



ESCUELA DE POSGRADO

“LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LA CULTURA INNOVADORA EN LAS PYMES EXPORTADORAS DE JUGO DE FRUTA DE LIMA METROPOLITANA EN EL PERIODO DEL 2015 AL 2017”

Tesis para optar el grado **MAGÍSTER** en:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autores:

Lic. Verónica Mercedes Ibañez Alvarado

Asesor:

Dr. Jorge Alberto Beltrán Pacheco

Lima – Perú

2018

RESUMEN

En el entorno actual, la generación de valor agregado se hace una prioridad, a través de actividades que permitan satisfacer las necesidades del mercado y mejorar la competitividad en una organización. En este contexto la estrategia de innovación se convierte en una herramienta innegable de generación de valor agregado a nivel empresarial. La exportación de jugos de frutas es una actividad productiva y generadora de valor agregado, sin embargo, presenta una participación en el mercado internacional que asciende a 1.269% de las exportaciones mundiales de jugo de frutas. Por tal razón el objetivo de la presente investigación es determinar la influencia de la estrategia de innovación en el desarrollo de la cultura innovadora en las pymes exportadoras de jugo de frutas de Lima Metropolitana en el periodo del 2015 al 2017.

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño de corte transversal, descriptivo, correlacional, no experimental. Al realizar el estudio se usó la técnica del cuestionario estructurado tipo encuesta aplicado a las pymes exportadoras de jugo de frutas de Lima Metropolitana; el análisis documental tales como información teórica, información académica y bases de datos; herramientas de análisis como tasas de crecimiento, proporciones, promedios simples, promedios ponderados, frecuencias y herramientas técnicas de aplicación estadística.

Como resultado de la investigación se encuentra que el despliegue de la estrategia de innovación contribuye en mayor medida al desarrollo de la cultura innovadora en las pymes exportadoras de jugo de frutas de Lima Metropolitana y mantener estrategias planificadas y estructuradas en materia de innovación, posibilita una ejecución estratégica orientada a la obtención de los objetivos estratégicos planteados por las empresas, fortaleciendo una cultura innovadora que potencie el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles.

Palabras Clave: Estrategia de Innovación, Cultura Innovadora, Cultura Organizacional, Innovación, Planeación Estratégica, Planeamiento Estratégico, Exportación de Jugo de Fruta.

ABSTRACT

Currently, the generation of added value becomes a priority, through activities that meet market needs and improve competitiveness in an organization. In this context, the innovation strategy becomes an undeniable tool for the generation of added value at the business level. The export of fruit juices is a productive and generating activity of added value, however, it has a participation in the international market amounting to 1,269% of world exports of fruit juice. For this reason, the objective of the present investigation is to determine the influence of the innovation strategy in the development of the innovative culture in pymes exporting fruit juice from Metropolitan Lima in the period from 2015 to 2017.

The present investigation has a quantitative approach, with a cross-sectional, descriptive, correlational, non-experimental design. When the study was carried out, the technique of the structured survey questionnaire applied to pymes exporting fruit juice from Metropolitan Lima was used; documentary analysis such as theoretical information, academic information and databases; analysis tools such as growth rates, proportions, simple averages, weighted averages, frequencies and technical tools for statistical application.

As a result of the research it is found that the deployment of the innovation strategy contributes to a greater extent to the development of the innovative culture in pymes exporting fruit juice from Metropolitan Lima and maintaining planned and structured strategies in terms of innovation, allows for an execution strategic oriented to obtain the strategic objectives proposed by the companies, strengthening an innovative culture that promotes the development of sustainable competitive advantages.

Keywords: Innovation Strategy, Innovative Culture, Organizational Culture, Innovation, Strategic Planning, Fruit Juice Exportation.

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	10
I.1. Realidad problemática	10
I.2. Pregunta de Investigación	12
I.2.1. Preguntas Generales	12
I.2.2. Preguntas Secundarias	12
I.3. Objetivos de la Investigación	13
I.3.1. General	13
I.3.2. Específicos	13
I.4. Justificación de la Investigación	13
I.5. Alcance de la Investigación.....	15
II. MARCO TEÓRICO	16
II.1. Antecedentes del Problema	16
II.2. Bases Teóricas	28
II.2.1. La Innovación.....	28
II.2.2. Planeación Estratégica.....	38
II.2.3. La Cultura Innovadora	40
II.2.4. Ventajas Competitivas en Perú.....	43
II.2.5. Exportaciones de Jugo de Frutas en Perú	47
II.3. Marco Conceptual	50
II.3.1. Innovación	50
II.3.2. Cultura de innovación	50
II.3.3. Ventajas Competitivas.....	51
II.3.4. Cultura Organizacional	52
II.3.5. Estrategia.....	53
II.3.6. Cadena de Valor.....	54
II.3.7. Planeación Estratégica.....	54
III. HIPÓTESIS	55
III.1. Declaración de Hipótesis General	55
III.2. Declaración de Hipótesis Específicas	55
III.3. Operacionalización de Variables.....	56

IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS	58
IV.1. Método de investigación	58
IV.2. Tipo de estudio	58
IV.3. Unidad de análisis.....	58
IV.4. Población de estudio	59
IV.5. Tamaño y Selección de Muestra	60
IV.6. Técnicas de Recolección de datos.....	60
IV.7. Instrumentos para recoger la información.....	61
IV.7.1. Parámetros del Instrumento.....	61
IV.7.2. Indicadores para Medir la Estrategia de Innovación	63
IV.7.3. Indicadores para Medir la Cultura Innovadora	64
IV.8. Matriz de Consistencia	66
V. RESULTADOS	67
V.1. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados	67
V.1.1. Planeación de la Estrategia de Innovación.....	67
V.1.2. Despliegue de la Estrategia de Innovación	73
V.1.3. Cultura de Innovación	79
V.1.4. Interpretación y Discusión de Resultados.....	85
V.1.5. Verificación de Hipótesis.	94
V.2. Presentación de Resultados.....	101
V.2.1. Influencia entre la Planeación y el Despliegue de la Estrategia de Innovación en las Pymes Exportadoras de Jugo de Frutas de Lima Metropolitana	101
V.2.2. Influencia Entre la Planeación de la Estrategia de Innovación y la Cultura Innovadora en las Pymes Exportadoras de Jugo de Frutas de Lima Metropolitana .	105
V.2.3. Influencia Entre el Despliegue de la Estrategia de Innovación y la Cultura Innovadora en las Pymes Exportadoras de Jugo de Frutas de Lima Metropolitana .	108
V.3. Aporte de la Investigación.....	111
VI. CONCLUSIONES	115
VII. RECOMENDACIONES	119
Lista de referencias.....	122
Anexos	127

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Síntesis en los enfoques de innovación.....	29
Tabla 2. Síntesis en la Tipología de la innovación	31
Tabla 3. Recursos por región y mayores niveles de pobreza	44
Tabla 4. Exportaciones de Jugos en Perú (FOB US\$).....	48
Tabla 5. Exportaciones de Jugos en Lima Metropolitana (FOB US\$)	48
Tabla 6 Mercados Potenciales en la Exportación de Jugos de Fruta.	49
Tabla 7. Variables Independientes.....	56
Tabla 8. Variables Dependientes.....	57
Tabla 9. Variables Intervinientes.....	57
Tabla 10. Pymes exportadoras de jugo de fruta de Lima.....	59
Tabla 11. Adaptacion del Instrumento Considerando el Criterio de Jueces	62
Tabla 12. Indicadores de Medición de Planeación de la Estrategia de Innovación	63
Tabla 13. Indicadores de Medición de Despliegue de la Estrategia de Innovación	64
Tabla 14. Indicadores de Medición de Cultura de innovación.....	65
Tabla 15. Cuadro Estadístico del Enunciado 1 de PEI.....	67
Tabla 16. Cuadro Estadístico del Enunciado 2 de PEI.....	69
Tabla 17. Cuadro Estadístico del Enunciado 3 de PEI.....	70
Tabla 18. Cuadro Estadístico del Enunciado 4 de PEI.....	72
Tabla 19. Cuadro Estadístico del Enunciado 5 de DEI	73
Tabla 20. Cuadro Estadístico del Enunciado 6 de DEI	75
Tabla 21. Cuadro Estadístico del Enunciado 7 de DEI	76
Tabla 22. Cuadro Estadístico del Enunciado 8 de DEI	78
Tabla 23. Cuadro Estadístico del Enunciado 9 de CDI	79
Tabla 24. Cuadro Estadístico del Enunciado 10 de CDI.....	81
Tabla 25. Cuadro Estadístico del Enunciado 11 de CDI	82
Tabla 26. Cuadro Estadístico del Enunciado 12 de CDI	84
Tabla 27. Cuadro Estadístico, Planeación de la Estrategia de Innovación	85
Tabla 28. Cuadro Estadístico, Despliegue de la Estrategia de Innovación	87
Tabla 29. Resumen de Resultados Según Dimensiones.....	89
Tabla 30. Cuadro Estadístico, Cultura de Innovación.....	92
Tabla 31. Varianza total explicada de Resultados	95
Tabla 32. Estructura Factorial Según Indicadores.....	96
Tabla 33. Hipótesis y Resultados.....	100

