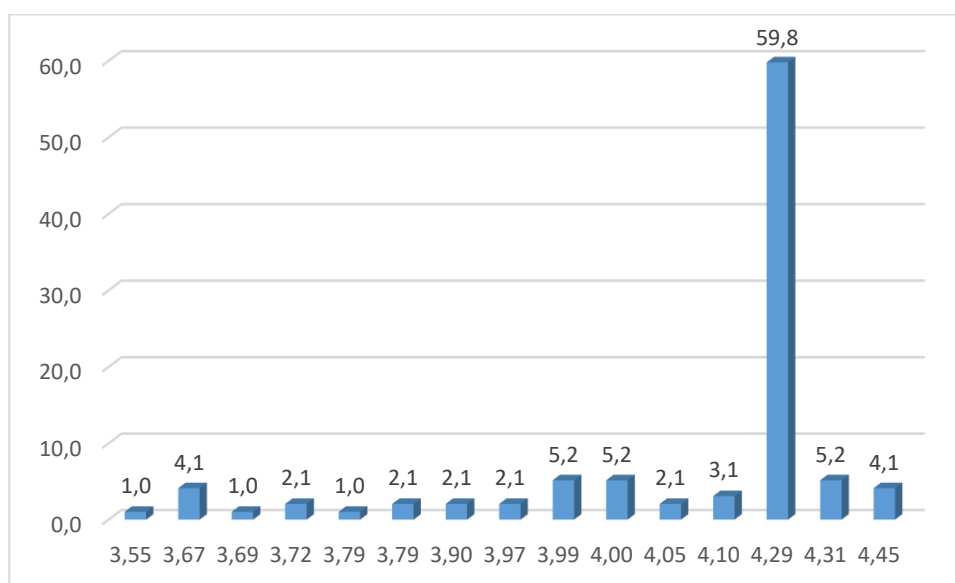


Figura 18. Capacidades dinámicas de redes. Fuente: Elaboración propia

5.4.1. Coordinación

La figura 19, nos indica que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, tienen una importante orientación hacia la coordinación, lo cual se puede apreciar en la figura que se detalla a continuación, donde las respuestas están orientadas hacia la derecha (escala 5 totalmente de acuerdo).

De acuerdo al contexto, la coordinación podría ser definida como una estructura de uso común (permanente o temporal) para reunir a grupos que están llevando a cabo un resultado común. La coordinación es un proceso complejo, con la participación de diversos grupos, perspectivas y actividades, así como de realidades sociales, culturales, políticas, económicas y de cualquier otra índole, pero tiene un papel fundamental para la correcta función de cualquier empresa

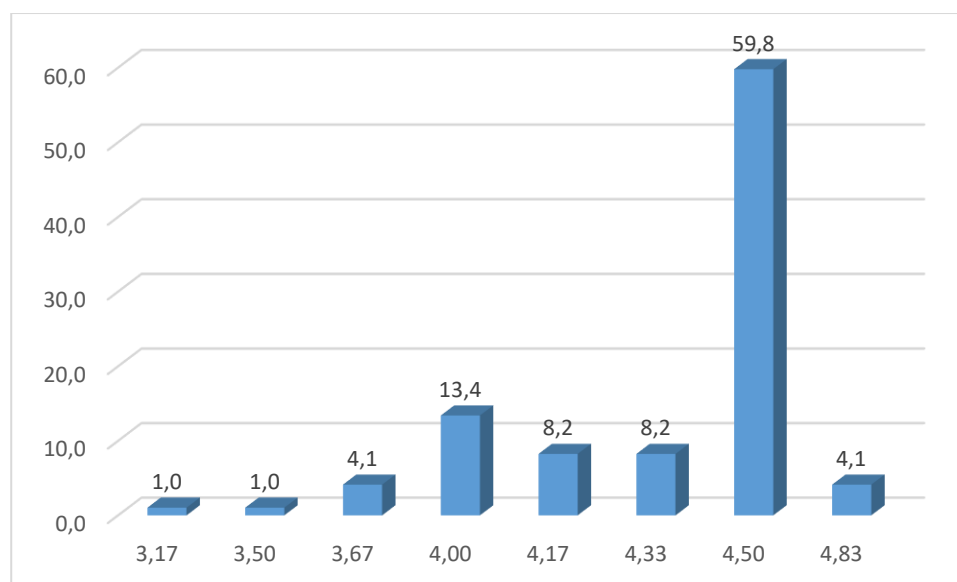


Figura 19. Coordinación. Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Habilidades para relacionarse

La figura 20, nos muestra que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, denotan que las empresas consideran pertinente desarrollar habilidades para relacionarse a través de sus colaboradores, debido a que sus respuestas se asocian con el lado derecho de la figura (escala 5, totalmente de acuerdo).

Las habilidades para relacionarse, también conocidas como competencias sociales, se consideran importantes para la gestión de las relaciones, ya que las relaciones de negocios son muy a menudo situaciones de cambio interpersonales. Las habilidades para relacionarse incluyen ciertos aspectos como son: habilidad para comunicarse, extroversión, habilidades para el manejo de conflictos, empatía, estabilidad emocional, auto reflexión, sentido de justicia y cooperatividad. Las relaciones son bidireccionales, ya que la empresa, con sus decisiones, influencia a la red, y la red, al mismo tiempo, influencia el comportamiento de la empresa

