



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE LA COMUNICACIÓN**

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS:**

Identificación de las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el periodo 2021 y 2022.

**Autor:**

Ida Emperatriz Picha Huahuacondori

**Asesor:**

Mg. Jorge Renato Escobedo Pajuelo

**Para la obtención del Título Profesional de:**

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

**AREQUIPA – PERÚ**

**2024**

# Identificación de las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el periodo 2021 y 2022

## INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://cdn.www.gob.pe">cdn.www.gob.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="http://tconline.feevale.br">tconline.feevale.br</a> Fuente de Internet	2%
4	<a href="http://repositorio.ulasalle.edu.pe">repositorio.ulasalle.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://theibfr.com">theibfr.com</a> Fuente de Internet	1%

9	<a href="https://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
10	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
11	<a href="https://doi.org">doi.org</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="https://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="https://tesis.ipn.mx">tesis.ipn.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="https://tesis.ucsm.edu.pe">tesis.ucsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="https://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="https://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="https://agenda2022.pe">agenda2022.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="https://repositorio.cepal.org">repositorio.cepal.org</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="https://cathi.uacj.mx">cathi.uacj.mx</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://repositorio.ulp.edu.pe">repositorio.ulp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://vdocuments.net">vdocuments.net</a> Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
25	<a href="http://repositorio.upt.edu.pe">repositorio.upt.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://dspace.utb.edu.ec">dspace.utb.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://www.scielo.org.mx">www.scielo.org.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://www.theibfr.com">www.theibfr.com</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://ri.ues.edu.sv">ri.ues.edu.sv</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://repositorio.unprg.edu.pe">repositorio.unprg.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

33

Submitted to Infile

Trabajo del estudiante

<1 %

34

rpye.es

Fuente de Internet

<1 %

35

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

36

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

37

Submitted to uncedu

Trabajo del estudiante

<1 %

38

repositorio.sfx.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

39

www.dof.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

40

Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

<1 %

41

www.masinnovacion.net

Fuente de Internet

<1 %

42

repositorio.unap.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

43

repositorio.unheval.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

44

[repositorio.unsa.edu.pe](https://repositorio.unsa.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

45

[idoc.pub](https://idoc.pub)

Fuente de Internet

<1 %

46

[repositorio.ug.edu.ec](https://repositorio.ug.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

47

[www.edustatspr.com](http://www.edustatspr.com)

Fuente de Internet

<1 %

48

[apirepositorio.unh.edu.pe](https://apirepositorio.unh.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

49

[www.cepal.org](http://www.cepal.org)

Fuente de Internet

<1 %

50

Lidia Ysabel Pareja Pera. "Contabilidad",  
ACVENISPROH Académico, 2024

Publicación

<1 %

51

[issuu.com](https://issuu.com)

Fuente de Internet

<1 %

52

[repositorio.unal.edu.co](https://repositorio.unal.edu.co)

Fuente de Internet

<1 %

53

[www.academia.edu](http://www.academia.edu)

Fuente de Internet

<1 %

54

[covid-19.openaire.eu](https://covid-19.openaire.eu)

Fuente de Internet

<1 %

55

[repositorio.uncp.edu.pe](http://repositorio.uncp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

56

[www.rtquality.com](http://www.rtquality.com)

Fuente de Internet

<1 %

57

[repositorio.uandina.edu.pe](http://repositorio.uandina.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

58

[www.mincotur.gob.es](http://www.mincotur.gob.es)

Fuente de Internet

<1 %

59

[repositorio.unife.edu.pe](http://repositorio.unife.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

60

[www.mda.cinvestav.mx](http://www.mda.cinvestav.mx)

Fuente de Internet

<1 %

61

[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

Fuente de Internet

<1 %

62

[www.powtoon.com](http://www.powtoon.com)

Fuente de Internet

<1 %

63

[repositorio.unfv.edu.pe](http://repositorio.unfv.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

64

[repositorio.unfv.edu.pe:8080](http://repositorio.unfv.edu.pe:8080)

Fuente de Internet

<1 %

65

[repositorio.uwiener.edu.pe](http://repositorio.uwiener.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

66 [www.indetec.gob.mx](http://www.indetec.gob.mx) <1 %  
Fuente de Internet

---

67 [www.lanacion.com.co](http://www.lanacion.com.co) <1 %  
Fuente de Internet

---

68 [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe) <1 %  
Fuente de Internet

---

69 [www.scribd.com](http://www.scribd.com) <1 %  
Fuente de Internet

---

70 Submitted to Universidad Politécnica Estatal de Carchi <1 %  
Trabajo del estudiante

---

71 [dspace.unach.edu.ec](http://dspace.unach.edu.ec) <1 %  
Fuente de Internet

---

72 Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina <1 %  
Trabajo del estudiante

---

73 Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos <1 %  
Trabajo del estudiante

---

74 Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD <1 %  
Trabajo del estudiante

---

75 [repositorio.umsa.bo](http://repositorio.umsa.bo) <1 %  
Fuente de Internet

---

76 [ruidera.uclm.es](http://ruidera.uclm.es)

Fuente de Internet

<1 %

77

[sedici.unlp.edu.ar](http://sedici.unlp.edu.ar)

Fuente de Internet

<1 %

78

[www.fundesa.org.gt](http://www.fundesa.org.gt)

Fuente de Internet

<1 %

79

[www.panoramical.eu](http://www.panoramical.eu)

Fuente de Internet

<1 %

80

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1 %

81

Submitted to Unviersidad de Granada

Trabajo del estudiante

<1 %

82

[core.ac.uk](http://core.ac.uk)

Fuente de Internet

<1 %

83

[cursos.itam.mx](http://cursos.itam.mx)

Fuente de Internet

<1 %

84

[docslide.net](http://docslide.net)

Fuente de Internet

<1 %

85

[oldri.ues.edu.sv](http://oldri.ues.edu.sv)

Fuente de Internet

<1 %

86

Submitted to Universidad EAFIT

Trabajo del estudiante

<1 %

87

[dspace.esPOCH.edu.ec](http://dspace.esPOCH.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

88	<a href="http://pics.unison.mx">pics.unison.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
89	<a href="http://repositorio.tec.mx">repositorio.tec.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
90	<a href="http://www.logistica360.pe">www.logistica360.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
91	<a href="http://www.sernac.cl">www.sernac.cl</a> Fuente de Internet	<1 %
92	<a href="http://archbronconeumol.org">archbronconeumol.org</a> Fuente de Internet	<1 %
93	<a href="http://asociacionafide.com">asociacionafide.com</a> Fuente de Internet	<1 %
94	<a href="http://cybertesis.uni.edu.pe">cybertesis.uni.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
95	<a href="http://noticiaslogisticaytransporte.com">noticiaslogisticaytransporte.com</a> Fuente de Internet	<1 %
96	<a href="http://repositorio.upci.edu.pe">repositorio.upci.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
97	<a href="http://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
98	<a href="http://repository.udem.edu.co">repository.udem.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
99	<a href="http://ruja.ujaen.es">ruja.ujaen.es</a> Fuente de Internet	<1 %

100	<a href="http://www.ahciet.net">www.ahciet.net</a> Fuente de Internet	<1 %
101	<a href="http://www.elsevier.es">www.elsevier.es</a> Fuente de Internet	<1 %
102	<a href="http://www.grafiati.com">www.grafiati.com</a> Fuente de Internet	<1 %
103	<a href="http://www.iese.edu">www.iese.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
104	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 30 (2014)", Brill, 2016 Publicación	<1 %
105	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
106	<a href="http://docs.wto.org">docs.wto.org</a> Fuente de Internet	<1 %
107	<a href="http://fdocumentos.tips">fdocumentos.tips</a> Fuente de Internet	<1 %
108	<a href="http://patents.google.com">patents.google.com</a> Fuente de Internet	<1 %
109	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Fuente de Internet	<1 %
110	<a href="http://repositorio.continental.edu.pe">repositorio.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

111	<a href="http://repositorio.lamolina.edu.pe">repositorio.lamolina.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
112	<a href="http://repositorio.pucese.edu.ec">repositorio.pucese.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
113	<a href="http://repositorio.una.ac.cr">repositorio.una.ac.cr</a> Fuente de Internet	<1 %
114	<a href="http://repositorio.unsm.edu.pe">repositorio.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
115	<a href="http://revistainterforum.com">revistainterforum.com</a> Fuente de Internet	<1 %
116	<a href="http://www.cienciadigital.org">www.cienciadigital.org</a> Fuente de Internet	<1 %
117	<a href="http://www.uexternado.edu.co">www.uexternado.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
118	María Palacios Guillem. "Propuesta de un nuevo procedimiento basado en la norma ISO 9001 para la gestión conjunta de la norma ISO 31000, la filosofía Kaizen y la herramienta Lean Manufacturing en pymes industriales de la Comunidad Valenciana.", Universitat Politecnica de Valencia, 2021 Publicación	<1 %
119	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1 %
120	<a href="http://busquedas.elperuano.pe">busquedas.elperuano.pe</a> Fuente de Internet	

<1 %

---

121 chinamaoista.home.blog  
Fuente de Internet

<1 %

---

122 digibug.ugr.es  
Fuente de Internet

<1 %

---

123 documents.mx  
Fuente de Internet

<1 %

---

124 marketdata.com.py  
Fuente de Internet

<1 %

---

125 philarchive.org  
Fuente de Internet

<1 %

---

126 repositorio.comillas.edu  
Fuente de Internet

<1 %

---

127 repositorio.esan.edu.pe  
Fuente de Internet

<1 %

---

128 repositorio.espam.edu.ec  
Fuente de Internet

<1 %

---

129 repositorio.monterrico.edu.pe  
Fuente de Internet

<1 %

---

130 repositorio.uia.ac.cr:8080  
Fuente de Internet

<1 %

---

131 repositorio.ujcm.edu.pe  
Fuente de Internet

<1 %

---

132	<a href="http://repositorio.unsaac.edu.pe">repositorio.unsaac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
133	<a href="http://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
134	<a href="http://repositorioinstitucional.uabc.mx">repositorioinstitucional.uabc.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
135	<a href="http://scholar.uprm.edu">scholar.uprm.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
136	<a href="http://sustainablemobility.iclei.org">sustainablemobility.iclei.org</a> Fuente de Internet	<1 %
137	<a href="http://www.asepelt.org">www.asepelt.org</a> Fuente de Internet	<1 %
138	<a href="http://www.dianasalud.com">www.dianasalud.com</a> Fuente de Internet	<1 %
139	<a href="http://www.iberoamericaninstituteofthehague.org">www.iberoamericaninstituteofthehague.org</a> Fuente de Internet	<1 %
140	<a href="http://www.trace-software.com">www.trace-software.com</a> Fuente de Internet	<1 %
141	<a href="http://www.tressis.com">www.tressis.com</a> Fuente de Internet	<1 %
142	<a href="http://www.wto.org">www.wto.org</a> Fuente de Internet	<1 %
143	<a href="http://baixardoc.com">baixardoc.com</a> Fuente de Internet	<1 %

144

repositorio.unajma.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

145

cturmertapanvea.wixsite.com

Fuente de Internet

<1 %

146

eprints.uanl.mx

Fuente de Internet

<1 %

147

repositorio.uide.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

## **DEDICATORIA**

*Deseo dedicar esta tesis a mis padres Rosario Huahuacondori y Richar Picha, por haberme apoyado a lo largo de todo el proceso. Son mi ejemplo a seguir y la razón por la que me esfuerzo cada día.*

*A mi familia, hermanos y hermana, tíos, tías y primas quienes me han visto crecer y espero poder enorgullecer siempre.*

*A mis docentes y amigos, quienes me han acompañado desde el comienzo de mi trayectoria académica; llevaré en el corazón los buenos momentos de enseñanzas y compartir que vivimos juntos.*

*Esta tesis es la realización de años de estudios y trabajo, es un paso más de los muchos que se vienen, y lo dedico a todas las personas que estuvieron conmigo y fueron parte de ella.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero dar un especial agradecimiento a los representantes de las empresas que generosamente abrieron sus puertas para llevar a cabo este trabajo. Reconozco que obtener información en este contexto puede ser difícil, por este motivo admiro su disposición por contribuir al avance del conocimiento.*

*Además, deseo agradecer a mis docentes, quienes, a pesar de los años y el tiempo que me ha llevado culminar este trabajo, han sido de gran apoyo, absolviendo mis dudas y brindándome sus recomendaciones para la culminación exitosa de la misma.*

## Índice

Resumen .....	12
Abstract .....	13
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA .....	14
1.1. Planteamiento del Problema de Investigación Científica.....	14
1.2. Variables .....	17
1.2.1. Variables Independientes .....	17
1.2.2. Variable Dependiente .....	18
1.3. Objetivo General y Específicos.....	18
1.3.1. Objetivo General.....	18
1.3.2. Objetivos Específicos .....	18
1.4. Formulación del Problema .....	19
1.4.1. Problema General .....	19
1.4.2. Problemas Específicos .....	19
1.5. Hipótesis.....	20
1.5.1. Hipótesis General.....	20
1.5.2. Hipótesis Específicas .....	20
1.6. Justificación.....	21
CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	23
2.1. Antecedentes .....	23
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	23
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	25
2.1.3. Antecedentes Locales .....	27
2.2. Fundamentación Teórica.....	28
2.2.1. Comercio Internacional.....	28

2.2.2. Teorías del Comercio Internacional.....	28
2.2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa y el Modelo de Heckscher-Ohlin .....	29
2.2.3. Shocks Externos: Permanentes y Transitorios .....	30
2.2.4. Condiciones en el Comercio Internacional .....	30
2.2.5. Estrategias del Plan Estratégico Nacional Exportador, 2025 .....	31
2.2.6. Plan Regional Exportador Arequipa .....	32
2.2.7. Exportación de Bienes .....	36
2.2.8. Dimensiones de las Exportaciones .....	37
2.2.9. Sector Exportador Textil Arequipeño.....	38
2.2.10. La MIPYME del sector textil exportador en Arequipa .....	40
2.2.11. Definición de Términos.....	41
CAPÍTULO III: MÉTODO .....	42
3.1. Tipo de Investigación.....	42
3.2. Técnicas/Instrumentos/Equipos/Recursos.....	43
3.2.1. Validación de Instrumentos .....	43
3.3. Procedimiento .....	44
3.4. Muestra.....	45
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	51
4.1. Resultados Descriptivos .....	51
4.1.1. Variable Condiciones.....	51
4.1.2. Variable Estrategias .....	60
4.1.3. Variable Exportaciones.....	84
4.2. Prueba de normalidad.....	99
4.3. Comprobación de la Hipótesis .....	102
4.3.1. Hipótesis General.....	103

4.3.2. Hipótesis Específica 1.....	105
4.3.3. Hipótesis Específica 2.....	106
4.3.4. Hipótesis Específica 3.....	107
4.3.5. Hipótesis Específica 4.....	108
4.3.6. Hipótesis Específica 5.....	109
4.3.7. Hipótesis Específica 6.....	110
4.3.8. Hipótesis Específica 7.....	111
4.3.9. Hipótesis Específica 8.....	112
4.4. Discusión de Resultados .....	113
Conclusiones .....	116
Recomendaciones.....	120
Referencias .....	121
Anexos .....	128
Anexo A: Operacionalización de las variables .....	128
Anexo B: Matriz de Consistencia.....	130
Anexo C: Empresas exportadoras del sector textil 2021- Ubigeo Arequipa.....	133
Anexo D: Empresas exportadoras del sector textil 2022 - Ubigeo Arequipa .....	134
Anexo E: Exportación por Partida Arancelaria - Ubigeo Arequipa.....	135
Anexo F: Atención de Solicitud de Acceso a la Información Pública PROMPERU.....	137
Anexo G: Correo electrónico de envío de información para clasificación de las MIPYMES del sector .....	137
Anexo H: Validación de los instrumentos.....	138
Anexo I: Cuestionario .....	140
Anexo J: Resumen de las respuestas .....	142