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Elementos de una región que influyen en la innovación	33
Ilustración 2; Modelo Innovación; Pedroza & Ortiz	34
Ilustración 3. Actuación de la Universidad en el ciclo continuo de innovación	35
Ilustración 4, Desarrollo de la Innovación y los Recursos del Entorno	38
Ilustración 5. Programa Nacional de Promoción de Biocomercio en Perú	46
Ilustración 6. Frecuencia Relativa del Enunciado 1 de PEI	68
Ilustración 7. Frecuencia Relativa del Enunciado 2 de PEI	69
Ilustración 8. Frecuencia Relativa del Enunciado 3 de PEI	71
Ilustración 9. Frecuencia Relativa del Enunciado 4 de PEI	72
Ilustración 10. Frecuencia Relativa del Enunciado 5 de DEI	74
Ilustración 11. Frecuencia Relativa del Enunciado 6 de DEI	75
Ilustración 12. Frecuencia Relativa del Enunciado 7 de DEI	77
Ilustración 13. Frecuencia Relativa del Enunciado 8 de DEI	78
Ilustración 14. Frecuencia Relativa del Enunciado 9 de CDI	80
Ilustración 15. Frecuencia Relativa del Enunciado 10 de CDI	81
Ilustración 16. Frecuencia Relativa del Enunciado 11 de CDI	83
Ilustración 17. Frecuencia Relativa del Enunciado 12 de CDI	84
<i>Ilustración 18. Frecuencia Relativa Planeación de la Estrategia de Innovación</i>	<i>86</i>
Ilustración 19. Frecuencia Relativa, Despliegue de la Estrategia de Innovación	87
Ilustración 20. Gráfico de Resumen de Resultados Según Dimensiones	90
Ilustración 21. Frecuencia Relativa, Cultura de Innovación	92
Ilustración 22. Importancia de la Estrategia de Innovación	101
Ilustración 23. Desarrollo del Planeamiento Estratégico	102
Ilustración 24. Indicadores más Significativos de PEI y CDI	106
Ilustración 25. Indicadores más Significativos de DEI y CDI	109
Ilustración 26. Modelo de Innovación como Herramienta Estratégica	111

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

Lista de referencias

- Acosta Guzmán, J. A. (27 de 08 de 2015). *La Innovación Empresarial y la Cultura Organizacional*. Obtenido de 3C Empresa (Edición núm. 23) Vol.4 – Nº 3:
file:///C:/Users/Omar/Downloads/Dialnet-
LaInnovacionEmpresarialYLaCulturaOrganizacional-5165298.pdf
- Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería . (octubre de 2012). *Conceptos Sobre Innovación*. Obtenido de Plan estratégico 2013 -2020:
http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf
- Banco Central de Reserva del Perú. (Junio de 2016). *REPORTE DE INFLACIÓN*. Obtenido de Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2016-2018:
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2016/junio/reporte-de-inflacion-junio-2016.pdf>
- Banco Mundial. (05 de Agosto de 2016). *Perú panorama general*. Obtenido de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Banco Mundial. (05 de octubre de 2017). *Perú Panorama general*. Obtenido de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>
- Barrientos, F. P. (2014). EL DESAFÍO DE LA MARCA PAÍS Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES. *Revista de Investigación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Ciencias Contables*, Nº 1 Pag. 159-174. Obtenido de EL DESAFÍO DE LA MARCA PAÍS Y EL COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES.
- Canós, D. L., Pons, M. C., & Santandreu, M. C. (15 de julio de 2015). *Estrategias de innovación*. Obtenido de Repositorio de Universitat Politècnica de València: <https://riunet.upv.es/handle/10251/53255>
- Catellano Zhañay, L. L. (08 de 2018). *Plan estratégico y crecimiento empresarial de la empresa agrícola Santo Domingo "Cevacos" en la ciudad de Santo Domingo, 2017*. Obtenido de Proyecto de investigación del Repositorio Institucional de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes - Ecuador:
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/8914>
- Contreras, S. E. (pg. 152-181 de Pensamiento & gestión, 35. Universidad del Norte de 2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc - Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal:
<http://www.redalyc.org/html/646/64629832007/>

Da la Fuente, F. S. (2011). *Análisis Factorial*. Obtenido de Universidad Autónoma de Madrid:
[http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/FAC
TORIAL/analisis-factorial.pdf](http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/MULTIVARIANTE/FAC
TORIAL/analisis-factorial.pdf)

David, F. (2013). *Conceptos de Administración estratégica*. Mexico: Pearson Educación.