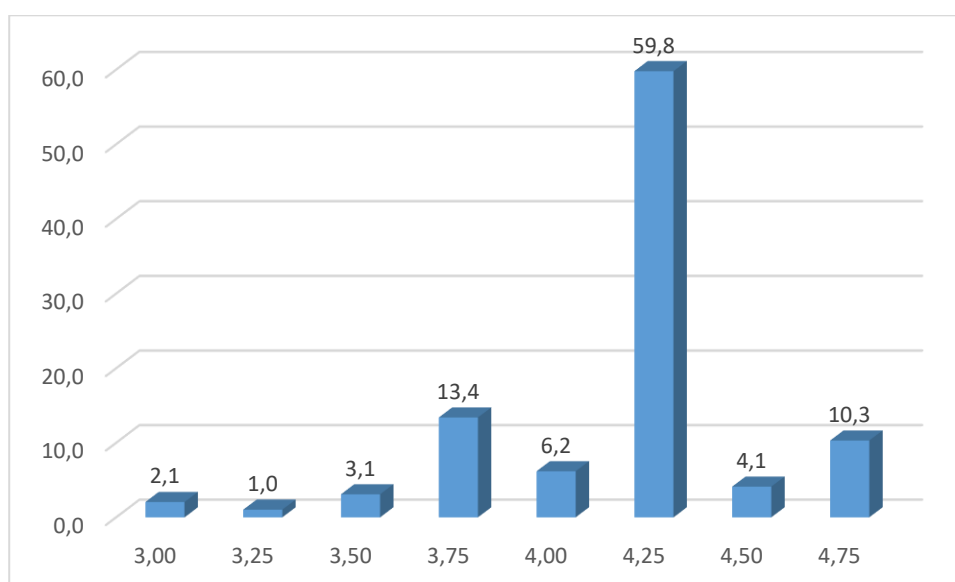


Figura 20. Habilidades para relacionarse. Fuente: Elaboración propia

5.4.3. Conocimiento de socios

En la figura 21, se puede apreciar que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna consideran relevante tener en cuenta el conocimiento de los socios de la

organización, lo cual se puede apreciar en las respuestas de la población analizada que se visualizan en la figura.

Las empresas de nueva creación con conocimiento acerca de sus socios, pueden formar rutinas de intercambio y estructuras de gobierno apropiadas para que estas empresas pueden evitar o manejar las inestabilidades en sus asociaciones. El conocimiento de los socios permite la gestión de una situación específica con un socio, tal como la reducción de los costos de control de transacciones y una gestión proactiva orientada a la solución de conflictos. En general, el conocimiento de socios estabiliza la posición de una empresa donde necesariamente tiene que estar dentro de una red. Este conocimiento es un pre-requisito para una coordinación efectiva entre socios y, al mismo tiempo, este conocimiento se desarrolla por coordinación y comunicación interna.

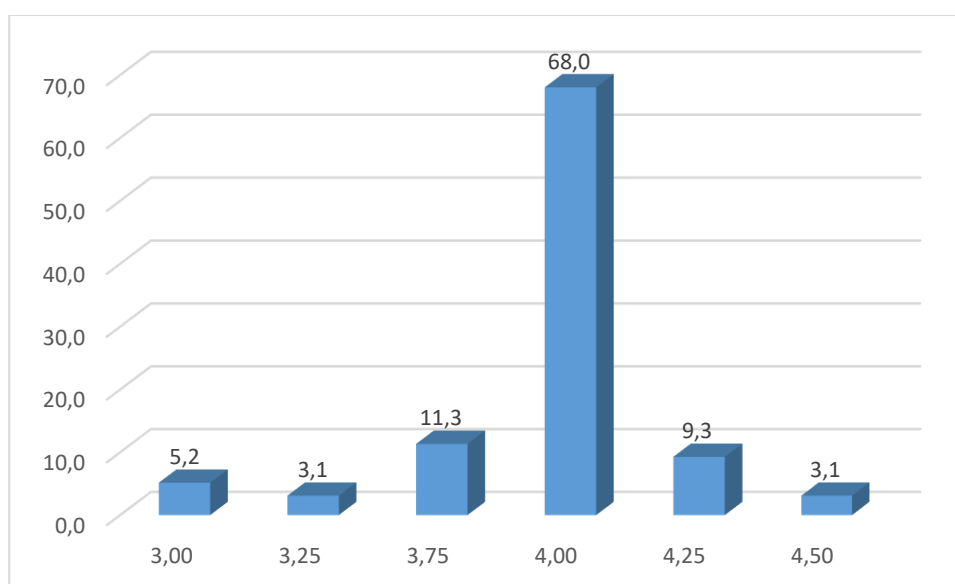


Figura 21. Conocimiento de socios. Fuente: Elaboración propia

5.4.4. Comunicación interna

La figura 22, nos da a conocer que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, consideran que la comunicación interna es relevante con la finalidad de poder alcanzar el éxito en el mercado, lo cual se puede apreciar en las respuestas de la población, las mismas que se orientan al lado derecho de la figura.

La Comunicación Interna es esencial para ser receptivo y abierto, y para un aprendizaje organizacional efectivo dentro de las asociaciones. Desde una perspectiva relacional, también señalan que la comunicación Interna es parte integral de la competencia colaborativa

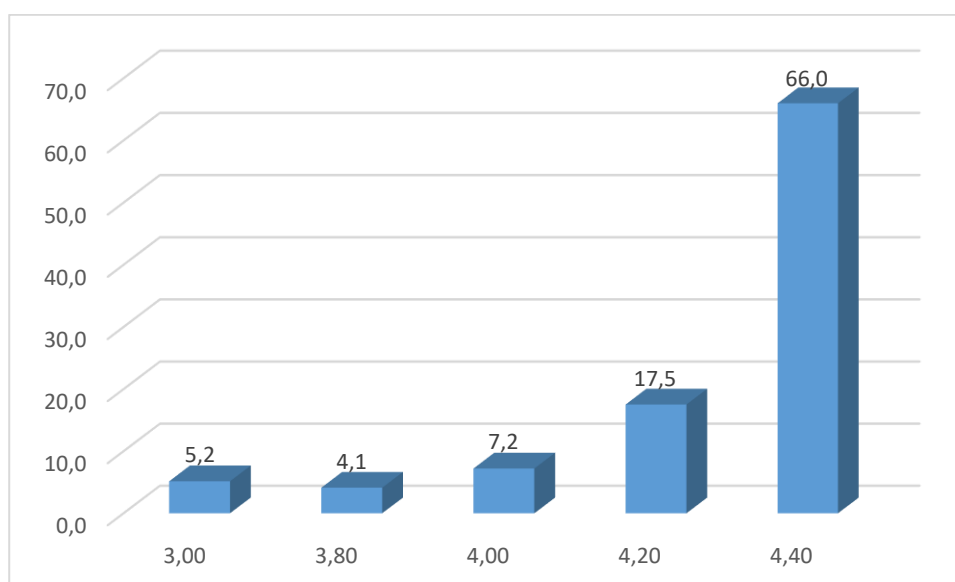


Figura 22. Comunicación interna. Fuente: Elaboración propia

5.5. Desempeño exportador

Con la finalidad de medir el desempeño exportador, en la presente investigación se ha tenido en consideración el indicador de crecimiento de las ventas y la rentabilidad promedio de los últimos tres años.