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Marco lógico del PENX 2025 aplicado al sector textil.....	32
<b>Tabla 2</b> Marco lógico del PERX Arequipa 2025 aplicado al sector textil .....	34
<b>Tabla 3</b> Acciones específicas y sus indicadores para la cadena Moda 2018-2025 .....	35
<b>Tabla 4</b> Principales productos de la industria textil para exportación en Arequipa.....	39
<b>Tabla 5</b> Validación de instrumentos por expertos.....	44
<b>Tabla 6</b> Crecimiento de las MIPYMES para el 2021 según diagrama Pareto.....	46
<b>Tabla 7</b> Crecimiento de las MIPYMES para el 2022 según diagrama Pareto.....	48
<b>Tabla 8</b> Principales características de las seis empresas con mayor participación en el crecimiento del sector.....	50
<b>Tabla 9</b> Prueba de Normalidad.....	100
<b>Tabla 10</b> Coeficiente de correlación de Spearman variable Condiciones y variable Exportaciones.....	103
<b>Tabla 11</b> Coeficiente de correlación de Spearman variable Estrategias y variable Exportaciones.....	104
<b>Tabla 12</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Estabilidad Económica y variable Exportaciones .....	105
<b>Tabla 13</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Política comercial abierta y variable Exportaciones.....	106
<b>Tabla 14</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Política de atracción de inversión extranjera y variable Exportaciones .....	107
<b>Tabla 15</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Riesgo y la variable Exportaciones.....	108
<b>Tabla 16</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones .....	109

<b>Tabla 17</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, y la variable Exportaciones .....	110
<b>Tabla 18</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y la variable Exportaciones .....	111
<b>Tabla 19</b> Coeficiente de correlación de Spearman dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora, y la variable Exportaciones .....	112

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> Variación interanual en el volumen del comercio mundial de bienes, desde enero de 2019 hasta agosto de 2022 (expresada en porcentajes).....	15
<b>Figura 2</b> Arequipa: Exportaciones de la sector Textil (US\$ Millones).....	16
<b>Figura 3</b> Procedimiento para el análisis estadístico de la investigación cuantitativa.....	45
<b>Figura 4</b> Diagrama de Pareto de las MIPYMES con mayor crecimiento para el 2021.....	47
<b>Figura 5</b> Diagrama de Pareto de las MIPYMES con mayor crecimiento para el 2022.....	49
<b>Figura 6</b> Crecimiento de las MIPYMES exportadoras del sector textil en el periodo 2021 y 2022.....	51
<b>Figura 7</b> Volatilidad del tipo de cambio en el periodo 2021 y 2022.....	52
<b>Figura 8</b> Efecto de la tasa de inflación en los años 2021 y 2022 .....	53
<b>Figura 9</b> Efecto del tipo de cambio en los periodos 2021 y 2022 .....	54
<b>Figura 10</b> Apreciación de la política comercial del Perú en los años 2021 y 2022 .....	55
<b>Figura 11</b> Efecto de la política comercial del Perú en los años 2021 y 2022.....	56
<b>Figura 12</b> Apreciación del nivel de protección arancelario del Perú en los años 2021 y 2022 .....	57
<b>Figura 13</b> Perspectiva de los impuestos en los años 2021 y 2022 .....	58
<b>Figura 14</b> Apreciación del riesgo político en los años 2021 y 2022 .....	59
<b>Figura 15</b> Solvencia económica de los países destino de las empresas exportadoras del sector textil en el 2021 y 2022.....	60
<b>Figura 16</b> Apreciación de las especializaciones técnicas en moda realizadas por el gobierno .....	61
<b>Figura 17</b> Impacto de las especializaciones técnicas en moda realizado por el gobierno.....	62
<b>Figura 18</b> Apreciación de la implementación de una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022.....	63

<b>Figura 19</b> Impacto de una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022 .....	64
<b>Figura 20</b> Apreciación de la descentralización de ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022 .....	65
<b>Figura 21</b> Impacto de la descentralización de ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022 .....	66
<b>Figura 22</b> Apreciación de la implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.....	67
<b>Figura 23</b> Impacto de la implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca en los años 2021 y 2022.....	68
<b>Figura 24</b> Apreciación de la creación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero en los años 2021 y 2022 .....	69
<b>Figura 25</b> Impacto de la creación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero en los años 2021 y 2022 .....	70
<b>Figura 26</b> Apreciación de la implementación de programas de capacitación en asociatividad en los años 2021 y 2022 .....	71
<b>Figura 27</b> Impacto de la implementación de programas de capacitación en asociatividad en los años 2021 y 2022 .....	72
<b>Figura 28</b> Apreciación de la elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022 .....	73
<b>Figura 29</b> Impacto de la elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022 .....	74
<b>Figura 30</b> Apreciación de la implementación de asesorías financieras sobre la reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos en los años 2021 y 2022.....	75

<b>Figura 31</b> Impacto de la implementación de asesorías financieras sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos en los años 2021 y 2022.....	76
<b>Figura 32</b> Apreciación de la implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías en los años 2021 y 2022.....	77
<b>Figura 33</b> Impacto de la implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías en los años 2021 y 2022.....	78
<b>Figura 34</b> Apreciación de la realización de capacitaciones por el gobierno en los años 2021 y 2022.....	79
<b>Figura 35</b> Impacto de las capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística organizadas en los años 2021 y 2022.....	80
<b>Figura 36</b> Apreciación de la realización de capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado en los años 2021 y 2022 .....	81
<b>Figura 37</b> Impacto de las capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado en los años 2021 y 2022.....	82
<b>Figura 38</b> Apreciación de la implementación de pasantías tecnológicas por el gobierno en los años 2021 y 2022.....	83
<b>Figura 39</b> Impacto de la implementación de pasantías tecnológicas organizadas en los años 2021 y 2022.....	84
<b>Figura 40</b> Valor esperado de las exportaciones en los años 2021 y 2022.....	85
<b>Figura 41</b> Crecimiento del valor de las exportaciones en los años 2021 y 2022 en comparación a años anteriores .....	86
<b>Figura 42</b> Volumen esperado de las exportaciones en los años 2021 y 2022 .....	87

<b>Figura 43</b> Crecimiento del volumen de las exportaciones en los años 2021 y 2022 en comparación a años anteriores .....	88
<b>Figura 44</b> Impacto de las estrategias implementadas por el gobierno para recuperar las exportaciones en los años 2021 y 2022 .....	89
<b>Figura 45</b> Nivel de preocupación por la calidad del producto para una adecuada comercialización y exportación.....	90
<b>Figura 46</b> Nivel de capacidad para ofrecer diversos tipos del producto .....	91
<b>Figura 47</b> Nivel de la implementación de una presentación adecuada del producto para su comercialización y exportación.....	92
<b>Figura 48</b> Nivel de la implementación del servicio de atención post-venta.....	93
<b>Figura 49</b> Nivel de preocupación en relación a determinar un precio adecuado para facilitar la exportación .....	94
<b>Figura 50</b> Uso de factores clave del potencial exportador .....	95
<b>Figura 51</b> Conocimiento del margen de utilidad de la comercialización y exportación de productos .....	96
<b>Figura 52</b> Empresas exportadoras del sector textil con plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes. ....	97
<b>Figura 53</b> Empresas exportadoras del sector textil con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios.....	98
<b>Figura 54</b> Empresas exportadoras del sector textil con un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización.....	99
<b>Figura 55</b> Gráfico Q-Q normal de las variables Exportaciones, Condiciones y Estrategias.	101

## **Resumen**

La investigación tiene como objetivo entender las principales condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles del departamento de Arequipa en el 2021 y 2022, luego de la pandemia en el 2019. La relevancia que posee esta investigación es, analizar la recuperación de este sector, dado que es el segundo con mayor participación en la economía de la región. El estudio es de tipo no experimental, utilizando un enfoque cuantitativo, para lo cual se utiliza el diseño transeccional de alcance exploratorio descriptivo. En este sentido, se utiliza la encuesta como técnica de recolección, al cuestionario como instrumento y la población está compuesta por las empresas exportadoras del sector textil en Arequipa que operaron en el año 2021 y 2022.

## **Abstract**

The purpose of this research is to understand the conditions and strategies that influenced the recovery of textile exports from Arequipa in 2021 and 2022, following the 2019 pandemic. The significance of this study lies in analyzing the recovery of this industry, as it constitutes the second most important sector in the region's economy. The research adopts a non-experimental design, using a quantitative approach, through the utilization of a cross-sectional design with an exploratory-descriptive scope. To achieve this, surveys serve as the data collection technique, questionnaire as the instruments for gathering information. The sample consist of textile sector exporting companies in Arequipa that were operational in the years 2021 and 2022.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA BÁSICA**

### **1.1. Planteamiento del Problema de Investigación Científica**

En el 2019 se dio a conocer la rápida propagación de una enfermedad respiratoria que se transmite a través de personas que comparten un espacio reducido o mal ventilado y que meses después se reconocería internacionalmente como Covid-19, la cual paralizaría diversas actividades económicas para el 2020 (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021). A causa del declive, la actividad económica global sufrió graves daños, fundamentalmente las principales economías del mundo, empezando con Asia, seguido de Europa, Estados Unidos y todo el resto del mundo, a causa del cierre generalizado de fronteras, que trajo como consecuencia el desempleo, afectando el consumo de bienes y servicios, además de impactar en el turismo global, con un decrecimiento de hasta 78% y llevando al colapso de las exportaciones de servicios.

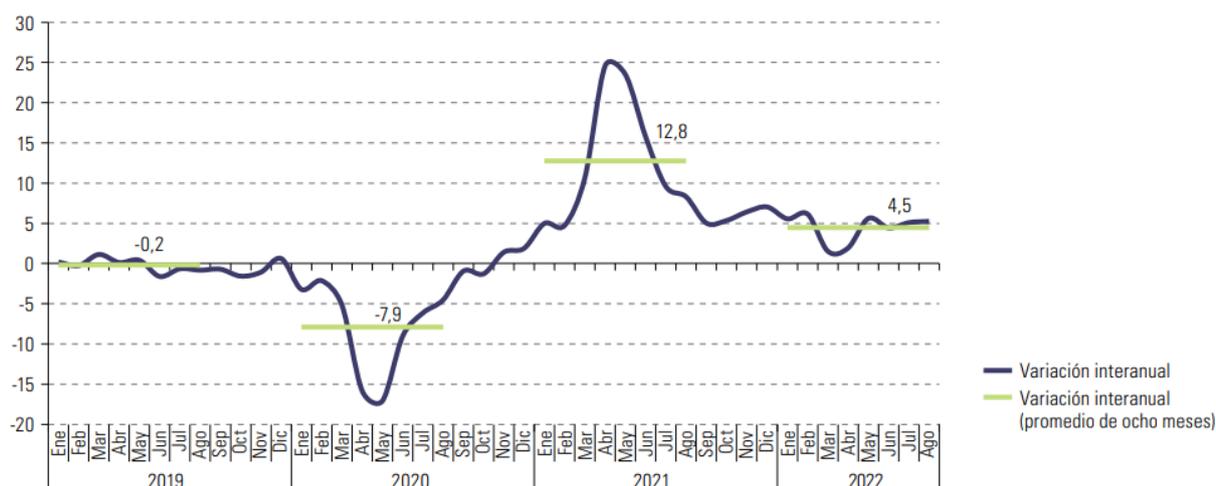
Este escenario afectó todas las actividades comerciales internacionales que se dieron de enero a mayo del 2020, con una disminución del 17% y cerrando el periodo con una caída interanual del 37% en el mismo mes, cifras aún mayores a las que se vivieron en con la crisis financiera en el 2009. Ante este panorama y debido a las rápidas medidas adoptadas por la economía de China, para marzo del 2020 el comercio exterior pudo reanudarse, un efecto que no sucedería en América Latina y el Caribe, resultando ser las economías más afectadas (NU. CEPAL, 2020).

El levantamiento gradual de las restricciones que se dieron en la mayoría de países junto a los programas con el fin de estimular la economía adoptados desde la pandemia, permitieron un crecimiento del comercio de bienes para el 2021, mostrando su mayor recuperación en los primeros ocho meses y proyectándose cerrar el año con una expansión del 10.8% (NU. CEPAL, 2021).

Para el 2022 las proyecciones que dejó el 2021 apuntaban a un crecimiento del volumen. Sin embargo, a inicios de febrero, surgió un nuevo conflicto entre la Federación de Rusia y Ucrania, el cual llegó a agudizar el escenario trayendo un endurecimiento de las políticas monetarias en las economías más avanzadas; resultando en una desaceleración en la economía mundial para la última parte del 2022 (NU. CEPAL, 2023).

### Figura 1

*Variación interanual en el volumen del comercio mundial de bienes, desde enero de 2019 hasta agosto de 2022 (expresada en porcentajes).*



*Nota.* El gráfico fue tomado de *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2022: el desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras* (p. 15), por CEPAL, 2023.

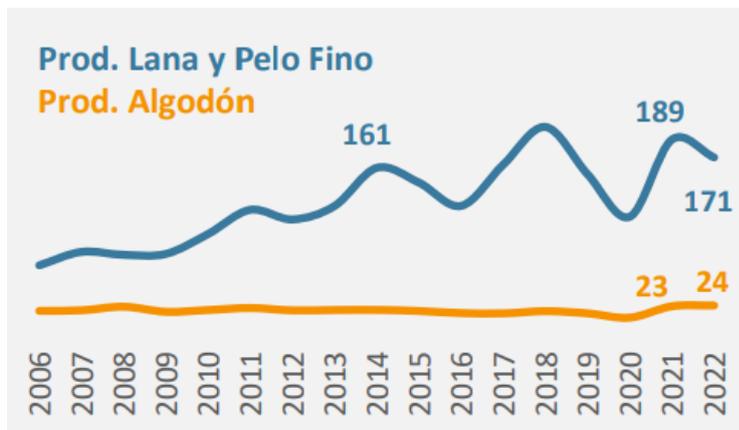
En estas líneas se podría interpretar la Figura 1. Por ejemplo: La Variación del volumen del comercio mundial el cual ha experimentado cambios sustanciales en los últimos 5 años. También, muestra que en el 2020 hubo una caída en las exportaciones a raíz de los cambios surgidos por la crisis sanitaria y para el 2021 una notable recuperación de las mismas.

Dentro de este complicado contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) destacó las importantes cifras de recuperación en las exportaciones que se

registraron a finales del 2021, 34% mayor respecto al 2020 y 23% frente al 2019, un año antes de la pandemia, destacando a Arequipa como una de las regiones que presentó un notable crecimiento en la exportación de bienes (MINCETUR, 2022).

## Figura 2

*Arequipa: Exportaciones del sector Textil (US\$ Millones)*



*Nota.* El gráfico fue tomado del Reporte de Comercio Regional Arequipa anual (p. 3) por MINCETUR, 2022.

En el 2020 las exportaciones de Arequipa disminuyeron 19%, principalmente por bajas ventas en minerales; asimismo las exportaciones en el sector textil disminuyeron 26% por las bajas ventas de empresas de gran importancia en el sector. Sin embargo, para el 2021 se tuvo un notable incremento en las ventas hacia EE.UU. (+64%), China (+55%), Unión Europea (+41%) y Japón (+36%), representando el 76% del total de ventas del mismo sector (Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior, 2022) con principales productos como: “hilados, pelo fino, mantas, abrigos, camisas, T-shirt pelo fino de alpaca, suéteres y cardigans” (MINCETUR, 2022, p. 3).