Diario Gestión. (29 de Octubre de 2016). PBI de América Latina caerá entre 0.5 y 1% en el
2016, proyectan OCDE, Cepal y CAF. págs. [http://gestion.pe/economia/pbi-america-
latina-caera-entre-05-y-1-2016-proyectan-ocde-cepal-y-caf-2173551](http://gestion.pe/economia/pbi-america-
latina-caera-entre-05-y-1-2016-proyectan-ocde-cepal-y-caf-2173551).

Doryan Sánchez Pratt de Paula Gutiérrez Garnier Monge Marshall, E. J. (1999).
*Competitividad y Prosperidad Económica Sostenible: Avances Conceptuales y
Orientaciones Estratégicas*. Obtenido de INCAE Business School:
<http://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen001nuevo.pdf>

Dutrénit, G. (Economiaz N.º 89, 1.º semestre, 2016 de 2016). *Innovación, recursos naturales
y manufactura avanzada: nuevos dilemas de la industrialización en América Latina*.
Obtenido de researchgate.net, Universidad Autónoma Metropolitana. México:
[https://www.researchgate.net/publication/303615701_Innovacion_recursos_natur
ales_y_manufactura_avanzada_nuevos_dilemas_de_la_industrializacion_en_Ameri
ca_Latina](https://www.researchgate.net/publication/303615701_Innovacion_recursos_natur
ales_y_manufactura_avanzada_nuevos_dilemas_de_la_industrializacion_en_Ameri
ca_Latina)

Ferrer, J. (2005). Competitividad Sistémica. Niveles analíticos para el fortalecimiento de
sectores de actividad económica. *Revista de Ciencias Sociales, Universidad del Zulia*,
vol. XI, núm. 1, abril, 2005 pp. 149-166. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales.

Garzón & Ibarra, M. A. (2013). Innovación empresarial, difusión, definiciones y tipología.
Una revisión de literatura. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 11, Núm. 1, pp. 45-
60.

Granda Sanmartin, M. A. (2018). *Plan estratégico y crecimiento empresarial de la empresa
agrícola Santo Domingo*. Obtenido de Universidad Regional Autónoma de los Andes
- Ecuador:
[http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8914/1/PIUSDADM060-
2018.pdf](http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8914/1/PIUSDADM060-
2018.pdf)

Guadix & Carrillo & Onieva, J. J. (ISSN 0422-2784, Nº 392, págs. 41-48 de 2014). *Creación de
valor a través de la innovación en el sector industrial*. Obtenido de Fundación
Dialnet, Universidad de Sevilla:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4754752>,
[https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/34232/Creacion%20de%20valor%
20a%20traves%20de%20la%20innovacion%20en%20el%20sector%20industrial.pdf;
sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/34232/Creacion%20de%20valor%
20a%20traves%20de%20la%20innovacion%20en%20el%20sector%20industrial.pdf;
sequence=1)

Instituto Tecnológico de Sonora . (2007). *VENTAJA COMPETITIVA* . Obtenido de México:
<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf>

- Lombana Silvia, J. G. (Enero - junio de 2009). *Revista científica Pensamiento y Gestión*.
Obtenido de Universidad del Norte:
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/issue/archive>
- Martínez & Soto, R. E. (núm. 37, pp. 35-64 de 2012). *El Consenso de Washington: la
instauración de las políticas neoliberales en América Latina*. Obtenido de SciELO -
Scientific Electronic Library Online de la Universidad Nacional Autónoma de México,
Dirección General de Bibliotecas:
<http://www.scielo.org.mx/pdf/polcul/n37/n37a3.pdf>
- Moori, V., Milesi, D., Robert, V., & Yoguel, G. (2007). *Revista científica Dialnet - Comisión
Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL*. Obtenido de Desarrollo de
ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2391387>
- Naranjo & Calderón, J. G. (Colombia de 2015). *Construyendo una cultura de innovación. Una
propuesta de transformación cultural*. Obtenido de Universidad Icesi. Publicado por
Elsevier España, S.L.U.:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592315000054>
- Peceros, G. K. (2016). *Biocomercio en el Perú: Desarrollo de oferta exportable de productos,
con valor agregado, derivados de la biodiversidad nativa*. Lima - Perú: Tesis de la
Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Escuela de Administración de Negocios
Internacionales .
- Pedroza & Ortiz, Á. &. (J .Technol. Manag. Innov. Volume 3, Issue 3, págs: 112-122 de 2008).
Gestión estratégica de la tecnología en el desarrollo de nuevos productos. Obtenido
de SciELO - Scientific Electronic Library Online, Instituto Tecnológico y de Estudios
Superiores de Occidente:
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242008000100011
- Pedroza, Z. A., & Ortiz, C. S. (2008). *J .Technol. Manag. Innov. 2008, Volume 3, Issue 3, págs:
112-122*. Obtenido de Gestión Estratégica de la Tecnología en el Predesarrollo de
Nuevos Productos del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente
(ITESO): [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-
27242008000100011](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242008000100011)
- Peiró, R. (2017). *Economipedia*. Obtenido de
<http://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Pérez, E., & Medrano, L. (2010). *Análisis Factorial Exploratorio: Bases Conceptuales y
Metodológicas*. Obtenido de Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento,
Vol. 2, N°1, 58-66: <http://www.redalyc.org/html/3334/333427068006/>
- PROMPERÚ. (diciembre de 2014). *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el
Turismo* . Obtenido de BIOCOMERCIO: modelo de negocio sostenible:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/166661321rad78925.pdf>