5.5.1. Crecimiento de las ventas

La figura 23, nos muestra que el desempeño exportador medido a través del crecimiento de la ventas, nos indica que 89,7% del total de la población considera que están han sido cercanas a ser sustancialmente altas, mientras que el 5,2% son sustancialmente más alto. En conclusión, el desarrollo de capacidades dinámicas, tanto de aprendizaje, marketing y redes han contribuido al desempeño exportador.

El Desempeño exportador de una empresa refleja su comportamiento específico en el aprovechamiento de sus recursos y capacidades en un contexto internacional en un determinado momento. Los resultados de exportación son considerados como uno de los indicadores clave del éxito de las operaciones de exportación de una empresa

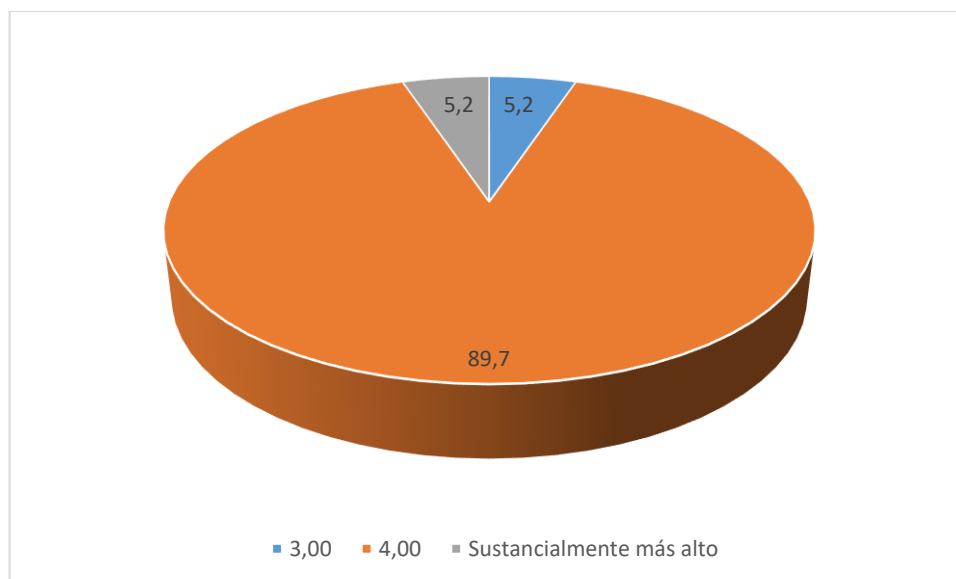


Figura 23. Crecimiento de ventas en el mercado internacional. Fuente: Elaboración propia

5.5.2. Rentabilidad promedio

La figura 24, nos muestra que la rentabilidad promedio de los últimos tres años de las empresas muestra un crecimiento importante, lo cual nos permite concluir que el desarrollo y aplicación de capacidades dinámicas por parte de las empresas agroexportadores ubicadas en el distrito de Tacna, reflejan un resultado positivo y favorable, las cuales le permiten un crecimiento sostenido en el largo plazo.

El desempeño exportador internacional se define como un constructo multidimensional que incorpora medidas tanto económicas como financieras, tales como las ventas, las utilidades, y la participación de mercado; así como dimensiones no económicas, como las medidas no financieras relacionadas con elementos tales como el producto, el mercado, y la experiencias, entre otras.

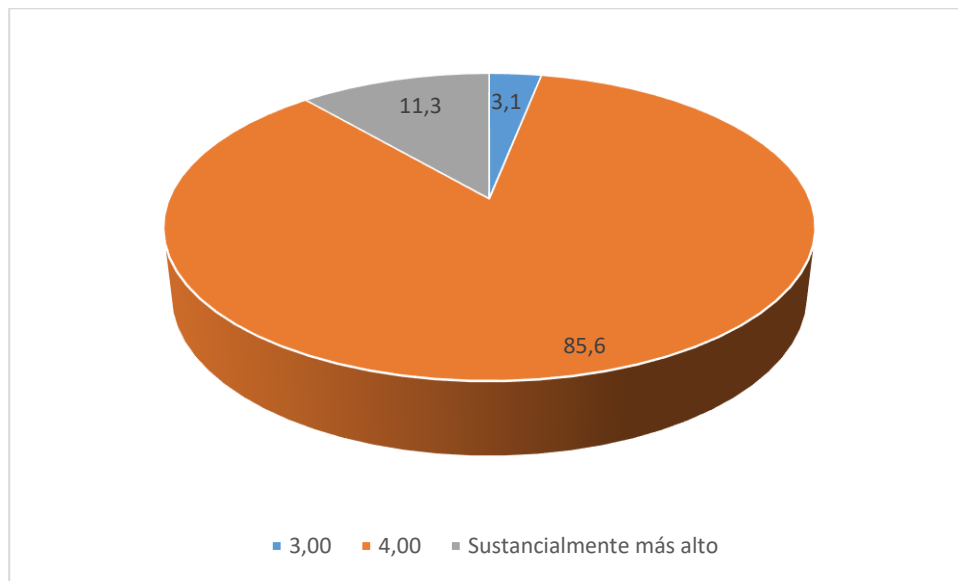


Figura 24. Rentabilidad promedio de los últimos tres años. Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas en el presente trabajo de investigación se utilizaron modelos de regresión lineal, dada la escala de intervalo (métrica) que se ha utilizado en el cuestionario (ver anexo). Así mismo, se ha calculado la prueba “t” de student a través de la cual se ha evaluado el nivel de significancia de cada una de las relaciones de variables utilizadas en el presente estudio.