Para el 2022 también hubo un notable crecimiento, en el primer semestre, el sector textil y confecciones aumento en un 8% que se atribuye principalmente a las exportaciones de lana y pelo fino. Asimismo, los textiles en general mejoraron un 7% que se atribuye a las fibras como tejidos. Las confecciones, por su parte, especialmente en suéteres y chales

mostraron un crecimiento del 22% (MINCETUR, 2023). Sin embargo, el 2022 cerró con una disminución del 8% principalmente por las menores ventas de productos de lana. pelo fino, hilados y fibras de alpaca. Por otro lado, las exportaciones de suéteres, abrigos y prendas de algodón mostraron un crecimiento del 61%, 23% y 12% respectivamente (MINCETUR, 2023).

Las principales tendencias de consumo a nivel global también fueron afectadas por la crisis sanitaria. La paralización de muchas empresas por el confinamiento obligatorio y el desempleo afectó directamente a la canasta familiar, la cual priorizó la compra de productos para satisfacer necesidades básicas y de limpieza. También, los consumidores se inclinaron a adquirir productos de fácil acceso y sostenibles (Westbrook y Angus, 2021). En este sentido, el objetivo del estudio es entender cuáles fueron las condiciones externas del sector textil e identificar las estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las Micro, Pequeña y Medianas Empresas (MIPYMES) en Arequipa, en el 2021 y 2022.

## **1.2. Variables**

### ***1.2.1. Variables Independientes***

#### **Condiciones**

- Definición conceptual: Las condiciones son circunstancias que inciden en un proceso o en el estado de una persona o cosa (Real Academia Española, s.f, definición 11).
- Definición operacional: Esta variable es medida por medio de cuatro dimensiones tomadas de un estudio que analiza los factores que influyen sobre la inversión extranjera directa en países de Latinoamérica (Mogrovejo, 2005).

#### **Estrategias**

- Definición conceptual: Se trata de un plan diseñado para la gestión eficiente de los recursos y su asignación eficaz para potenciar la competitividad (Arce, 2010).

- Definición operacional: La variable estrategias es medida a través de cuatro dimensiones y siete indicadores tomados del Plan Estratégico Regional del Exportador Arequipa (MINCETUR, 2018).

### ***1.2.2. Variable Dependiente***

#### **Exportaciones**

- Definición conceptual: Se refiere a un régimen aduanero que facilita la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas fuera del territorio aduanero, con el propósito de ser utilizadas o consumidas de forma definitiva en el extranjero, sin estar sujeta a ningún tipo de tributo (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], 2016).
- Definición operacional: Las exportaciones estarán medidas a través de tres dimensiones dadas por rentabilidad, productividad y diversificación y cinco indicadores (Daniels et al., 2013).

### **1.3. Objetivo General y Específicos**

#### ***1.3.1. Objetivo General***

Identificar las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

#### ***1.3.2. Objetivos Específicos***

**Oe.1:** Determinar cómo la dimensión Estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.2:** Determinar cómo la dimensión Política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.3:** Determinar cómo la dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.4:** Determinar cómo la dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.5:** Determinar cómo la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.6:** Determinar cómo la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.7:** Determinar cómo la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**Oe.8:** Determinar cómo la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

## **1.4. Formulación del Problema**

### ***1.4.1. Problema General***

¿Cuáles fueron las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

### ***1.4.2. Problemas Específicos***

**Pe.1:** ¿Cómo la dimensión Estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.2:** ¿Cómo la dimensión Política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.3:** ¿Cómo la dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.4:** ¿Cómo la dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.5:** ¿Cómo la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.6:** ¿Cómo la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.7:** ¿Cómo la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

**Pe.8:** ¿Cómo la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?

## **1.5. Hipótesis**

### ***1.5.1. Hipótesis General***

Las condiciones y estrategias influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

### ***1.5.2. Hipótesis Específicas***

**He.1:** La dimensión Estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.2:** La dimensión Política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.3:** La dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.4:** La dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.5:** La dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.6:** La dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.7:** La dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

**He.8:** La dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.

## **1.6. Justificación**

Ante los últimos acontecimientos provocados por la pandemia Covid-19 durante el 2020 muchas actividades económicas se paralizaron afectando gravemente al ciclo económico de todo el mundo. Los gobiernos al frenar su propagación cerraron fronteras causando desequilibrios en las operaciones del comercio internacional y provocando una fuerte caída de las exportaciones a nivel nacional y regional. Sin embargo, en el 2021 y la primera parte del año del 2022 las exportaciones mostraron una notable recuperación con cifras de crecimiento en sectores como el textil, la segunda industria con mayor contribución a los ingresos de la ciudad Arequipa y representada por tres productos hilados, prendas de vestir, fibras textiles y otras confecciones.

Siguiendo el PERX 2025 Arequipa, el gobierno implemento desde el 2018 estrategias y acciones hasta el 2025, la cual, no ha variado a pesar de las eventualidades. Por ello, la importancia está en identificar cuáles fueron las más efectivas en las condiciones presentadas,

las que ayudaron al exportador a recuperarse en un ambiente de incertidumbre y crisis; y a partir de esto, tomar medidas que posibiliten la continuidad.

Con ese propósito, el objetivo de esta investigación es identificar las condiciones externas y estrategias aplicadas según el PENX 2025 que se emplearon e influyeron en la recuperación de las exportaciones en el sector textil de Arequipa en el 2021 y 2022.

La investigación busca proporcionar información valiosa para la comunidad educativa, así como para los representantes con poder de decisión en el gobierno y empresas exportadoras del sector, con el fin de mejorar la capacidad de aprovechar oportunidades en escenarios de cambios y crisis.

Los profesionales del comercio internacional y administración de empresas también son beneficiados de la información presentada, ya que basan estudios en eventos pasados para comprender los fenómenos de cambio en las exportaciones y así proponer comportamientos futuros. En este sentido, el nuevo panorama enfrentado en el 2020 provoca un nuevo y desafiante escenario para muchos profesionales en la disciplina, debido a que personas, empresas y el gobierno tuvieron que redireccionar sus esfuerzos y en muchas ocasiones paralizar y empezar de nuevo con sus actividades interrumpiendo sus ciclos de producción y percepción de ingresos, en consecuencia se puede deducir que pasaron por un proceso de innovación interna para sobrevivir, brindando una fuente adicional de conocimiento que complementa lo ya conocido sobre el comercio internacional.

## **CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1. Antecedentes**

#### ***2.1.1. Antecedentes Internacionales***

Vázquez (2020) analizó la evolución de las exportaciones de productos textiles mexicanos durante el periodo de 1994 a 2015, enfocándose en los tipos de productos vendidos en Estados Unidos (E.E.U.U.) y la Unión Europea (U.E.). Durante este análisis, se comparó su rendimiento con el de sus competidores. El uso de una técnica estadística diferencial-estructural evidencia la falta de un cambio estructural cualitativo significativo. Esto no posibilita generar ventajas competitivas en productos de mayor valor agregado al amparo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). En contraste, en el caso de China, se observa una diversificación en el perfil competitivo hacia productos más sofisticados, siguiendo una trayectoria de escala productiva. Respecto a las exportaciones de México a Europa, los resultados sugieren una nueva transformación regresiva. Esto se evidencia en reorientación de los productos de vestir, originalmente destinados a E.E.U.U., hacia la U.E., lo que afecta negativamente la profundización de las exportaciones de insumos de mayor valor agregado.

Granell (2008) tuvo como objetivo explicar las actividades emprendidas por el Centro de Comercio Internacional, las cuales se alinean a los objetivos perseguidos por la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), además de explicar el panorama al que se busca llegar con estas acciones. El artículo resalta la primicia que no es suficiente que un país desarrollado baje sus barreras comerciales para que uno en vías de desarrollo pueda exportar; es necesario que se establezca una serie de condiciones que permitan a las empresas abrirse a mercados internacionales. En este sentido, agrupa cuatro acciones: En la primera explica que, para enganchar a un país en el flujo del desarrollo económico, se debe recomendar y ayudar a que

este siga políticas abiertas con un tipo de cambio realista, es así que pone como ejemplo el concepto llevado por la Unión Europea en África, el Caribe y el Pacífico, promoviendo en estas una apertura comercial recíproca con acuerdos que empujan a los países a bajar sus barreras proteccionistas y ser más competitivos en la exportación. El segundo factor que apoya al aumento de comercio exterior de un país es establecer filiales de empresas multinacionales con el objetivo de fomentar políticas de atracción para que capitales extranjeros inviertan en él. El tercer lugar, mejorar y fortalecer la cadena de transportes y logística con el objetivo de buscar la eficacia. Por último, menciona la necesidad de fortalecer el conocimiento de las empresas sobre el mercado internacional, como los gustos y preferencias, oportunidades, barreras aduaneras, técnicas de exportación y colocación eficaz de sus productos.

Caicedo (2021) estudia los ciclos del sector textil influenciado por decisiones gubernamentales en Colombia. Entre sus hallazgos, menciona que el consolidado sector textil se debe a la creación de actividades innovadoras que han permitido el desarrollo de ferias con el fin de fortalecer su presencia alrededor del mundo. Sin embargo, el sector se ha visto afectado por la entrada de grandes potencias, por la piratería y el contrabando. Los cuales han ocasionado un crecimiento inconstante, enfrentándose a bruscos cambios que ocasionan un auge insostenible. Por este motivo sostiene que la intervención gubernamental debe centrarse en mejorar las condiciones de infraestructura para fortalecer y aumentar la producción; fomentar la innovación mediante la capacitación y estudios de mercado en tendencias de moda principalmente en sus clientes.

Orozco y Gutiérrez (2021) realizaron un estudio documental de las estrategias empresariales de competitividad adoptadas por las empresas que se dedican a la importación y exportación considerando los efectos de la enfermedad pandémica del Covid-19 en Barranquilla. El procedimiento empleado fue el cualitativo, con alcance descriptivo a través

de la revisión bibliográfica que permitió comprender conceptos como: estrategias empresariales, empresas que se dedican a la importación y exportación, competitividad, Covid-19 entre otros. Dichos conceptos se explican tanto de manera explícita como implícita. Asimismo, se analizó los diferentes estudios que han realizado las diversas entidades a grado estadísticos para lograr conocer en qué medidas habían sido dañadas las diversas empresas y en cuales zonas habían tenido mayor efecto. En consecuencia, se concluyó que las organizaciones optaron mayormente por estrategias como la suspensión temporal de operaciones, la reducción de personal, y la implementación del teletrabajo como medidas más utilizadas por estas organizaciones para preservar y sostener sus negocios.

### ***2.1.2. Antecedentes Nacionales***

En el estudio de Almonacid (2022) se identifican los factores que influyen a mejorar la competitividad internacional del sector alpaquero peruano, con el fin de mejorar su posicionamiento. Mediante entrevistas y recolección de datos de las empresas exportadoras se identificaron que los programas y asistencia técnica de parte del gobierno suman a la competitividad del sector, sin embargo, factores como las deficiencias en asociatividad, institucionalidad, promoción comercial y financiamiento están afectando negativamente al sector. Así mismo, destaca la necesidad de fortalecer capacidades productivas y exportadoras mediante la participación en ferias internacionales, procesos logísticos, inteligencia comercial, entre otros. Por otro lado, menciona la ineficaz llegada de los programas de apoyo a la internacionalización que el estado ofrece, principalmente al inicio de la cadena de valor; aspectos como la falta de seguimiento y control de estos programas, informalidad y falta de innovación tecnológica no han ayudado a incrementar la productividad del sector textil alpaquero. Entre los factores que sí apoyan a la productividad están las principales tendencias como la moda sostenible, el e-commerce y la economía circular como áreas importantes a tomar en cuenta para mejorar el potencial exportador.

En otra investigación Rojas y Bazán (2024) analizan los factores externos que afectan el crecimiento de las exportaciones en las empresas del sector textil y confecciones especializadas en tejido punto en Lima Metropolitana. Uno de los factores que destaca es el marco legal peruano, el cual, promueve generalmente las exportaciones especialmente cuando las barreras arancelarias del país destino son bajas o no existen. Sin embargo, concuerda que se debe mejorar el régimen aduanero del sector, ya que a comparación de otros sectores este no beneficia a las empresas como estas lo requieren. Asimismo, reconoce la importancia del estado, no obstante, la facilitación a la exportación y las herramientas que el estado les brinda debe ser más activa para lograr mejores resultados.

El caso más cercano a una de las acciones promovidas por el estado para incrementar y diversificar las exportaciones es el “Programa Comercio Electrónico”, que ofrece Promperú en el cual Rodríguez y Tenorio (2022) analizan la relación entre la participación de pymes especializadas en prendas de alpaca y su desempeño exportador del 2018 al 2021. El estudio evidencia un impacto positivo del programa en mejora de las exportaciones de las empresas, sin embargo, lo cataloga como un programa bueno que requiere mejoras, ya que, solo las empresas con mayor experiencia en el mercado fueron las que tuvieron mejores resultados. Por otro lado, las empresas que no tenían esta característica les resultó muy poco útil la información compartida; por lo que los investigadores sostienen que, a pesar de la gran importancia de los puntos tratados en el programa, estos deben ser acompañados de capacitaciones y asesorías más exhaustivas que las actualmente presentadas.

Larios (2017) se enfocó en identificar los factores internos y externos que impactan en el desempeño de las MIPYMES. Mediante encuestas y entrevistas logra identificar los siguientes factores externos: Primero, la escasa inserción en nuevos mercados provoca que el sector sea dependiente y ante cualquier contracción de la economía de los clientes este se vea afectado negativamente. Segundo, la débil articulación empresarial en el sector no ha ayudado

a atender las demandas de los clientes a pesar de los esfuerzos del Gobierno en programas de capacitaciones. Por último, identifica que existen barreras que impiden el acceso al desarrollo de capital social y a la capacitación en el sector, como también al uso de tecnologías de la información. Estas se muestran como una limitante para su crecimiento.

### ***2.1.3. Antecedentes Locales***

Los reportes de MINCETUR (2022) sobre exportaciones e importaciones anuales del 2021 tienen como objetivo detallar los acontecimientos que se producen en el sector. El reporte destaca a Arequipa como una de las economías con mayor participación a nivel nacional, donde su oferta exportable está impulsada por cuatro productos: minerales, textiles, bienes agropecuarios y químicos. Como el resto del país, Arequipa presenta crecimiento en el valor exportado en el año 2021, en el cual sus principales mercados fueron China, Japón, Estados Unidos y la Unión Europea. Asimismo, se destaca el incremento de las exportaciones pesqueras de la región, que crecieron 31% con respecto al 2020.

En el ámbito local Quiñones y Quispe (2023) analizaron los factores más resaltantes para posibilitar la exportación de fibra de alpaca en Arequipa en el 2022. Entre estos considera la producción; tecnología como sistemas operativos; y logística internacional, como la cadena de distribución y transporte. En encuestas realizadas a 50 exportadores se determina que el factor producción tiene influencia en el posicionamiento internacional, por lo que se recomienda continuar fortaleciendo la capacidad productiva y reducción de costos. De la misma forma la tecnología influye en el marketing, por lo que resalta la importancia de la digitalización en la exportación. Finalmente, el factor logístico internacional también tiene influencia en las exportaciones ya que es necesario cuidar cada proceso del despacho aduanero.

## **2.2. Fundamentación Teórica**

### ***2.2.1. Comercio Internacional***

Según Bustillo (2001) el comercio internacional “consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una frontera” (p. 11) .

Para Lucio (2018) comercio exterior es “el acto de comercio celebrado entre residentes de un país (exportador) con los de otro Estado extranjero (importador), revestido de los recaudos y solemnidades administrativas, bancarias y fiscales, que ambas legislaciones exigen respecto de la materia” (p. 23).

El Instituto Europeo de Posgrado (2022), conceptualiza el comercio internacional como las operaciones comerciales y financieras vinculada a la transferencia de bienes y servicios entre países, dividiéndolo en dos acciones: (i) exportaciones, envío de bienes o servicios desde una nación a otra con el propósito de ser consumidos en el último; y (ii) importaciones que se refiere al ingreso de bienes o servicios desde un país en otro territorio para ser consumidos en el territorio nacional.