- Prompex. (2006). *Prompex - Promperú*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación:
<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A7F16DA0-F000-40E3-AC1D-370ED98A6D84.PDF>
- Real Academia Española. (11 de 08 de 2017). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=TJU33rS>
- Ricaldi, H. R. (2003). *Repositorio de Tesis de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de Cybertesis:
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2720/1/Ricaldi_hr.pdf
- Riquelme, M. (2014). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Rueda & Rodenes, G. M. (30 de 08 de 2010). *Hacia una cultura innovadora en las empresas*. Obtenido de Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Politécnica de Valencia, ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/267213263_HACIA_UNA_CULTURA_INNOVADORA_EN_LAS_EMPRESAS
- Sanguinetti, D. P. (2009). *Tesis grado magíster; Comercio Internacional y crecimiento económico en Chile, Periodo 1860-2000*. Obtenido de Facultad de Economía de la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE.
- Silva, Iván; Macías, Harold & Santamaría-Freire, Edwin. (25 de 07 de 2018). *La Dirección Estratégica Como Mecanismo De Mejoramiento De La Gestión Administrativa, Caso Conlac-T De La Provincia De Tungurahua*. Obtenido de SSRN - plataforma de investigación: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3207658
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior - SIICEX. (2017). *El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior - SIICEX*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfic haproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%206913900000%20&pnomproducto=%20LAS%20DEMÁS%20ESTATUILLAS%20Y%20DEMÁS%20ARTÍCULOS%20PARA%20ADORNOS%20DE%20CERAMICA
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior – SIICEX. (06 de 08 de 2018). *PARTIDAS ARANCELARIAS DEL PRODUCTO, EXPORTADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT. (4 de 2018). *Estadísticas y estudios*. Obtenido de Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT):
http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/busqueda_comercio_exterior.html

- Torres Hernandez, Z. (2014). *Administración Estratégica*. México: Grupo Editorial Patria.
- Trade Map. (2017). *Trade Map*. Recuperado el 01 de 04 de 2017, de Estadísticas Comerciales para el desarrollo de los negocios internacionales:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1||||691390|||6|1|1|2|2|1|2|1|1
- Trade Map. (06 de 08 de 2018). *Lista de los importadores para el producto seleccionado*. Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||2009|||4|1|1|1|2|1|2|1
- Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. (05 de Febrero de 2015). *Territorios y Estrategia Competitiva*. Obtenido de ConectaDEL. Programa Regional de Formación para el Desarrollo Económico Local con Inclusión Social en América Latina y El Caribe: http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2015/08/5-Territorios-y-Estrategia-Competitiva-_05_02_15.pdf
- Universidad ESAN. (agosto de 2016). *Conexión Esan*. Obtenido de El proceso de construcción de la cultura organizacional: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/el-proceso-de-construccion-de-la-cultura-organizacional/>
- Universidad Nacional Agraria la Molina. (06 de 02 de 2018). *Instituto de Desarrollo Agroindustrial – INDDA*, . Obtenido de <http://www.lamolina.edu.pe/Indda/pre.html>
- Uzcátegui, Solano & Aguilar. (2016). *Validez y confiabilidad de un cuestionario para medición de la influencia del liderazgo, estrategia y entorno en la competitividad empresarial de la Pyme ecuatoriana*. Obtenido de Universidad Metropolitana Técnica Particular de Loja, Repositorio MPRA : <https://mpr.a.ub.uni-muenchen.de/75217/>
- Zartha, Rubiano, Estrada, Guarnizo, Días & Gómez. (2015). *Capacidades de innovación. Medición de capacidades de innovación en 460 empresas de Quindío – Colombia*. Obtenido de Revista Científica Espacios:
<http://www.revistaespacios.com/a16v37n10/16371002.html>