5.1. Hipótesis General

Ho: “Las capacidades dinámicas no se relacionan con el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna”

H1: “Las capacidades dinámicas se relacionan con el desempeño exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna”

Tabla 3. Correlaciones

		CAP_DIN_ MARK	CAP_DIN_A PREND	CAP_DIN_R EDES	CVMI	RENTAB
CAP_DIN_MARK	Correlación de Pearson	1	,577**	,728**	,506	,486
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,003	,004
	N	97	97	97	97	97
CAP_DIN_APREN	Correlación de Pearson	,577**	1	,650**	,576	,224*
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,035	,027
	N	97	97	97	97	97
CAP_DIN_REDES	Correlación de Pearson	,728**	,650**	1	,258*	,358**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,011	,000
	N	97	97	97	97	97
CVMI	Correlación de Pearson	,506**	,576**	,258*	1	,000
	Sig. (bilateral)	,003	,035	,011		1,000
	N	97	97	97	97	97
RENTAB	Correlación de Pearson	,486**	,224*	,358**	,000	1
	Sig. (bilateral)	,004	,027	,000	1,000	
	N	97	97	97	97	97

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Se puede concluir que la variable capacidades dinámicas, influye directa y significativamente en el desempeño exportador medido a través de la rentabilidad de las empresas o el crecimiento de las ventas en el mercado internacional del distrito de Tacna, lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value en la matriz de correlación que se muestra en la tabla 3. Así mismo, se puede apreciar que tanto, las capacidades dinámicas de aprendizaje, marketing y redes, están asociadas con el desempeño exportador positivamente.

5.2. Hipótesis Específicas

5.2.1. Hipótesis específica de las capacidades dinámicas de aprendizaje y el desempeño agroexportador.

Ho: “El desarrollo de las capacidades dinámicas de aprendizaje no influye en el desempeño exportador”

H1: “El desarrollo de las capacidades dinámicas de aprendizaje influye significativamente en el desempeño agroexportador”

Se puede concluir que la variable capacidades dinámicas de aprendizaje, influye directa y significativamente en el desempeño exportador, medido a través de la variable de rentabilidad - RENT y el crecimiento de las ventas en el mercado internacional - CVMI, lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value y es menor de 0.05, a un nivel de confianza del 95%. Ver tabla 4 y 5.

Tabla 4. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error estándar			
1 (Constante)	6,031	,871		6,927	,000
CAP_DIN_APREND	2,468	,209	2,224	2,240	,027

a. Variable dependiente: RENTAB

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Tabla 5. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error estándar			
1 (Constante)	5,324	,761		6,993	,000
CAP_DIN_APREND	3,318	,183	3,176	2,741	,045

a. Variable dependiente: CVMI

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Regla de decisión

Si nivel de significancia es < 0.05 , entonces: Se rechaza la hipótesis

nula- H_0

Si "t" student es $> 1,96$ entonces: Se rechaza la hipótesis nula - H_0

5.2.2. Hipótesis específicas de las capacidades dinámicas de marketing y el desempeño exportador

Ho: “El desarrollo de las capacidades dinámicas de marketing no influyen en el desempeño exportador”

H1: “El desarrollo de las capacidades dinámicas de marketing influyen significativamente en el desempeño exportador”

Se puede concluir que la variable capacidades dinámicas de marketing, influyen directa y significativamente sobre el desempeño exportador, medido a través de la variable de rentabilidad - RENT y el crecimiento de las ventas en el mercado internacional – CVMI, lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value y es menor de 0.05, a un nivel de confianza del 95%. Ver tabla 5 y 6.

Tabla 5. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error estándar			
1 (Constante)	4,992	1,077		4,636	,000
CAP_DIN_MARK	3,211	1,249	3,086	2,845	,034

a. Variable dependiente: RENTAB

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Tabla 6. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error estándar			
1 (Constante)	3,038	,931		3,265	,002
CAP_DIN_MARK	,223	,215	,106	2,035	,030

a. Variable dependiente: CVMl

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Regla de decisión

Si nivel de significancia es < 0.05 , entonces: Se rechaza la hipótesis nula- H_0

Si “t” student es $> 1,96$ entonces: Se rechaza la hipótesis nula - H_0

5.2.3. Hipótesis específicas de las capacidades dinámicas de redes y el desempeño exportador

H_0 : “El desarrollo de las capacidades dinámicas de redes no influyen en el desempeño exportador”

H1: “El desarrollo de las capacidades dinámicas de redes influyen significativamente en el desempeño exportador”

Se puede concluir que la variable capacidades dinámicas de redes, influyen directa y significativamente sobre el desempeño exportador, medido a través de la variable de rentabilidad - RENT y el crecimiento de las ventas en el mercado internacional – CVMI, lo cual se demuestra a través del nivel de significancia de la prueba “t” student, la misma que es calculada a través del p-value y es menor de 0.05, a un nivel de confianza del 95%. Ver tabla 7 y 8.

Tabla 7. Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados Beta	t	Sig.
	B	Error estándar			
1 (Constante)	6,726	,709		9,483	,000
CAP_DIN_REDES	1,634	,170	1,358	3,732	,000

a. Variable dependiente: RENTAB

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

Regla de decisión

Si nivel de significancia es < 0.05 , entonces: Se rechaza la hipótesis nula- Ho

Si “t” student es $> 1,96$ entonces: Se rechaza la hipótesis nula - Ho

CONCLUSIONES

PRIMERA: En primer lugar se puede concluir que el desarrollo de capacidades dinámicas, tales como: de aprendizaje, de marketing y de redes están relacionadas con el desarrollo exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, medida esta última variable a través de la rentabilidad promedio de los últimos tres años, así como el crecimiento de la ventas, como consecuencia y aplicación de capacidades dinámicas.

SEGUNDA: El desarrollo y la aplicación de capacidades dinámicas de aprendizaje influyen directa y significativamente en el desarrollo exportador de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna. La Capacidad Dinámica de Aprendizaje refleja un conjunto de valores que influyen en la calidad y profundidad del proceso de aprendizaje de la organización, se trata de rutinas de des-aprendizaje y la habilidad de integrar la información que se genera internamente, la cual la administración puede aplicar para sus objetivos internacionales.