### ***2.2.2. Teorías del Comercio Internacional***

#### ***2.2.2.1. Adam Smith y la Teoría de la Ventaja Absoluta***

Dentro de las bases teóricas se destaca Teoría de la Ventaja Absoluta como una de las principales teorías que aumentan la competitividad de una nación donde, según Nel et al. (2021) es planteada por Adam Smith. Esta tiene como idea principal que la riqueza de un país radica en la variedad de servicios y bienes que este pueda ofrecer, más que el oro que posee. Esta se clasifica en dos categorías, la natural y la adquirida. La primera se centra en aspectos como el medio ambiente, los recursos obtenidos naturalmente y la disponibilidad de fuerza laboral. La segunda se enfoca en la tecnología desarrollada para fabricar el producto, diferenciándolo de manera única y fácilmente distinguible (Daniels et al., 2013).

### ***2.2.2.2. David Ricardo y la Teoría de las Ventajas Comparativas***

La teoría propuesta por Michael E. Porter, sobre la ventaja competitiva, es mejor abordada en su libro “La ventaja competitiva de las naciones”; donde realiza una crítica a las teorías tradicionales (ventaja absoluta y ventaja comparativa), sustentando que son insuficientes para explicar porque algunos países son más competitivos en ciertos sectores. En su libro explica que las naciones no deben basar su competitividad a solo poseer características naturales o el menor de los costos; y exportando los de mayor producción. Según Porter, el elemento crucial reside en mantener un proceso de innovación tecnológica como factor de distintivo, influenciado por los recursos humanos calificados y especializados. Esto no solo mejorará la oferta exportable y aumentará la productividad, sino que también logrará costos más bajos, haciendo que el país sea más competitivo en general (Moreno Moreno, 1994).

### ***2.2.2.3. Teoría de la Ventaja Comparativa y el Modelo de Heckscher-Ohlin***

La teoría propuesta por David Ricardo sobre la ventaja comparativa, propone que una nación, al especializarse en un bien, deja de producir algunos básicos, los cuales deberán ser comercializados con el exterior. En este sentido, si una nación no posee ventaja absoluta en ninguno de sus productos, aún puede generar ganancias con una ventaja comparativa (Daniels et al., 2013). Esta teoría es complementada por el modelo de Heckscher-Ohlin de 1933 que también es mencionada por Nel et al. (2021) . Para este, el modelo es reconocido también como la teoría de la proporción, la cual es relativa entre los factores, ya que, si un país posee abundancia en un factor, sea trabajo o capital, tiende a exportar los productos que resulten de ese factor, e importar otro de naciones que son abundantes en este. En otras palabras, si en una nación la fuerza laboral es económica, tendrá tendencia a aumentar su producción de productos a través del factor trabajo. Esto posibilitaría la exportación de estos productos,

generando un incremento de su nivel de competencia en el mercado mundial. Asimismo, se aplica el segundo factor, el capital, al poseer disponibilidad de tecnología a costos bajos.

### ***2.2.3. Shocks Externos: Permanentes y Transitorios***

No hay una fuente específica que explique el nacimiento de la teoría de los shocks externos. Sin embargo, la Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas (CEPAL) explica que los shocks externos son elementos del mercado que inciden en la economía, ya sea negativa o positivamente. En otras palabras, si hay un shock externo que influya negativamente en el ciclo económico, el resultado será adverso, el cual puede ser transitorio o permanente. En este primer caso, si una economía es afectada por un shock transitorio, provoca cambios en el nivel de ahorro, ya que el gasto permanece estable aun teniendo una reducción en el ingreso. En el segundo escenario, la variación del ingreso y el gasto guarda una relación proporcional y se va acomodando a través del tiempo, de este modo, no afecta el nivel de ahorro (Larrañaga, 1990).

### ***2.2.4. Condiciones en el Comercio Internacional***

Las condiciones son situaciones que impactan en el desarrollo de un proceso o a la situación de un individuo u objeto (Real Academia Española, s.f., definición 11). Según Mogrovejo (2005) los flujos comerciales de los países latinoamericanos se complementan con la inversión extranjera, la cual es medida por cuatro variables que se utilizaran en el estudio para medir las condiciones del comercio internacional.

- Estabilidad económica: Para Vega (2009) estabilidad económica significa un balance entre los indicadores externos e internos, con la capacidad de predecir su comportamiento e identificando un crecimiento económico estable. Mogrovejo (2005) lo mide con los indicadores de crecimiento del producto, volatilidad del tipo de cambio, inflación y tipo de cambio.

- Política comercial abierta: es medido por el índice de apertura del mercado que, según Durán y Álvarez (2008), permite dar a conocer la cantidad de intercambios comerciales que le correspondería a cada persona y determina la posición de una nación frente a otros; esta se obtiene “dividiendo el total de las exportaciones, importaciones, y/o la suma del intercambio comercial para la población total del país informante, o alternativamente para el total del PIB” (p. 13).
- Política de atracción de inversión extranjera: Entendido como política comercial Mogrovejo (2005) propone dos indicadores: (i) el grado de protección arancelaria y (ii) la tasa de impuestos corporativos.
- Riesgo: Representa el contexto institucional interno de una nación en la que intervienen factores sociales y políticos. Esta variable se puede medir con el índice de riesgo político y la solvencia económica del país receptor (Mogrovejo, 2005).

#### ***2.2.5. Estrategias del Plan Estratégico Nacional Exportador, 2025***

Dentro del ámbito internacional, todas las iniciativas destinadas a fomentar las exportaciones en el Perú se ajustan al Plan Estratégico Nacional del Exportador (PENX) elaborado por el MINCETUR, con el propósito de fomentar que las empresas peruanas se internacionalicen, mejorando su inserción en la economía global. El PENX concentra sus esfuerzos en la mejora de las condiciones internas, como un marco político público y regulatorio, para ofrecer condiciones que permitan su internacionalización de manera progresiva (MINCETUR, 2020).

MINCETUR (2020) establece en el PENX 2025 tres objetivos estratégicos: “(i) profundizar la internacionalización de empresas; (ii) incrementar de manera sostenible y diversificada las exportaciones de bienes y servicios con valor agregado; y (iii) mejorar la competitividad del sector exportador” (p. 51). Estos están conformados por cuatro pilares:

(i) Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados, (ii) oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, (iii) facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y (iv) generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora. (MINCETUR, 2020, p. 52)

### 2.2.6. Plan Regional Exportador Arequipa

Siguiendo las directrices del PERX 2025, se elaboró el Plan Regional Exportador Arequipa (PERX Arequipa) en el 2018, con el propósito acortar las brechas de competitividad entre las empresas exportadoras a nivel regional, priorizando “actividades que permitan el desarrollo, consolidación y sostenibilidad” (p. 9) en cuatro principales cadenas: (i) agrícola, alimentos y derivados, (ii) servicios, (iii) moda y, (iv) manufactura (MINCETUR, 2018).

Para el fin del presente estudio de investigación solo se considerará los doce indicadores y acciones específicas que fueron propuestas para la cadena de Moda hasta el año de estudio 2021 según los pilares del PENX 2025, las cuales se explican en la Tabla 2.

**Tabla 1**

Marco lógico del PENX 2025 aplicado al sector textil.

<b>Plan Estratégico Nacional Exportador 2025</b>		
<b>Pilares</b>	<b>Líneas de acción</b>	
<b>1</b> <b>Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados</b>	Desarrollo de inteligencia comercial.	Gestión de la información económica y comercial de mercados internacionales.
	Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior.	Desarrollo de actividades de promoción comercial.

**Plan Estratégico Nacional Exportador 2025**

<b>Pilares</b>	<b>Líneas de acción</b>
<b>2</b> <b>Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible</b>	Diversificación de la oferta exportable.
	Gestión de la calidad y de estándares internacionales de la oferta exportable. Implementación de instrumentos de asistencia técnica y perfeccionamiento de gestión asociativa para la diversificación exportadora e internacionalización.
<b>3</b> <b>Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional</b>	Financiamiento del comercio exterior.
	Mecanismos de financiamiento y fondos de inversión especializados para proyectos de exportación e internacionalización de empresas. Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.
<b>4</b> <b>Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora</b>	Generación de competencias en comercio exterior.
	Fortalecimiento de las capacidades empresariales. Transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional
	Promoción de la transferencia tecnológica e innovación para la internacionalización.

*Nota.* Adaptado de Plan Nacional Exportador 2025 (2019).

**Tabla 2***Marco lógico del PERX Arequipa 2025 aplicado al sector textil*

<b>PENX 2025</b>		<b>Plan Regional Exportador Arequipa 2025</b>
<b>Pilares</b>	<b>Brechas de competitividad</b>	<b>Acción específica</b>
<b>1</b>	Promover la identificación de mercados con demanda de productos regionales.	Elaborar diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.
	Desarrollo de actividades de promoción comercial.	Implementar una plataforma electrónica para la promoción de productos.
		Descentralizar ferias y eventos comerciales.
<b>2</b>	Desarrollar actividades de certificación de calidad.	Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.
	Canalizar la asistencia técnica especializada por parte del estado y universidades.	Crear y/o adecuar fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero.
		Fortalecer la asociatividad de productores a nivel regional
<b>3</b>	Promover la difusión de fondos concursables del Estado	Elaborar guía informativa sobre fuentes de financiamiento
		Implementar asesoría financiera sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos
	Simplificar los procesos tributarios y aduaneros incrementando su acceso y eficiencia con énfasis en las pymes.	Implementar esquema de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.

Pilares	Brechas de competitividad	Acción específica
4	Fortalecimiento de las capacidades empresariales para la exportación.	Desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.
	Incrementar el nivel tecnológico en procesos industrializados.	Desarrollo de capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado. Implementar pasantías tecnológicas.

*Nota.* Adaptado de Plan Nacional Exportador 2025 (2019).

**Tabla 3**

Acciones específicas y sus indicadores para la cadena Moda 2018-2025

Acción específica	Indicador	Meta		
		2018	2021	2025
1. Elaborar un diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.	Diagnóstico desarrollado	1		
2. Implementar una plataforma electrónica para la promoción de productos.	Plataforma implementada		1	
3. Descentralizar ferias y eventos comerciales.	N° de eventos comerciales desarrollados en Arequipa	1	2	4
4. Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.	N° de laboratorios acreditados		1	
5. Crear y/o adecuar fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero.	N° de fondos disponibles	1		

Acción específica	Indicador	Meta		
		2018	2021	2025
7. Elaborar guía informativa sobre fuentes de financiamiento.	Guía elaborada	1		
8. Implementar asesoría financiera sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos.	N° de asesorías	2	5	9
9. Implementar esquema de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.	N° de mecanismos de defensa implementados	1	3	
10. Desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.	N° de capacitaciones	6	15	27
11. Desarrollo de capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado.	N° de capacitaciones	3	12	24
12. Implementar pasantías tecnológicas.	N° de pasantías	1	7	15

*Nota.* Adaptado de Plan Nacional Exportador 2025 (2019). Cada acción específica es considerada en el Anexo A en el cuadro de operacionalización de las variables como indicador para medir las dimensiones de la variable Estrategias.

### **2.2.7. Exportación de Bienes**

En el Perú, los bienes exportados están controlados por la SUNAT (2016) y es “el régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y la cual no está afectada a tributo alguno”.

Para García (2012), esta se define como: “operación económica mediante la cual un país (empresas del país) vende mercancías o presta servicios a otros países, siempre que:

traspasen el territorio aduanero del país vendedor-exportador, exista una contraprestación monetaria o no monetaria y se cumplan las formalidades aduaneras” (p. 92).

El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior conocido como SIICEX (2008) lo describe como la salida legal de bienes y servicios nacionales o también, la “salida de cualquier mercadería de un territorio aduanero”.

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego conocido como MIDAGRI (2015) sostiene que las exportaciones se dividen en dos, la indirecta y la directa. En la primera un operador de carga o un cliente nacional que se encargara de todas las actividades involucradas en la exportación del bien. Este método, que resulta más seguro, es empleado por las empresas que recién empiezan para introducir su producto al mercado internacional. En la exportación directa, la empresa asume todas las actividades involucradas en el desarrollo del proceso de exportación. En esta práctica, la organización ejerce un control más amplio sobre el proceso, establece relaciones directas con los mercados y clientes, y logra obtener mayores beneficios.

Los regímenes que existen entre las formas de exportación incluyen la exportación definitiva y la temporal, según PROMPERU (2022). La exportación definitiva se refiere a la salida de mercancías que pueden circular libremente en el territorio aduanero con el propósito de ser utilizados o consumidos de manera definitiva. En otra instancia, la exportación que es temporal implica la salida de bienes nacionales o nacionalizados para ser reimportados con la condición de exportarlas definitivamente en un periodo establecido, después de haber pasado por un proceso de reparación, mejora o cambio.

### ***2.2.8. Dimensiones de las Exportaciones***

Daniels et al. (2013) determinan tres dimensiones que impulsan las exportaciones:

- Rentabilidad: es la comercialización de productos a precios superiores que a los que se alcanzaría localmente, lo que incrementa el valor de las exportaciones.

- **Productividad:** las exportaciones estimulan la productividad a una escala más alta que la necesaria para venta nacional, lo que lleva a que las empresas hagan uso de su capacidad no utilizada y en muchos casos lleva a la innovación de los procesos de producción.
- **Diversificación:** En términos de diversificación, Daniels et al. (2013) sostienen que esta consiste en la oportunidad de acceder a diferentes mercados y productos, lo que fortalece su capacidad de adaptación; de igual manera, mejora la negociación con los proveedores, permitiendo reducir sus costos y tener tasas de crecimiento más dinámicas.

### ***2.2.9. Sector Exportador Textil Arequipeño***

Según Comex Perú (2022), Arequipa se destaca como es uno de los principales exportadores nacionales en el sector textil, ocupando el tercer lugar con 10.8% de participación en el total de exportaciones después de Ica y Lima como principal exportador.

En Arequipa, las exportaciones provenientes del sector textil, según Delgado (2022), se encuentran concentradas en la fibra e hilados de alpaca y pelo fino. En este sentido, es importante señalar que en Arequipa no se siguen las mismas tendencias como en todo el Perú lo hacen; sin embargo, ha logrado resistir la crisis y disminuciones en el mercado internacional, destacándose además en el sector del algodón.

En otra perspectiva, el Plan Regional Exportador Arequipa (PERX) Arequipa (2018) considera a los hilados y fibra de alpaca como los productos más destacables de la región y a los que el conjunto de acciones específicas descritos en este plan deberán dirigirse, por lo que se entiende que las acciones son aplicadas por igual a toda la industria a excepción de la cuarta acción que solo es aplicable a la fibra y tejido de alpaca.

**Tabla 4***Principales productos de la industria textil para exportación en Arequipa*

<b>Productos</b>	<b>Hilados</b>	<b>Fibras textiles</b>	<b>Prendas de vestir y otras confecciones</b>
Reseña de los mercados de exportación	Utilizado en la confección de prendas de vestir. Los destinos principales son: Alemania, Estados Unidos, Brasil, Chile.	Los destinos principales son Italia, Corea del Sur, China, Japón y Taiwán.	Los destinos principales son Alemania, Estados Unidos, Brasil, Chile.
Reseña de situación de la oferta	Existen variedades de hilados según las plantas y/o animales. La oferta exportable va desde los hilados de lana hasta lino.	Los principales productos ofertados son la fibra de alpaca, llama y vicuña. Por otro lado, también se procesa algodón pima y otros.	Los principales productos exportados son polos de algodón, chompas de alpaca, confecciones de tejido plano.
Reseña de la gestión organizacional	Las asociaciones ganaderas de alpaca, pequeños ganaderos y agricultores son las que suministran materia prima a diversas empresas encargadas de su transformación como también a Centros de Innovación Tecnológica de Artesanías. Asimismo, existen asociaciones que elaboran el Hilado de Forma artesanal.	La crianza y obtención de fibra de alpaca son algunas de las actividades básicas en donde laboran productores y comunidades de bajos ingresos y vulnerables a los cambios climatológicos. Luego las empresas más resaltantes se encargan del procesamiento; dentro de este grupo se encuentran pequeñas empresas como Coopecan y otras PYMES artesanales.	Resaltan empresas que son consideradas grandes y otras pequeñas las cuales poseen una participación notable en las exportaciones totales dirigidas a mercados internacionales.

<b>Productos</b>	<b>Hilados</b>	<b>Fibras textiles</b>	<b>Prendas de vestir y otras confecciones</b>
Zonas de producción	La producción de hilados artesanales se realiza en la provincia de Caylloma, también en Cerro Colorado - Arequipa, entre otras.	La producción de fibra de alpaca y vicuña en Arequipa se da en Caylloma y otras provincias.	Arequipa es la principal zona de producción.

*Nota.* Adaptado de PERX- Plan Regional Exportador Arequipa (2019).

Según el MINCETUR (2022) las exportaciones de productos de la región, los principales protagonistas son los derivados de lana y pelo fino, representando el 87% del total de exportaciones, considerándose como el producto más destacable en el año 2021, seguido por producto derivados del algodón, con el 11% de participación.

Según el directorio de exportadores de PROMPERU (2022), en el 2021 se registraron 88 empresas y 112 empresas en el 2022 de todos los estratos empresariales que realizaron actividades de exportación dentro del sector de la ciudad de Arequipa.

#### **2.2.10. La MIPYME del sector textil exportador en Arequipa**

Según la Ley 30056 (2014) MIPYME es el acrónimo que se utiliza para mencionar a las micro, pequeñas y medianas empresas que según el artículo cinco de esta ley, tienen las siguientes características: En una microempresa las ventas anuales no deben exceder el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). En la pequeña empresa las ventas anuales deben ser superiores a 150 UIT y no deben exceder el monto máximo de 1700 UIT. Finalmente, en la mediana empresa las ventas anuales deben ser superiores a 1700 UIT y no deben exceder el monto máximo de 2300 UIT. Adicionalmente, la ley menciona el valor de ventas como único parámetro para determinar el estrato empresarial.

En la ciudad de Arequipa las empresas MIPYME que reportaron exportaciones durante el 2021 y 2022 y que además tuvieron exportaciones en el 2019 antes de la pandemia;

fueron un total de 32 según datos compartidos por PROMPERU (2023) y SUNAT (2023), Anexo C y D. El principal representante del sector en valor Free On Board (FOB) fue Andesland S.A.C. durante este periodo.

#### **2.2.11. Definición de Términos**

- Oferta exportable: Se puede definir como la capacidad de gestión, productiva, financiera y económica de una empresa que garantiza la posibilidad de exportar un producto o servicio (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, s.f.).
- Competitividad: Labarca (2007) señaló la definición que brinda Porter como “la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales” (p. 160).
- MIPYMES: Micro, pequeña y mediana empresa es el principal componente de la economía en América Latina ya que contribuye con el empleo, los ingresos, dinamiza la actividad productiva de las localidades y erradica la pobreza. Solo en América Latina, genera el 90% del movimiento económico y contribuye del 20 hasta el 50 por ciento en el PBI (Alvarez y Duran, 2009).
- Coronavirus: Covid-19 es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. Se caracteriza por afectar al sistema respiratorio, que se presenta muchas veces de forma crónica en personas mayores o con enfermedades subyacentes. No es singular de alguna edad. Cualquier persona podría contraerla y se propaga desde la boca o nariz en pequeñas partículas al toser, estornudar, hablar, cantar o respirar (OMS, 2022).
- Pandemia: Enfermedad que se propaga a nivel internacional y afecta a todas las personas de una localidad o región (Real Academia Española, s.f, definición 1).

## CAPÍTULO III: MÉTODO

### 3.1. Tipo de Investigación

Este estudio adoptó un enfoque no experimental de tipo cuantitativo, en el que se utilizó la recolección de datos para poner a prueba las hipótesis planteadas mediante la medición numérica de las variables y el análisis estadístico. Este proceso se presentó mediante una serie de pasos metodológicos (Hernández et al., 2014).

Siguiendo el diseño transeccional, se recolectó la información en un tiempo único y en un momento específico, con el fin de analizar y describir la incidencia de las variables e interrelación solo en el 2021 y 2022.

La investigación tuvo en primer lugar un alcance exploratorio, dado que se llevó a cabo luego de un escenario particular que es la crisis económica luego de la pandemia a causa del Covid-19. El cual ha sido poco abordado por ser un evento nuevo a nivel mundial.

Posteriormente pasó a tener un enfoque descriptivo al examinar características específicas de las variables, tales como las acciones según los pilares del PENX 2025. Asimismo, se adoptó un alcance correlacional con el fin de establecer relaciones entre las variables y analizar el impacto de las condiciones y estrategias sobre la tercera variable exportaciones (Hernández et al., 2014).

La unidad de estudio está determinada por las MIPYMES exportadoras del sector textil en Arequipa que operaron en los años 2021 y 2022, según el “Directorio de exportadores” de PROMPERU.

Según la información proporcionada por PROMPERU, 32 empresas MIPYMES dedicadas a la exportación en el sector textil, exportaron de manera constante en los años 2019, 2021 y 2022, estas constituyen la población objeto de este estudio. Sin embargo, el método para realizar el muestreo en esta investigación, fue no probabilístico por

conveniencia. Esta elección se fundamenta de acuerdo a los recursos y al tiempo disponible para su realización.

En este sentido, se utilizó una muestra abalada en el concepto de Pareto el cual sostiene que el 80 % de las consecuencias son el resultado del 20 % de las causas (Sales, 2013). De acuerdo a este principio, se seleccionó la población en la que se concentra el 80% de crecimiento del sector MIPYME textil, el cual está conformado por 6 empresas, las cuales fueron seleccionadas de acuerdo a su participación en el crecimiento del sector comparando el 2019 versus 2020 y el 2021 versus 2022, excluyendo el 2020 ya que, según los estudios antes mencionados de CEPAL (2020), en este año hubieron disrupciones que alteraron las tendencias habituales de las exportaciones, sin embargo, se fueron recuperando progresivamente. Por lo tanto, con la intención de evitar sesgos en las conclusiones se decidió excluir las exportaciones realizadas por las MIPYMES textiles en el año 2020.

### **3.2. Técnicas/Instrumentos/Equipos/Recursos**

Para recopilar información sobre las variables “condiciones”, “estrategias” y “exportaciones” se empleó la técnica de encuesta, llevada a cabo directamente con un representante de cada empresa del sector textil exportador de Arequipa.

El medio de recolección de información o instrumento seleccionado fue el cuestionario, el cual estuvo conformado por en un conjunto de preguntas referidas a las tres variables en sus dimensiones respectivas.

Para llevar a cabo el análisis y procesamiento adecuado de los datos recopilados, se empleó herramientas específicas, principalmente el programa Microsoft Excel y el software estadístico IBM SPSS Statistics.

#### **3.2.1. Validación de Instrumentos**

La validez del cuestionario fue establecida mediante la aplicación del criterio de juicio de expertos. Este proceso implicó la evaluación y aprobación por parte de tres profesionales

expertos en el tema. Los cuales evaluaron el cuestionario siguiendo cinco criterios: claridad en la redacción, coherencia interna, inducción a la respuesta (sesgo), lenguaje adecuado con el nivel del informante y validez en la medición de la variable. En relación a estos tres criterios, los profesionales coincidieron en que el cuestionario es apto y aplicable para la siguiente investigación. Es relevante resaltar también que, todos compartieron la percepción general de que el instrumento posee indicaciones precisas y claras para responder. Además, consideraron que los ítems permiten alcanzar el logro del objetivo principal de esta investigación, a su vez, indican que la cantidad de ítems son suficientes para recopilar la información de manera adecuada.

**Tabla 5**

*Validación de instrumentos por expertos.*

N°	Nombre y apellido	Grado académico	Dictamen
1	Jafel Granados García	Mg. en Administración de Negocios	Aplicable
	Ana Sofía Fernández	Mg. en Administración de Negocios e	Aplicable
2	Vargas	Ingeniera Industrial, desarrollando el Doctorado en Ciencias: Educación.	
	Eder Gerónimo Arisaca	Mg. en Ingeniería con mención en	Aplicable
3	Mamani	Productividad y Calidad e Ingeniero, desarrollando el Doctorado en Ciencias: Educación.	

*Nota.* Los formatos y documentos de validación de los instrumentos se encuentran en el Anexo H, pág. 138 y 139.

### **3.3. Procedimiento**

Los datos recogidos fueron codificados en valores numéricos. Posteriormente, se elaboró un libro de códigos que contuvo la matriz numérica de datos, en el que se incluyeron las variables de la investigación, preguntas, indicadores o ítems; categorías, códigos y número de columna en la matriz. Esta matriz se aguardó en un programa de Excel y posteriormente se

transfirió a un programa de análisis, como el SPSS, para llevar a cabo el procesamiento y análisis estadístico.

En el análisis de datos también se utilizó el SPSS siguiendo los pasos sugeridos por Hernández, Fernández y Baptista (2014), como se explica en la Figura 3. Además, para poder realizar la comprobación de las hipótesis, se utilizó el Rho de Spearman, según los resultados obtenidos por la prueba de normalidad. Este enfoque permitió encontrar la relación entre las variables y validar las hipótesis

### Figura 3

*Procedimiento para el análisis estadístico de la investigación cuantitativa*



*Nota.* El gráfico fue tomado de Metodología de la Investigación (p. 272), por Hernández, Fernández y Baptista, 2014.

### 3.4. Muestra

Este estudio adoptó el enfoque metodológico haciendo uso de un Diagrama de Pareto. Este, se fundamenta en el análisis de las MIPYMES que han experimentado una participación notable en el crecimiento del sector en los periodos 2021 y 2022 pertenecientes al sector textil del departamento de Arequipa. Esta elección de las empresas se basa en la información proporcionada por PROMPERU, utilizando los valores FOB detallados en el Anexo D. En lo que se refiere al tamaño de las empresas, dicho criterio se determinó a partir de la información suministrada por SUNAT detallada en el Anexo F.

El procedimiento de selección se dividió en dos partes. En la primera, se considera específicamente aquellas MIPYMES que registraron exportaciones durante el año 2019, antes de la pandemia, y han sido mantenidas de manera constante en los años 2021 y 2022. Es pertinente destacar que, para la formulación de estos criterios, no se consideró de manera determinante la presencia de exportaciones durante el año 2020, ya que este periodo estuvo marcado por numerosas adversidades ocasionadas por las repercusiones de la pandemia. No obstante, la lista de empresas resultantes de la aplicación de este método muestra exportaciones significativas en el 2020, como se detalla en la Tabla 9.

**Tabla 6**

*Crecimiento de las MIPYMES para el 2021 según diagrama Pareto*

<b>Empresas</b>	<b>Tamaño</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Crecimiento 2019-2021</b>	<b>Crecimiento acumulado</b>
Empresa 1	pequeña	84595	114972	707150	28%	28%
Empresa 2*	mediana	1012052	1057133	1558398	25%	53%
Empresa 3*	pequeña	330566	427548	724494	18%	72%
Empresa 4	pequeña	174465	174355	384327	10%	81%
Empresa 5	micro	43869	122285	227088	8%	90%
Empresa 6	pequeña	67608	106546	127904	3%	92%
Empresa 7	micro	22077	49925	69898	2%	94%
Empresa 8	micro	55740	-	96133	2%	96%
Empresa 9	pequeña	114632	42617	149428	2%	98%
Empresa 10	micro	4050	43418	26660	1%	99%
Empresa 11	micro	16712	21421	32154	1%	100%
Empresa 12	micro	16183	11138	22085	0%	100%
Empresa 13	micro	74201	49608	75755	0%	100%
Empresa 14	micro	25	9285	5437	0%	100%
<b>TOTAL</b>					<b>100%</b>	

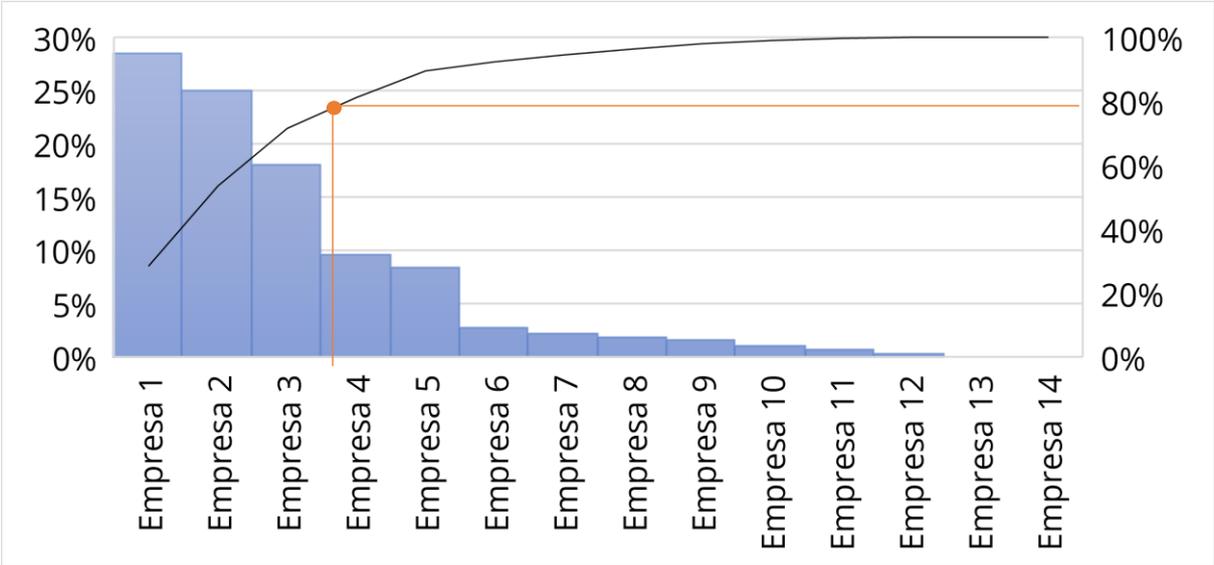
*Nota.* Elaboración propia según datos obtenidos de PROMPERU y SUNAT.

En la Tabla 9 se organiza de manera descendente la participación de cada empresa en el crecimiento del sector exportador textil comparando el 2019 con el 2021. Aplicando el principio de 80/20, considerando tanto el orden como el crecimiento acumulado; se determina que las tres primeras MIPYMES constituyen el núcleo que concentran la mayor proporción de las exportaciones pertenecientes al sector textil del departamento de Arequipa para el 2021. La descripción de la tabla 9 se encuentra mejor desarrollada en el Anexo C.

Asimismo, en el diagrama Pareto se derivan los datos contenidos en la Tabla 9 previamente exhibida. Este diagrama tiene como objetivo identificar y destacar las empresas con la participación más significativa en el crecimiento del sector para el 2021.

**Figura 4**

*Diagrama de Pareto de las MIPYMES con mayor crecimiento para el 2021*



*Nota.* Elaboración propia.

Según los datos expuestos en la Tabla 9 y la gráfica que nos brinda la herramienta Pareto, se evidencia una notable disparidad relacionada a las exportaciones que estas empresas registraron para el año de estudio dentro del sector textil y demuestra gráficamente la crucial participación de las primeras tres MIPYMES que fueron las elegidas en este estudio.