TERCERA: El desarrollo e implementación de capacidades dinámicas de marketing por parte de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, influyen directa y significativamente en el desarrollo exportador. Esta capacidad es el resultado de un proceso integrador diseñado para aplicar

el conocimiento colectivo, las habilidades y los recursos de la empresa a las necesidades relacionadas con el mercado, así como la capacidad de construir, integrar y reconfigurar las herramientas estratégicas de marketing con el objetivo de identificar y acceder efectivamente a los mercados internacionales y entregar valor a esos mercados

CUARTA: La estrategia de desarrollar y aplicar capacidades de redes por parte de las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, han contribuido directa y significativamente con su desarrollo exportador. Es decir, la capacidad de la empresa para desarrollar un conjunto de rutinas deliberadas dentro de sus redes, que tienen como resultado la generación de nuevas configuraciones de recursos y la capacidad de la empresa para integrar, reconfigurar, ganar y descartar combinaciones de recursos. Así mismo, la capacidad dinámica de redes es la que hace posible la construcción, definición, acceso, organización, intercambio y utilización de todos los activos del conocimiento en todas sus formas, a través de diferentes agentes formando una red para ayudar a crear, compartir y utilizar el conocimiento efectivo proveniente en los mercados

QUINTA: Las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna analizadas en la presente investigación cuentan con menos de 10 trabajadores, lo cual representan el 83,0% del total de la población, es decir, constituyen a la micro empresa. De otro lado, el 11,0% está compuesta por 10 a 15 empleados y finalmente el 4% de 16 a 25 empleados, estos últimos

representan a las MYPES. Esta composición empresarial, es el fiel reflejo del tamaño de las empresas exportadoras en general de nuestro país.

SEXTA: De la investigación se ha podido comprobar que las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, el 76,0% del total de las mismas solamente exporta a un país, el 15,0% entre dos a 3 países y finalmente el 8,0% entre 4 a 5 países. Esta información nos indica que los exportadores de la región no tienen un portafolio de países o mercados significativo que les permita minimizar sus riesgos ante una recesión o estancamiento de las economías a las cuales dirigen sus productos.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: En forma integral, las empresas agroexportadores ubicadas en el distrito de Tacna, deben desarrollar las tres capacidades dinámicas, es decir, de

aprendizaje, de marketing y finalmente de redes, las cuales en su conjunto le permitirán a alcanzar exitosamente los objetivos y metas que busquen alcanzar con éxito, debido a que hoy en día el mercado internacional es cada vez más dinámico y se mueve dentro de un concepto de incertidumbre.

SEGUNDA: Las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, deben continuar desarrollando y aplicando en sus empresas capacidades dinámicas de aprendizaje, lo cual les va a permitir mejorando sus resultados. Es decir tienen que valorar el aprendizaje, este aprendizaje está constituido por la visión compartida entre los miembros de la empresa, se refiere a la medida en que la firma tiene un enfoque organizacional entendido universalmente, que les da a los miembros de la organización un sentido de propósito y dirección, así mismo, una mentalidad abierta, la cual la lleva a utilizar el conocimiento para desafiar el estatus quo. En este aspecto, la mentalidad abierta está vinculada con la noción de desaprendizaje

TERCERA: Las empresas agroexportadores en estudio también deben continuar desarrollando e implementando dinámicas de marketing a fin de mejorar su desarrollo exportador en el tiempo, el mismo que contribuirá a capitalizar sus resultados. Esta capacidad de construir, integrar y reconfigurar las herramientas estratégicas de marketing con el objetivo de identificar y acceder efectivamente a los mercados internacionales y

entregar valor a esos mercados, contribuirá a mejorar su posicionamiento e imagen con el consecuente beneficios para las empresas.

CUARTA: Las capacidades de redes que vienen desarrollando las empresas agroexportadoras del distrito de Tacna, deben continuar ampliándose en todos los diferentes niveles de la organización, tanto interna como externamente, lo cual le permitirá mejorar continuamente sus habilidades con la finalidad de responder rápidamente a los cambios del ambiente. Desde una perspectiva relacional, también se señala que la comunicación interna es parte integral de la competencia colaborativa.

QUINTA: El gobierno a través del desarrollo de sus políticas públicas y las propias empresas tanto a nivel regional como nacional debe implementar estrategias, con la finalidad de poder ampliar sus mercados con el propósito de disminuir sus riesgos, los cuales se derivan del comportamiento de los mercados internacionales. La implementación de estas políticas les permitirá incrementar sus tamaños y dejar de ser en su mayor parte microempresas exportadoras, ya que al ser pequeñas denotan fragilidad en el mercado internacional.

SEXTA: Las empresas exportadoras de la región y el país deben aumentar su portafolio de países y por ende de mercados, ya que el exportar sus productos a un solo mercado, les incrementa el riesgo de dejar de

exportar, es decir, atender estos mercados en forma discontinua. Con la finalidad de cumplir este objetivo, tanto el gobierno, como ellas mismas, deben participar en ferias internacionales, realizar estudios de mercado u otros mecanismos que les permita contar con fuentes de información que en el medio plazo se materialicen en nuevos contratos de exportación a diferentes mercados internacionales.

Referencias Bibliográficas

- ABY, N. & SLATER, S. F. (1989): "Management influences on export performance: A review of the empirical literature 1978–1988". *International Marketing Review*.
- ARBAUGH, J.B.; COX, L.W. & CAMP, M. (2009): "Is entrepreneurial orientation a global construct? A multicountry study of entrepreneurial orientation, growth strategy, and performance". *Journal of Business Inquiry*.
- AKYOL, A. & AKEHURST, G. (2003): "An investigation of export performance variations related to corporate export market orientation". *European Business Review*.
- ALBAUM, G. & TSE, D.K. (2001): "Adaptation of International Marketing Strategy Components, Competitive Advantage, and Firm Performance: A Study of Hong Kong Exporters". *Journal of International Marketing: Winter 2001*.
- ALCHIAN, A.A. (1950): "Uncertainty, evolution, and economic theory". *The Journal of Political Economy*.
- ALEXANDROVA, M. (2004): "Entrepreneurship in a transition economy: The impact of environment on entrepreneurial orientation". *Problems & Perspectives in Management*.
- ALI, I.; REHMAN, K.U.; ALI, S.I; YOUSAF, J. & ZIA, M. (2010): "Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance". *African Journal of Business Management*.

- ALI, S.; PETERS, L.D.; HE, H. & LETTICE, F. (2010): "Market based organisational learning, dynamic, and substantive capabilities: an integrative framework". *Journal of Strategic Marketing*.
- ALINAGHIAN, L. S. (2012): "Operationalising dynamic capabilities: A supply network configuration approach". *DRUID Academy*, pp. 1-45. ALMEIDA, P.; DOKKO, G. & ROSENKOPF, L. (2003): "Start-up size and external learning: increasing opportunities and decreasing abilities?" *Research Policy*.
- AMBROSINI, V. & BOWMAN, C. (2009): "What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management?". *International Journal of Management Reviews*.
- AMBROSINI, V.; BOWMAN, C. & COLLIER, N. (2009): "Dynamic capabilities: An exploration of how firms renew their resource base". *British Journal of Management*.
- AMINE, L.S. & CAVUSGIL, S.T. (1986): "Export Marketing Strategies in the British Clothing Industry". *European Journal of Marketing*.
- ANAND, B. & KHANNA, T. (2000): "Do firms learn to create value? The case of alliances". *Strategic Management Journal*.
- ANDERSEN, J. (2010): "A critical examination of the EO-performance relationship". *Entrepreneurial behavior and Research*.