**Tabla 7***Crecimiento de las MIPYMES para el 2022 según diagrama Pareto*

<b>Empresas</b>	<b>Tamaño</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Crecimiento 2021-2022</b>	<b>Crecimiento Acumulado</b>
Empresa 1*	mediana	1558398	1975341	43%	43%
Empresa 2*	pequeña	724494	855662	13%	56%
Empresa 3	pequeña	530186	604957	8%	64%
Empresa 4	micro	51404	123791	7%	71%
Empresa 5	pequeña	144502	212877	7%	78%
Empresa 6	pequeña	80445	130280	5%	83%
Empresa 7	micro	22015	51878	3%	86%
Empresa 8	micro	75755	96470	2%	88%
Empresa 9	pequeña	114945	133071	2%	90%
Empresa 10	pequeña	127904	145077	2%	92%
Empresa 11	micro	10710	26039	2%	93%
Empresa 12	pequeña	14263	27739	1%	95%
Empresa 13	pequeña	149428	162538	1%	96%
Empresa 14	micro	96133	107737	1%	97%
Empresa 15	micro	14665	25066	1%	98%
Empresa 16	micro	10124	19769	1%	99%
Empresa 17	micro	17466	20960	0%	100%
Empresa 18	micro	3635	6250	0%	100%
<b>TOTAL</b>				<b>100%</b>	

*Nota.* Elaboración propia según datos obtenidos PROMPERU y SUNAT.

En la Tabla 10 se organizan de manera descendente la participación de cada empresa en el crecimiento del sector comparando el 2021 con el 2022. Aplicando el principio de 80/20, considerando tanto el orden como el crecimiento acumulado, el cual identifica que

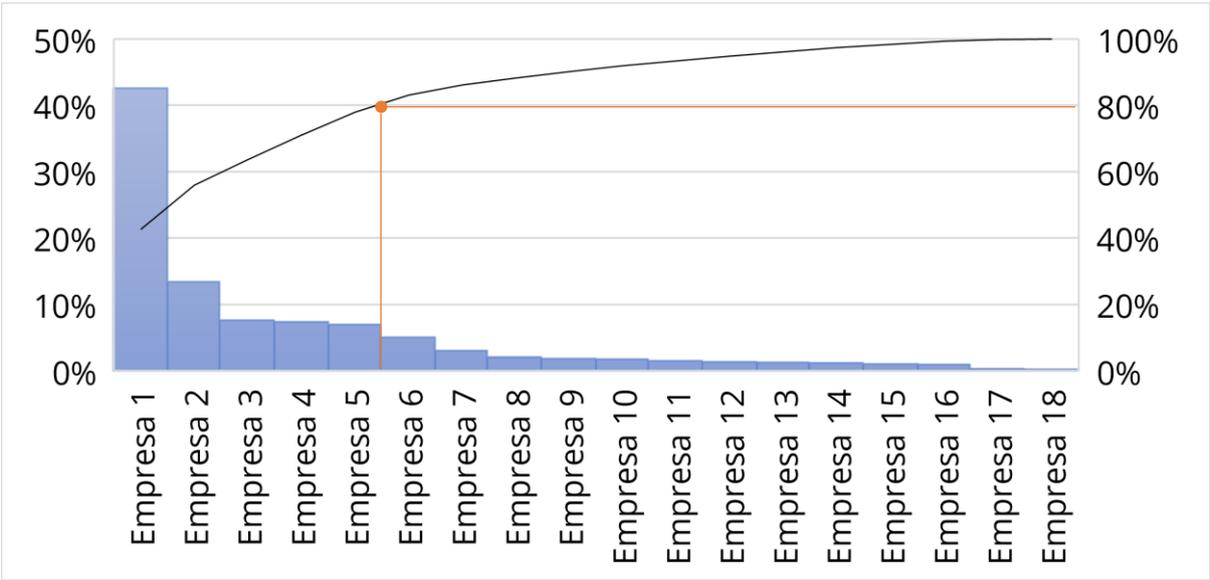
cinco MIPYMES constituyen el núcleo que concentran la mayor cantidad de las exportaciones que presentó el sector textil del departamento de Arequipa para el 2022.

Asimismo, se muestra el diagrama Pareto, que se deriva de los datos contenidos en la Tabla 10. Este diagrama tiene como principal objetivo identificar y destacar las empresas pertenecientes al sector textil que experimentaron el crecimiento más significativo para el año 2022. La descripción de la tabla 10 se encuentra mejor desarrollada en el Anexo D.

Debemos resaltar que en el departamento de Arequipa solo un total de 18 empresas son las que demostraron crecimiento en los registros de operaciones de exportación conforme a los datos proporcionados por PROMPERU. De este conjunto, trece son las MIPYMES que se encuentran repartidas dentro del 20% del porcentaje caracterizado por un crecimiento que no exhibe un grado notable de significancia en particular.

**Figura 5**

*Diagrama de Pareto de las MIPYMES con mayor crecimiento para el 2022*



*Nota.* Elaboración propia.

Después de aplicar la metodología de análisis Pareto, se demuestra que un grupo compuesto por seis empresas, Tabla 11, tienen una participación notable en el crecimiento del sector pertenecientes al departamento de Arequipa. La herramienta Pareto, al concentrarse en

la determinación y priorización de factores críticos, ha permitido identificar a estas MIPYMES. Este hallazgo ofrece una visión detallada y contextualizada del panorama empresarial en cuestión. Los productos exportados por las empresas seleccionadas según partida arancelaria, se pueden ver en el Anexo E. En relación, todas las empresas seleccionadas exportan hilados y fibras textiles, sin embargo, algunas también exportaron prendas en algodón y otros durante el periodo estudiado. Por lo que en este sentido se considera la aplicación de las estrategias propuestas en el PERX-Arequipa 2018 para identificar cuales tuvieron influencia en la recuperación de las exportaciones del sector.

### **Tabla 8**

*Principales características de las seis empresas con mayor participación en el crecimiento del sector*

<b>Descripción</b>	<b>Estrato empresarial</b>	<b>Tamaño por Ingresos</b>	<b>FOB \$ 2021</b>	<b>FOB \$ 2022</b>
Empresa 1	pequeña	Ingreso anual mayor a 150 UIT hasta 1700 UIT	707,150	452,057
Empresa 2	mediana	Ingreso anual mayor a 1700 UIT hasta 2300 UIT	1,558,398	1,975,341
Empresa 3	pequeña	Ingreso anual mayor a 150 UIT hasta 1700 UIT	724,494	855,662
Empresa 4	pequeña	Ingreso anual mayor a 150 UIT hasta 1700 UIT	530,186	604,957
Empresa 5	micro	Ingreso anual hasta 150 UIT	51,404	123,791
Empresa 6	pequeña	Ingreso anual mayor a 150 UIT hasta 1700 UIT	144,502	212,877

*Nota.* Elaboración propia. Según información compartida por PROMPERU (2023) y SUNAT (2023). Anexo C y D, pág. 133 y 134.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Resultados Descriptivos

#### 4.1.1. Variable Condiciones

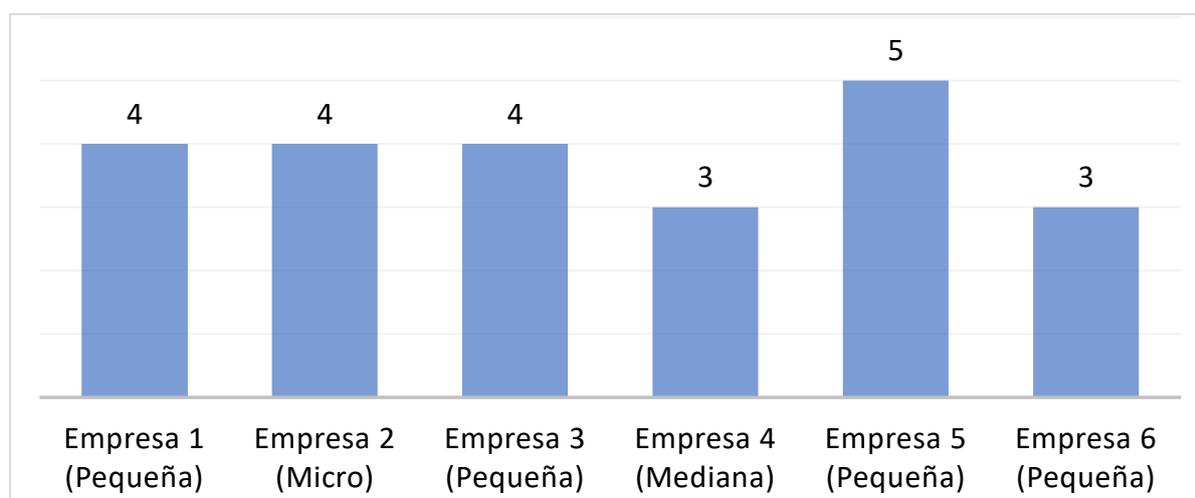
##### 4.1.1.1. Dimensión Estabilidad Económica

Para estudiar la dimensión Estabilidad Económica se realizó el análisis de los indicadores: crecimiento del producto, volatilidad del tipo de cambio, tasa de inflación y tipo de cambio. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Crecimiento del producto” se muestra que el 50% manifiesta concordancia con respecto a que sus empresas tuvieron un crecimiento estable; el 33% de las empresas encuestadas se encuentran en una posición neutral, sin manifestar acuerdo ni desacuerdo y el 17% en estar totalmente de acuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 6.

**Figura 6**

*Crecimiento de las MIPYMES exportadoras del sector textil en el periodo 2021 y 2022*



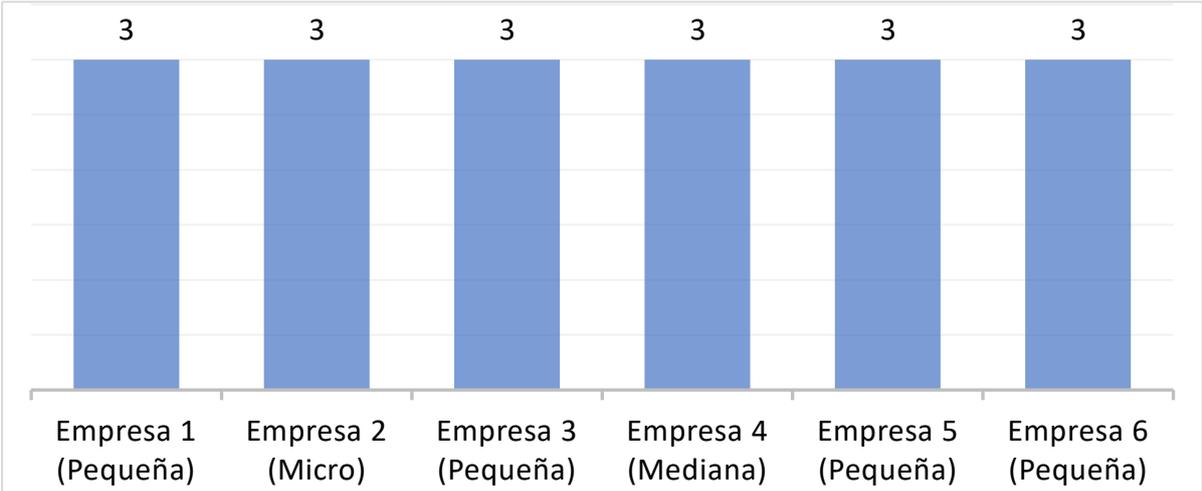
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El crecimiento de su producto ha sido estable en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Volatilidad del tipo de cambio” durante la implementación de la encuesta, se muestra que el 100% de las MIPYMES encuestadas coinciden en no manifestar una posición definitiva, ya que consideran estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo en relación a que la volatilidad del tipo de cambio representó un problema para sus negocios internacionales en los años 2021 y 2022, como se detalla en la siguiente Figura 7.

La ambigüedad expresada por las respuestas de las empresas del sector sugiere una percepción no determinante del efecto que la variación del tipo de cambio puede provocar en sus actividades. Asimismo, sugiere realizar investigaciones más detalladas para comprender claramente las dinámicas subyacentes de una percepción neutral manifestada con relación a la variable estudiada.

**Figura 7**

*Volatilidad del tipo de cambio en el periodo 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La volatilidad del tipo de cambio representó un problema para su empresa en el periodo 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Tasa de inflación” se muestra una tendencia notoria en las percepciones de la mayoría de las MIPYMES ya que coinciden en considerar que la tasa de

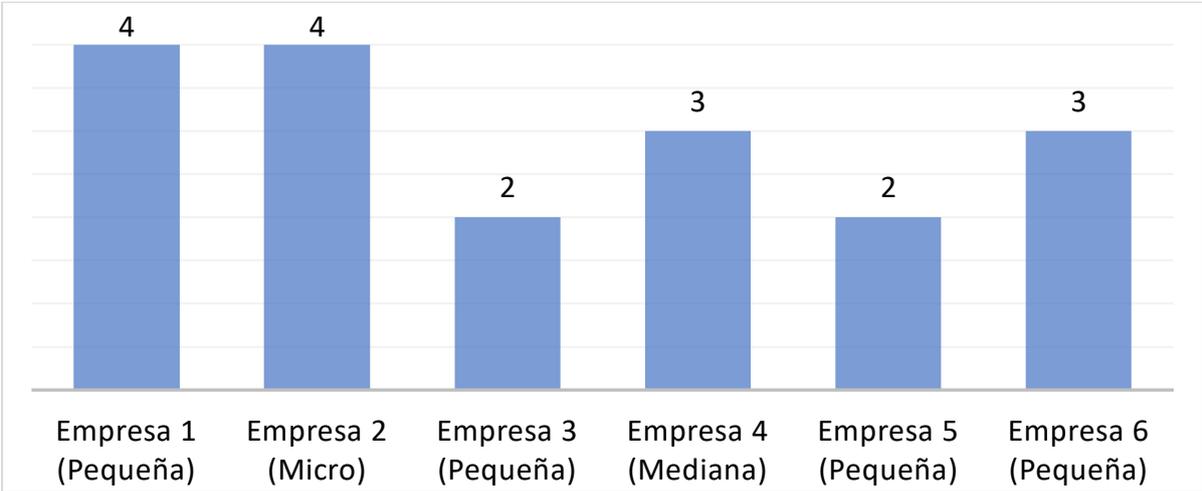
inflación representó un problema para su empresa en el periodo 2021 y 2022. Los resultados detallados expresan que el 33% de las empresas encuestadas están de acuerdo con esta afirmación, mientras que otro 33% mostro un grado aun mayor de concordancia al indicar que se encuentran totalmente de acuerdo.

De manera intrigante se muestra, un tercer grupo, equivalente al 33% de las empresas encuestadas, el cual exhibe una postura neutra al indicar que se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo en relación a que la tasa de inflación constituyo un problema para sus organizaciones.

La presentación visual de los resultados en la Figura 8 proporciona una visualización detallada de estas distribuciones.

**Figura 8**

*Efecto de la tasa de inflación en los años 2021 y 2022*



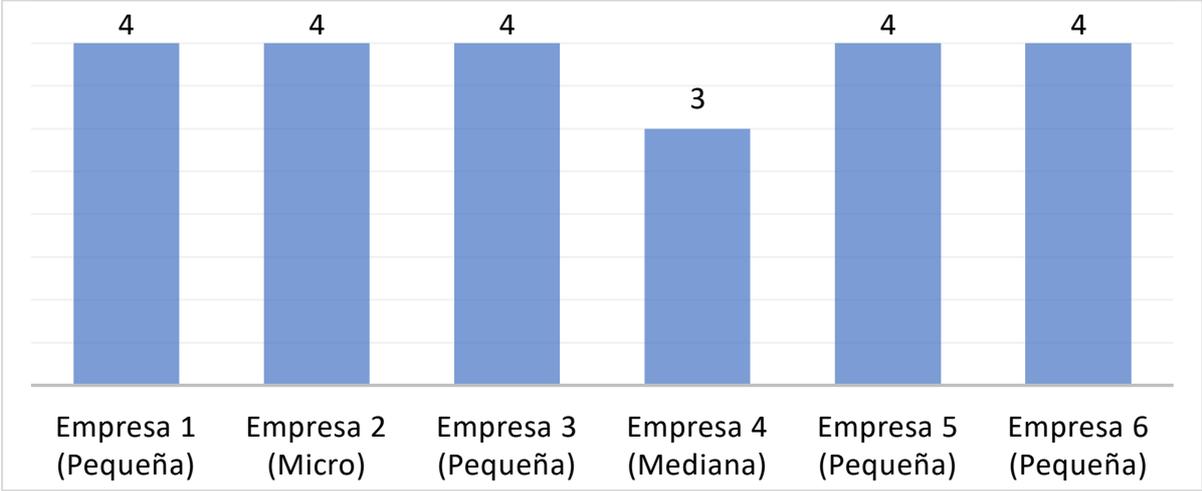
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La tasa de inflación representó un problema para su empresa en el periodo 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Tipo de cambio” se muestra que las micro, pequeñas y medianas empresas, que además representan el 83% de la muestra analizada, consideran que el tipo de cambio en los periodos 2021 y 2022 favoreció sus negociaciones internacionales.

También se puede observar que el 17% correspondiente a una empresa, de las empresas encuestadas, que corresponde a la mediana empresa, no se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo en relación a que el tipo de cambio en los periodos 2021 y 2022 favoreció sus negocios internacionales. Los resultados se pueden visualizar a detalle en la Figura 9.

**Figura 9**

*Efecto del tipo de cambio en los periodos 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El tipo de cambio en los periodos 2021 y 2022 favoreció sus negocios internacionales? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.1.2. Dimensión Política Comercial Abierta**

Para estudiar la dimensión Política Comercial Abierta se analizó el siguiente indicador: apertura media por el intercambio comercial. Es importante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “apertura media por el intercambio comercial” se muestra una distribución diversa de las opiniones entre las empresas participantes, donde destaca la mitad de las empresas representadas por el 50% las cuales adoptan una posición neutral, al expresar que se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo en relación a que el Perú tenía una política

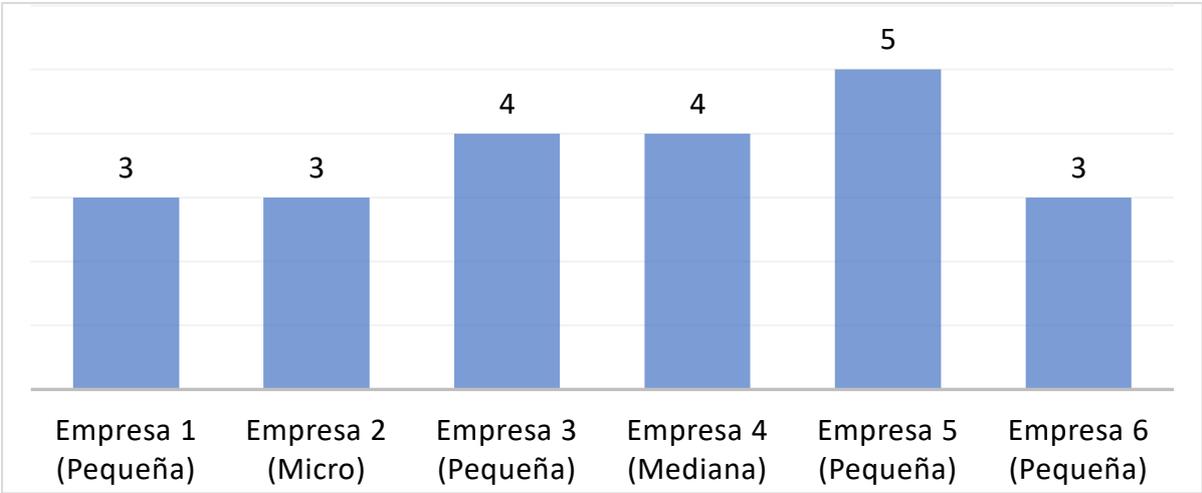
comercial abierta en el 2021 y 2022, esta afirmación refleja una percepción posiblemente ambigua en la interpretación de las políticas comerciales vigentes.

Paralelamente se muestra que el 33% manifiesta concordancia con la afirmación de que el país mantenía una política comercial abierta en los años estudiados, mientras que el 17% correspondiente a una empresa, indican estar totalmente de acuerdo. Estos porcentajes sugieren una inclinación positiva de un segmento significativo de las empresas encuestadas.

La presentación visual de los resultados en la Figura 10 proporciona una visualización detallada de estas distribuciones.

**Figura 10**

*Apreciación de la política comercial del Perú en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Cree usted que el Perú tenía una política comercial abierta en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

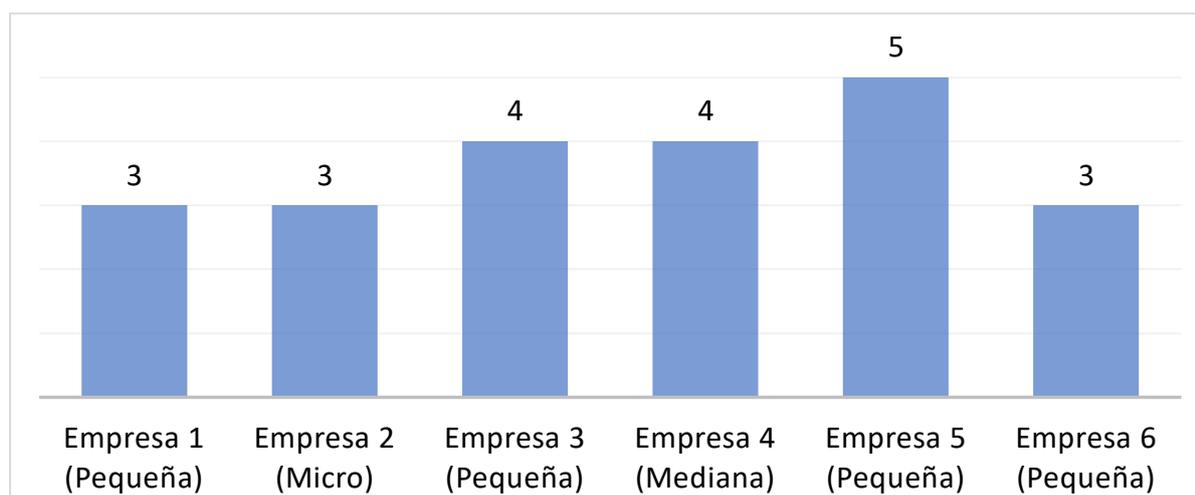
Al continuar analizando el indicador “Apertura media por el intercambio comercial” se muestra que el 50% de las empresas del sector encuestadas no se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo en relación a que la política comercial del Perú en los años 2021 y 2022 favorecía sus negocios internacionales, también se muestra que el 33% manifiesta estar de

acuerdo, seguido de un 17% correspondiente a una empresa, el cual está totalmente de acuerdo.

La presentación visual de los resultados que se muestran en la Figura 11 proporciona una visualización detallada de estas distribuciones.

**Figura 11**

*Efecto de la política comercial del Perú en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La política comercial del Perú en los años 2021 y 2022 favorecía los negocios internacionales? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

#### ***4.1.1.3. Dimensión Política Atracción de Inversión Extranjera***

Para estudiar la dimensión Política Atracción de Inversión Extranjera se llevó a cabo un análisis de los indicadores: nivel de protección arancelario y tasa de impuestos corporativos. Es importante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

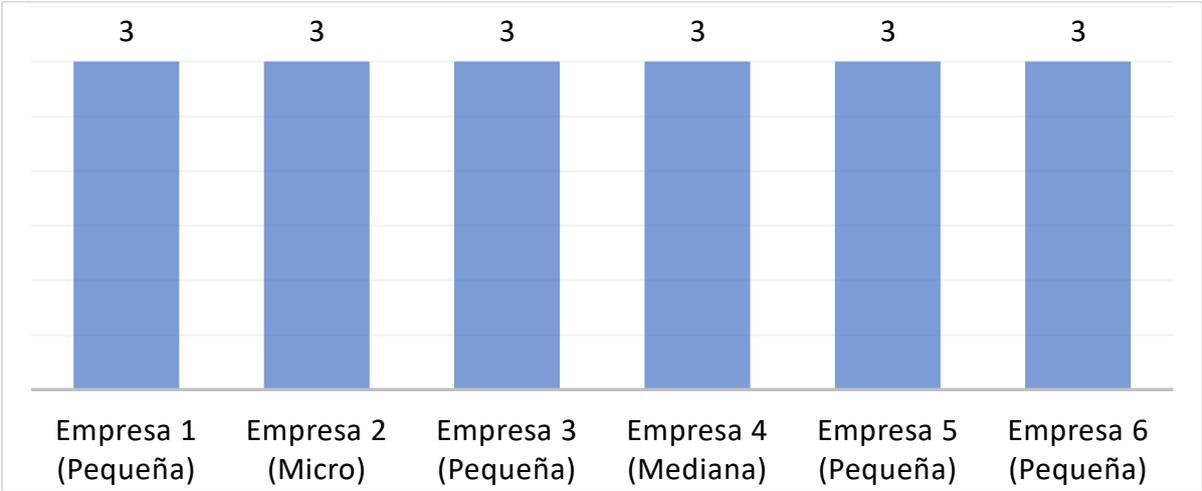
Al analizar el indicador “nivel de protección arancelario” durante la implementación de la encuesta, se muestra que el 100% de las MIPYMES encuestadas coinciden en no manifestar una posición definitiva, ya que consideran estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo en

relación a que el nivel de protección arancelario del Perú en los periodos 2021 y 2022 favorecía los negocios internacionales, como se detalla en la Figura 12.

La ambigüedad expresada por las respuestas de las empresas participantes del sector sugiere una percepción no determinante del efecto que el nivel de protección arancelario en el Perú puede provocar en sus actividades. Asimismo, sugiere realizar investigaciones más detalladas para comprender con mayor claridad las dinámicas subyacentes de la percepción neutral manifestada con relación a la variable estudiada.

**Figura 12**

*Apreciación del nivel de protección arancelario del Perú en los años 2021 y 2022*



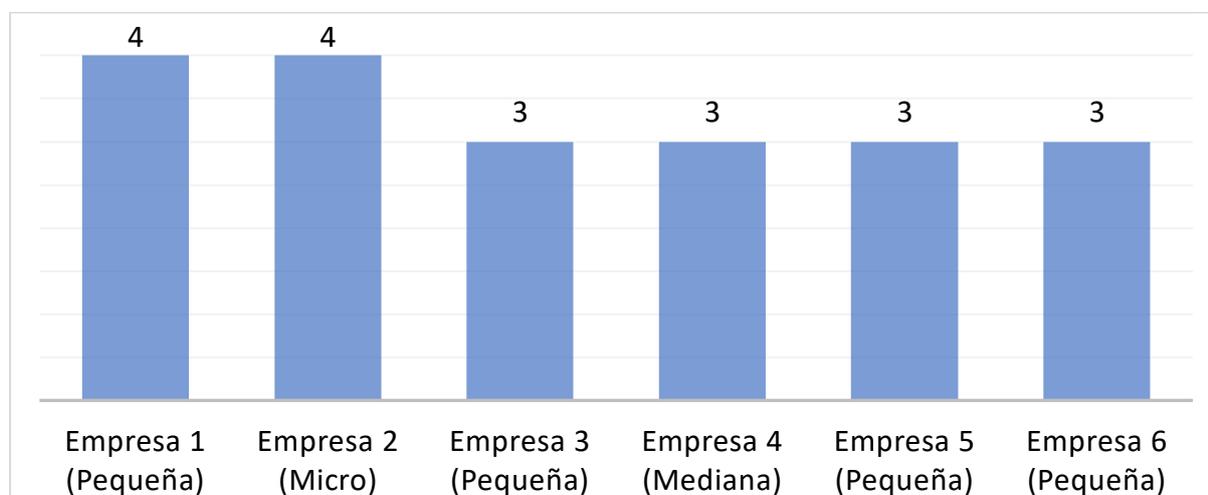
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El nivel de protección arancelario del Perú en los años 2021 y 2022 favorecía los negocios internacionales? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Tasa de impuestos corporativos” se muestra que el 67% de las MIPYMES encuestadas coinciden en no manifestar una posición definitiva, ya que consideran estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo en relación a la afirmación de que los impuestos a los negocios internacionales en el Perú fueron adecuados, mientras que un 33% manifiesta estar de acuerdo en que los impuestos a los negocios internacionales en el Perú

fueron adecuados en los periodos 2021 y 2022. Estos porcentajes sugieren una inclinación positiva entre un segmento del sector como se detalla en la siguiente Figura 13.

**Figura 13**

*Perspectiva de los impuestos en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Los impuestos en los años 2021 y 2022 a los negocios internacionales en el Perú fueron adecuados? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

#### **4.1.1.4. Dimensión Riesgo**

Para estudiar la dimensión Riesgo se llevó a cabo un análisis de los indicadores: riesgo político y solvencia económica del país receptor. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

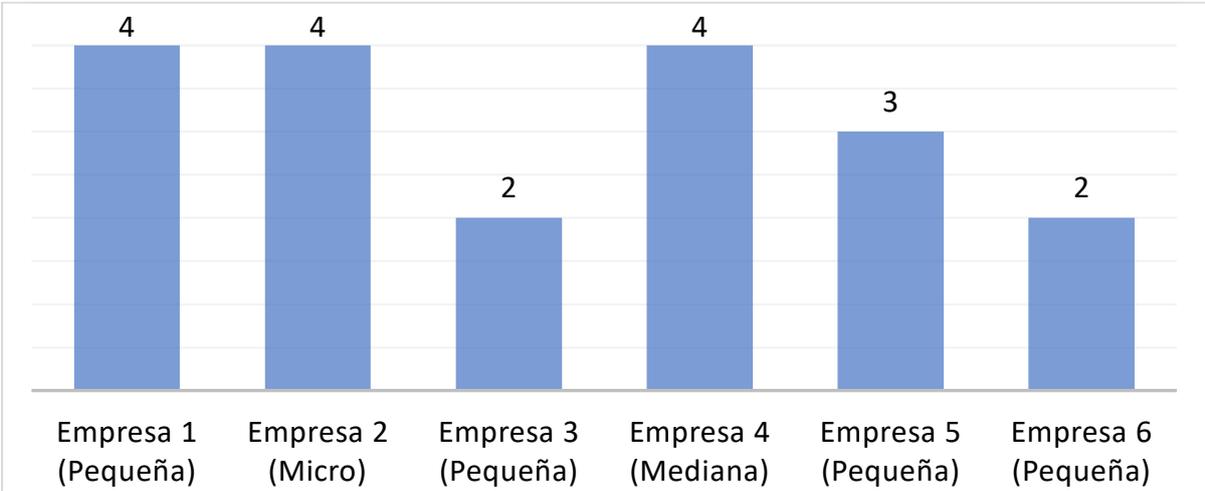
Al analizar el indicador “Riesgo político” se muestra un panorama distintivo en las percepciones de las empresas sujetas a la encuesta realizada. En cual se destaca que un 33% adoptan una posición neutra manifestando que no se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo en cuanto a la afirmación de que el riesgo político en los periodos 2021 y 2022 desfavoreció sus operaciones que se desenvuelven a nivel internacional. Esta percepción

podría denotar cierta ambigüedad o complejidad en la evaluación del impacto específico del riesgo político en sus empresas.

Sin embargo, se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, manifiesta estar concordancia con la afirmación de que el riesgo político sí tuvo un impacto negativo que afecto sus negocios internacionales durante los años de análisis. Un porcentaje más significativo, representado por el 50% indica estar totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren una inclinación marcada hacia la percepción de que las empresas si notaron cambios ocasionados por el riesgo político, teniendo un efecto negativo en ellas, como se detalla en la siguiente Figura 14.