- ANDERSON, J.C. & NARUS, J.A. (1990): "A Model of Distributor Firm and Manufacturing Firm Working Partnership", *Journal of Marketing*.
- CALANTONE, R.; CAVUSGIL, T. & ZHAO, Y. (2002): "Learning orientation, firm innovation, and firm performance". *Industrial Marketing Management*.
- CALLAGHAN, C.W. & VENTER, R. (2011): "An investigation of the entrepreneurial orientation, context and entrepreneurial performance of inner-city Johannesburg street traders". *Southern African Business Review*.
- CANO, C.; CARRILLAT, F. & JARAMILLO, F. (2004): "A meta-analysis of the relationship between market orientation and business performance: Evidence from five continents", *International Journal of Research in Marketing*.
- CAPON, N.; FARLEY, J.U. & HOEING, S. (1990): "Determinants of financial performance: a metaanalysis". *Management Science*.
- CASILLAS, J.C.; MORENO, A.M. & BARBERO, J. L. (2010): "A configurational approach of the relationship between entrepreneurial orientation and growth of family firms". *Family Business Review*.
- CASILLAS, J.C.; MORENO, A.M.; ACEDO, F.J.; GALLEGO, M.A., & RAMOS, E. (2009): "An integrative model of the role of knowledge in the internationalization process". *Journal of World Business*.

- CASILLAS, J.C.; ACEDO, F.J. & BARBERO, J.L. (2010): "Learning, unlearning and internationalization: Evidence from the pre-export phase". *International Journal of Information Management*, 2010.
- HAYEK, F.A. (1945): "The use of knowledge in society". *The American economic review*,
- HAYES, R.H.; WHEELWRIGHT, S.C. & CLARK, K. (1988): *Dynamic Manufacturing*. The Free Press, New York.
- HAYES, R.H.; PISANO, G.P. & UPTON, D.M. (1996): *Strategic Operations: Competing through Capabilities (Text and Cases)*. The Free Press, New York, NY.
- HELFAT, C. E., & WINTER, S. G. (2011): "Untangling dynamic and operational capabilities: Strategy for the (N) ever-changing world". *Strategic Management Journal*, Vol. 32, n°11.
- HELFAT, C.; FINKELSTEIN, S.; MITCHELL, W.; PETERAF, M.; SINGH, H.; TEECE, D. & WINTER, S. G. (2007): *Dynamic capabilities: understanding strategic change in organizations*. Malden: Blackwell.
- HERHAUSEN, D. (2011): *Understanding Proactive Customer Orientation: Construct Development and Managerial Implications*, Springer Science & Business Media.

- HOU, J. & CHIEN, Y. (2010): “The effect of market knowledge management competence on business performance: a dynamic capabilities perspective”, *International Journal of Electronic Business Management*.
- HOU, J. (2008): “Toward a research model of market orientation & dynamic capabilities. Social Behavior and Personality”, *An International Journal*.
- HSU, C. & PEREIRA, A. (2008): “Internationalization and performance: The moderating effects of organizational learning”. *Omega*.
- THIRKELL, P.C. & DAU, R. (1998): “Export performance: success determinants for New Zealand manufacturing exporters”. *European Journal of Marketing*.
- TIDD, J.; PAVITT, K. & BESSANT, J. (2001): *Managing innovation*, Chichester: Wiley.
- TOBIN, D.D. (1993): *Re-educating the Corporation. Foundation for the Learning Organization*. Essex Junction, VT: Oliver Wright.
- TORRES-ORTEGA, R.; RIALP-CRIADO, A.; RIALP-CRIADO, J. & STOAIAN, M.C. (2015): “How to measure born-global firms’ orientation towards international markets?”. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*.
- TSAI, K.; CHOU, C. & KUO, J. (2008): “The curvilinear relationships between responsive and proactive market orientations and new product performance: A contingent link”. *Industrial Marketing Management*.

- VOOLA, R. & O'CASS, A. (2010): "Implementing competitive strategies: the role of responsive and proactive market orientations". *European Journal of Marketing*.
- WU, L. Y. (2007): "Entrepreneurial resources, dynamic capabilities and start-up performance of Taiwan's high-tech firms". *Journal of Business research*.
- WAKKEE, I. (2006): "Mapping network development of international new ventures with the use of company e-mails". *Journal of International Entrepreneurship*.
- WALES, W. J.; GUPTA, V. K. & MOUSA, F. T. (2011): "Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research". *International Small Business Journal*.
- WALKER, O.C. & RUEKERT, R.W. (1987): "Interactions between marketing and R&D departments in implementing different business strategies". *Strategic Management Journal*.
- WALTER, A.; AUER, M. & RITTER, T. (2006): "The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance". *Journal of Business Venturing*.

ANEXO
CUESTIONARIO

Señale su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a la **orientación al mercado** de su empresa utilizando una escala que va desde 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo):

Los objetivos de nuestra empresa están enfocados principalmente a la satisfacción del cliente	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

Monitoreamos constantemente nuestro nivel de compromiso en las necesidades de los clientes	1	2	3	4	5
Nuestra estrategia se basa en la comprensión de las necesidades de los clientes	1	2	3	4	5
Nuestras estrategias de negocios son conducidas por nuestras creencias acerca de cómo podemos crear mayor valor para los clientes	1	2	3	4	5
Medimos la satisfacción del cliente con frecuencia y de manera sistemática	1	2	3	4	5
Le otorgamos especial atención al servicio post-venta	1	2	3	4	5

Nuestro personal de ventas comparte información frecuentemente dentro de la empresa en relación a las estrategias de los competidores	1	2	3	4	5
Respondemos rápidamente a las acciones de los competidores	1	2	3	4	5
Nuestros directivos analizan regularmente las estrategias y fortalezas de nuestros competidores	1	2	3	4	5
Nos enfocamos a los clientes con los que tenemos una oportunidad de ventaja competitiva	1	2	3	4	5

Nuestros directivos visitan regularmente a nuestros clientes actuales y potenciales	1	2	3	4	5
Comunicamos abiertamente la información acerca de nuestras experiencias exitosas y no exitosas con los clientes a través de todas las funciones dentro de la empresa	1	2	3	4	5
Todas nuestras áreas funcionales están integradas para cumplir con las necesidades de nuestros mercados objetivo	1	2	3	4	5
Todos nuestros gerentes comprenden de qué manera cada uno puede contribuir a la creación de valor para el cliente	1	2	3	4	5
Compartimos los recursos a través de toda la empresa	1	2	3	4	5

Señale su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a la **orientación al aprendizaje** de su empresa utilizando una escala que va desde 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo):

Los gerentes están de acuerdo en que la habilidad de nuestra organización para aprender es la clave de nuestra ventaja competitiva	1	2	3	4	5
Los principales valores en nuestra organización incluyen al aprendizaje como elemento clave para la mejora	1	2	3	4	5

En nuestra empresa existe la creencia de que el aprendizaje de los empleados es una inversión, no un gasto	1	2	3	4	5
El aprendizaje en nuestra organización es visto como un elemento clave que es necesario para garantizar la supervivencia de la empresa	1	2	3	4	5

Existe un propósito común en toda nuestra empresa	1	2	3	4	5
Existe un total acuerdo sobre la visión de nuestra organización en todos los niveles, funciones y divisiones	1	2	3	4	5
Todos los empleados están comprometidos con las metas de nuestra organización	1	2	3	4	5
Los empleados se ven a sí mismos como socios para perfilar el rumbo de la empresa	1	2	3	4	5

No tenemos miedo a reflexionar críticamente los supuestos que hemos realizado de forma compartida sobre nuestros clientes	1	2	3	4	5
El personal de nuestra organización es consciente de que la forma en que se percibe el mercado debe cuestionarse continuamente	1	2	3	4	5
Como empresa, rara vez nos cuestionamos colectivamente nuestra forma de interpretar la información del cliente	1	2	3	4	5

Señale su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a la **capacidad de trabajo con socios internacionales** de su empresa utilizando una escala que va desde 1 (total desacuerdo) a 5 (total acuerdo):

Analizamos lo que nos gustaría y deseamos alcanzar con cada socio	1	2	3	4	5
Ajustamos el uso de recurso, (personal, finanzas) para cada relación con los socios	1	2	3	4	5
Nos informamos de las metas, capacidades y estrategias de nuestros socios	1	2	3	4	5
Evaluamos con anticipación los posibles socios para plantear la construcción de relaciones	1	2	3	4	5
Asignamos coordinadores quienes son responsables de la relación con nuestros socios	1	2	3	4	5
Discutimos regularmente con nuestros socios de qué manera podemos apoyarnos mutuamente en nuestros éxitos	1	2	3	4	5

Tenemos la habilidad para construir buenas relaciones personales con socios de negocios	1	2	3	4	5
Nos podemos poner en la posición de nuestros socios	1	2	3	4	5
Podemos negociar de manera flexible con nuestros socios	1	2	3	4	5
Casi siempre resolvemos de manera constructiva los problemas con nuestros socios	1	2	3	4	5

Conocemos los mercados de nuestros socios	1	2	3	4	5
Conocemos los productos/procesos/servicios de nuestros socios	1	2	3	4	5
Conocemos las fortalezas y debilidades de nuestros socios	1	2	3	4	5
Conocemos las capacidades y estrategias de nuestros competidores	1	2	3	4	5

En nuestra organización tenemos juntas regularmente para cada proyecto	1	2	3	4	5
En nuestra organización los empleados desarrollan contactos informales entre ellos	1	2	3	4	5
En nuestra organización la comunicación se realiza regularmente por medio de proyectos y áreas temáticas	1	2	3	4	5
En nuestra organización los gerentes y empleados dan retroalimentación sistemática entre sí	1	2	3	4	5
En nuestra organización la información es intercambiada regularmente de forma espontánea	1	2	3	4	5

En la escala de 1 (substancialmente más bajo) a 5 (substancialmente más alto) señale cómo ha sido el comportamiento de los siguientes indicadores:

El crecimiento de las ventas en el mercado internacional	1	2	3	4	5
El promedio de la rentabilidad en los últimos tres años	1	2	3	4	5

Datos Generales

1. Cargo del Entrevistado: Dueño Director Gerente Área Gerente de exportaciones Otro _____
2. Número de Empleados de tiempo completo _____ empleados
3. Porcentaje de Ventas de Exportación con respecto a las ventas totales
 Menos de 25% Entre 25% y 50% Entre 51% y 75% Más de 75%
4. Número de años entre la fundación de la empresa y su primera exportación
 Menos de 3 años Entre 3 y 6 años Entre 7 y 10 años Entre 11 y 15 años Más de 15 años
5. N° de años operando en mercado internacional _____ años
6. N° de países en donde opera la empresa _____ países
7. Mercados de Exportación: Norte América Centro América Suramérica Europa África Asia

ANEXO
MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de investigación: "Influencia de las capacidades dinámicas de la empresa en el desempeño exportador de las empresas exportadoras del distrito de Tacna, año 2016"

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo las capacidades dinámicas influyen en el desempeño exportador de las empresas exportadoras del distrito de Tacna?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar cómo las capacidades dinámicas influyen en el desempeño exportador de las empresas exportadoras del distrito de Tacna.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Las capacidades dinámicas influyen en el desempeño exportador de las empresas exportadoras del distrito de Tacna.</p>	<p>V.I. Capacidades dinámicas de aprendizaje</p> <p>Capacidades dinámicas de marketing</p> <p>Capacidades dinámicas de redes</p>	<p>Compromiso de aprender</p> <p>Visión compartida</p> <p>Mentalidad abierta</p> <p>Orientación a los clientes</p> <p>Orientación al competidor</p> <p>Coordinación interfuncional</p> <p>Coordinación</p> <p>Habilidades de relacionarse</p> <p>Conocimiento de socios</p> <p>Comunicación interna</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>1. ¿Cómo influye la capacidad dinámica de aprendizaje en el desempeño exportador?</p> <p>2. ¿Cómo influye la capacidad dinámica de marketing en el desempeño exportador?</p> <p>3. ¿Cómo influye la capacidad dinámica de redes en el desempeño exportador?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>1. Determinar cómo influye la capacidad dinámica de aprendizaje en el desempeño exportador.</p> <p>2. Determinar cómo influye la capacidad dinámica de marketing en el desempeño exportador.</p> <p>3. Analizar cómo influye la capacidad dinámica de redes en el desempeño exportador.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>1. El desarrollo de capacidades dinámicas de aprendizaje influyen significativamente en el desempeño exportador</p> <p>2. El desarrollo de capacidades dinámicas de marketing influyen significativamente en el desempeño exportador</p> <p>3. El desarrollo de capacidades dinámicas de redes influyen significativamente en el desempeño exportador</p>	<p>V.D. Desempeño exportador</p>	<p>Rentabilidad promedio</p> <p>Crecimiento de las ventas internacionales</p>
Método y Diseño		Población y Muestra		Técnicas e Instrumentos
<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Investigación aplicada</p>	<p>Investigación aplicada</p>	<p>Población:</p> <p>La población de 97 exportadores de sector agroindustrial del distrito de Tacna.</p>	<p>Método: Descriptivo, correlacional y causal</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Tratamiento estadístico:</p> <p>Análisis correlacional, regresión, prueba t "student"</p>
<p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva, correlacional y causal</p>	<p>Descriptiva, correlacional y causal</p>			
<p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental, de corte transversal</p>	<p>No experimental, de corte transversal</p>			

Fuente: Elaboración propia

Matriz de correlaciones

Correlaciones

		CAP_DIN_ MARK	CAP_DIN_A PREND	CAP_DIN_R EDES	CVMI	RENTAB
CAP_DIN_MARK	Correlación de Pearson	1	,577**	,728**	,506	,486
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,003	,004
	N	97	97	97	97	97
CAP_DIN_APREN	Correlación de Pearson	,577**	1	,650**	,576	,224*
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,035	,027
	N	97	97	97	97	97
CAP_DIN_REDES	Correlación de Pearson	,728**	,650**	1	,258*	,358**
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,011	,000
	N	97	97	97	97	97
CVMI	Correlación de Pearson	,506**	,576**	,258*	1	,000
	Sig. (bilateral)	,003	,035	,011		1,000
	N	97	97	97	97	97
RENTAB	Correlación de Pearson	,486**	,224*	,358**	,000	1
	Sig. (bilateral)	,004	,027	,000	1,000	
	N	97	97	97	97	97

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

PRIMER MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,524 ^a	,450	,440	,36521

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_APREND

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,669	1	,669	5,018	,027 ^b
	Residuo	12,671	95	,133		
	Total	13,340	96			

a. Variable dependiente: RENTAB

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_APREND

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	6,031	,871		6,927	,000
	CAP_DIN_APREND	2,468	,209	2,224	2,240	,027

a. Variable dependiente: RENTAB

SEGUNDO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,586 ^a	,507	,403	,37333

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_MARK

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,100	1	,100	5,715	,040 ^b
	Residuo	13,241	95	,139		
	Total	13,340	96			

a. Variable dependiente: RENTAB

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_MARK

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	4,992	1,077		4,636	,000
	CAP_DIN_MARK	3,211	1,249	3,086	2,845	,034

a. Variable dependiente: RENTAB

TERCER MODELO**Resumen del modelo**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,558 ^a	4,128	3,119	,34996

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1,706	1	1,706	13,927	,000 ^b
	Residuo	11,635	95	,122		
	Total	13,340	96			

a. Variable dependiente: RENTAB

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	6,726	,709		9,483	,000
	CAP_DIN_REDES	1,634	,170	1,358	3,732	,000

a. Variable dependiente: RENTAB

CUARTO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,576 ^a	,531	,421	,31939

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_APREND

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,309	1	,309	5,030	,035 ^b
	Residuo	9,691	95	,102		
	Total	10,000	96			

a. Variable dependiente: CVMI

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_APREND

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	5,324	,761		6,993	,000
	CAP_DIN_APREND	3,318	,183	3,176	2,741	,045

a. Variable dependiente: CVMI

QUINTO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,506 ^a	,411	,401	,32263

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_MARK

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,111	1	,111	5,071	,020 ^b
	Residuo	9,889	95	,104		
	Total	10,000	96			

a. Variable dependiente: CVMI

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_MARK

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	3,038	,931		3,265	,002
	CAP_DIN_MARK	,223	,215	,106	2,035	,030

a. Variable dependiente: CVMI

SEXTO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,558 ^a	,467	,357	,31344

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	,667	1	,667	6,788	,011 ^b
	Residuo	9,333	95	,098		
	Total	10,000	96			

a. Variable dependiente: CVMI

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	5,653	,635		8,898	,000
	CAP_DIN_REDES	2,396	,152	2,258	2,605	,011

a. Variable dependiente: CVMI

SEPTIMO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,510 ^a	,260	,236	,28209

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES, CAP_DIN_APREND, CAP_DIN_MARK

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,600	3	,867	10,890	,000 ^b
	Residuo	7,400	93	,080		
	Total	10,000	96			

a. Variable dependiente: CVMI

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES, CAP_DIN_APREND, CAP_DIN_MARK

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	3,182	,863		3,688	,000
	CAP_DIN_APREND	1,238	,217	1,132	2,098	,027
	CAP_DIN_MARK	1,382	,281	,655	4,927	,000
	CAP_DIN_REDES	2,996	,219	1,650	4,550	,000

a. Variable dependiente: CVMI

OCTAVO MODELO

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,440 ^a	,194	,168	,34002

a. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES, CAP_DIN_APREND, CAP_DIN_MARK

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,588	3	,863	7,462	,000 ^b
	Residuo	10,752	93	,116		
	Total	13,340	96			

a. Variable dependiente: RENTAB

b. Predictores: (Constante), CAP_DIN_REDES, CAP_DIN_APREND, CAP_DIN_MARK

Coeficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	4,970	1,040		4,778	,000
	CAP_DIN_APREND	2,113	,261	2,054	3,434	,005
	CAP_DIN_MARK	,933	,338	,383	2,760	,007
	CAP_DIN_REDES	1,065	,264	,601	4,035	,000

a. Variable dependiente: RENTAB