**Figura 14**

Apreciación del riesgo político en los años 2021 y 2022



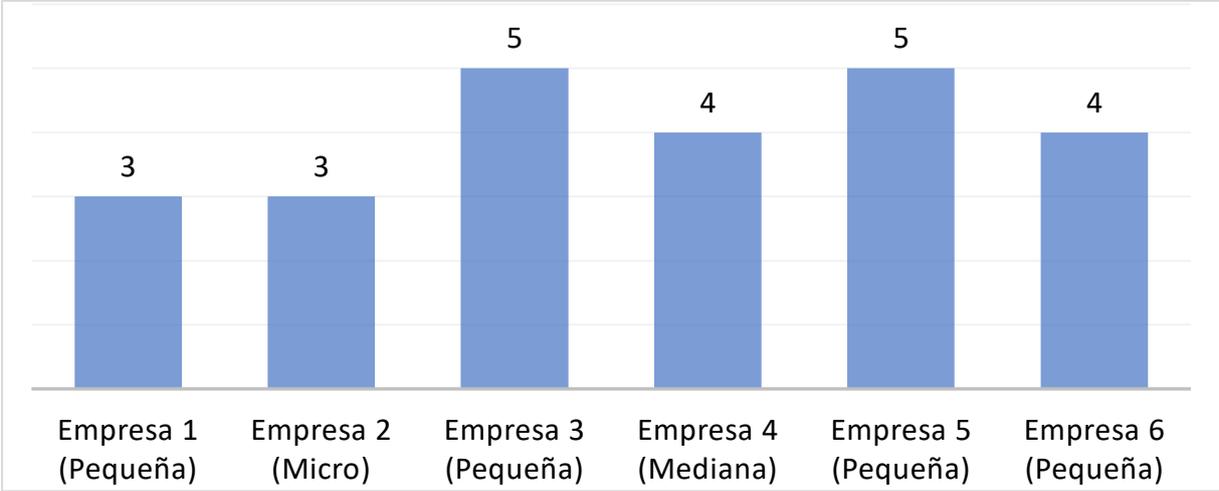
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El riesgo político en los periodos 2021 y 2022 desfavorecieron sus negocios a nivel internacional? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Solvencia económica de países receptores” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas se encuentran en una posición neutral, sin manifestar acuerdo ni desacuerdo en relación a que los países a los que exporta su empresa tuvieron

solvencia económica en el 2021 y 2022, el 33% se mostró de acuerdo y otro 33% totalmente de acuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 15.

**Figura 15**

*Solvencia económica de los países destino de las empresas exportadoras del sector textil en el 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Los países a los que exporta su empresa tuvieron solvencia económica en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.2. Variable Estrategias**

**4.1.2.1. Dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados**

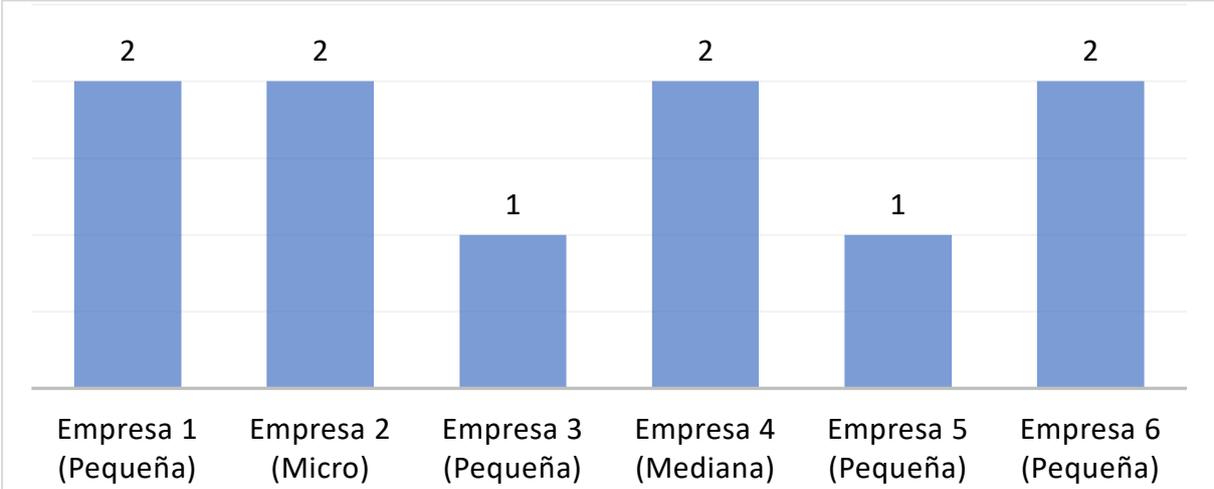
Para el estudio de la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados, se llevó a cabo un análisis de los indicadores: desarrollo de inteligencia comercial y consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Desarrollo de inteligencia comercial” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas sostienen una posición categóricamente negativa al expresar un completo desacuerdo en cuanto a la afirmación de que el gobierno elaboró un diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda adecuado enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022. Esta postura podría indicar una percepción crítica respecto a la capacidad del gobierno para comprender, abordar y comunicar eficazmente sus acciones en respuesta a las necesidades específicas del sector.

Continuamente un porcentaje aún más significativo del 67% manifiesta su desacuerdo, con la afirmación mencionada como se detalla en la siguiente Figura 16.

**Figura 16**

*Apreciación de las especializaciones técnicas en moda realizadas por el gobierno*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Considera que el gobierno elaboró un diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda adecuado para enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

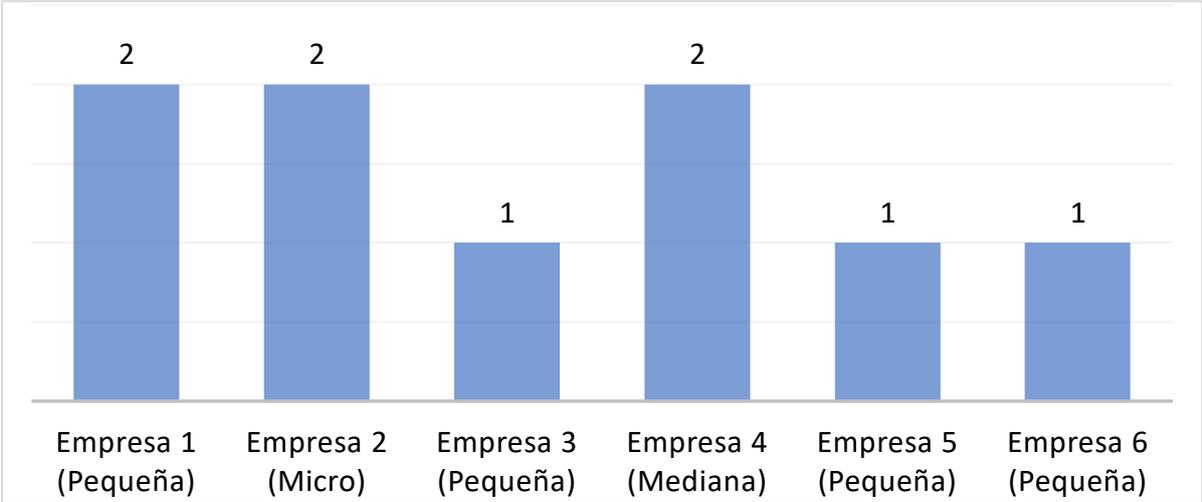
En este sentido, se muestra que la mitad de las empresas que participaron de la encuesta representado por el 50% sostienen una postura similar contundentemente negativa al manifestar un posicionamiento totalmente desacuerdo en relación a que el diagnóstico

sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda realizado por el gobierno les ayudó a enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022, del mismo modo el 50% restante manifiestan su desacuerdo con la afirmación, como se detalla en la siguiente Figura 17.

Esta paridad en las respuestas implica una percepción crítica respecto a la opinión negativa entre la muestra de empresas encuestadas, indicando una insatisfacción generalizada en relación con el impacto positivo de la utilidad que diagnóstico pudo haber tenido en sus estrategias para afrontar el panorama que se vivía durante el período analizado.

**Figura 17**

*Impacto de las especializaciones técnicas en moda realizado por el gobierno*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda realizado por el gobierno le ayudó a enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

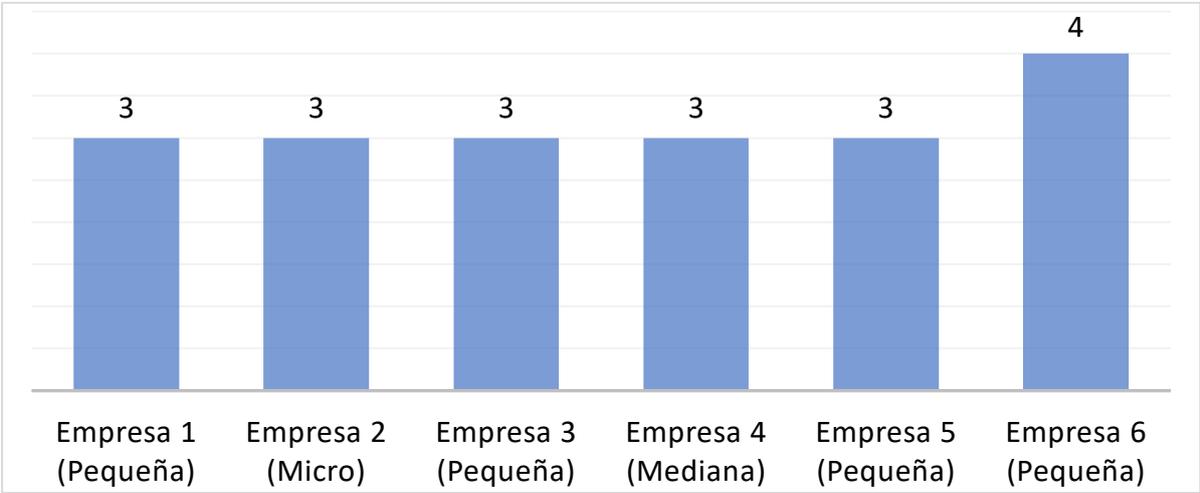
Al analizar el indicador “Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior” se destaca una tendencia en las percepciones de las empresas objeto de estudio. Concretamente se muestra que el 83% de las empresas encuestadas adoptan una posición neutral al expresar que no se encuentran ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación en relación a que el gobierno implementó una plataforma electrónica para la

promoción de productos en los años 2021 y 2022. Esta tendencia señala una falta de consenso entre las empresas respecto a la efectividad y visibilidad de las iniciativas del gobierno en el ámbito de la promoción comercial.

Sin embargo, un 17% correspondiente a una empresa, se mostró de acuerdo con la afirmación, indicando una posición positiva. Este grupo pequeño respalda la existencia de la implementación de esta herramienta electrónica como apoyo para impulsar sus negocios, como se detalla en la siguiente Figura 18.

**Figura 18**

*Apreciación de la implementación de una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El gobierno implementó una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas mantienen un posicionamiento negativo al mostrarse totalmente en desacuerdo con la afirmación en relación a que la implementación de una plataforma electrónica para la promoción de productos tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022. Este resultado sugiere la

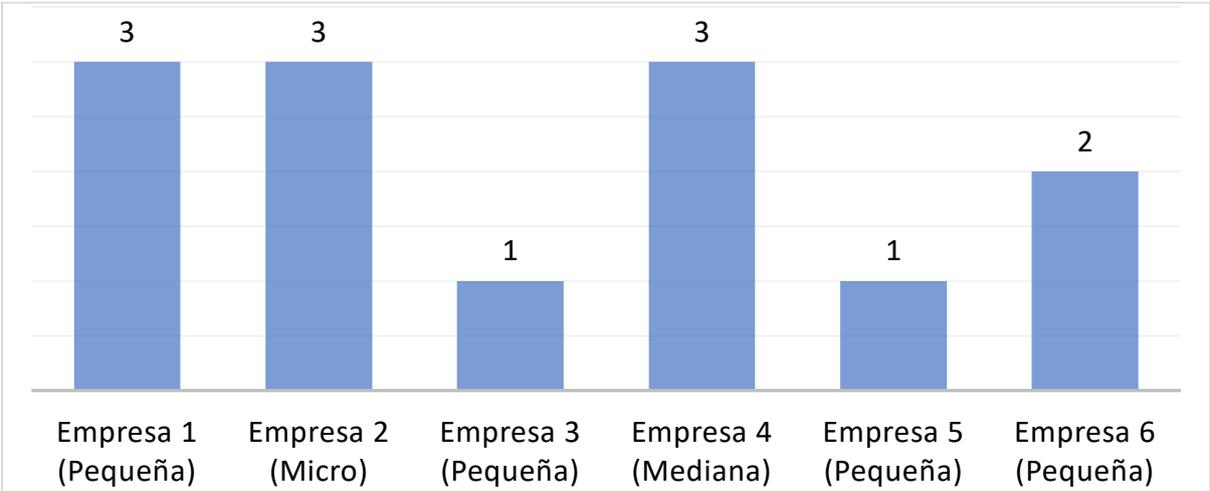
existencia de empresas que no percibieron beneficios sustanciales de la implementación de una plataforma electrónica.

Del mismo modo el 17% correspondiente a una empresa, mostró un desacuerdo con la afirmación, indicando una percepción negativa con menor grado. Asimismo, un 50% de las empresas adoptan una postura neutral al manifestar no estar ni de acuerdo, ni desacuerdo con el impacto positivo de la plataforma electrónica en sus operaciones internacional.

La presentación visual de los resultados en la Figura 19 proporcionan una visualización detallada de las opiniones de las empresas.

**Figura 19**

*Impacto de una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de una plataforma electrónica para la promoción de productos tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al continuar analizando el indicador “Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas adoptan una postura negativa al mostrarse en desacuerdo en relación a que el gobierno descentralizó

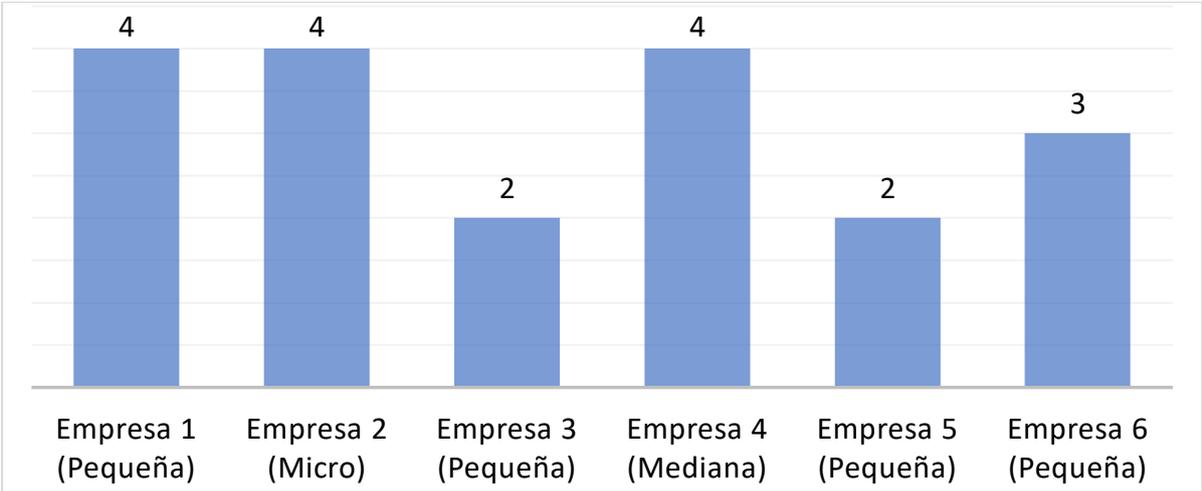
ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022. Esta posición implica una percepción desfavorable sobre las acciones del gobierno en la descentralización ferias y eventos.

Asimismo, un el 17% correspondiente a una empresa optó por tener una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni en desacuerdo, lo que podría indicar cierta indeterminación en la percepción de los efectos de la descentralización de ferias y eventos comerciales por parte del gobierno.

Por otro lado, un 50% muestran estar de acuerdo con la afirmación, lo que sugiere una percepción positiva de un número significativo de empresas. Esto indica que un porcentaje de las empresas si percibieron las acciones estratégicas de descentralización en ferias y eventos comerciales impulsados por el gobierno, como se detalla en la siguiente Figura 20.

**Figura 20**

*Apreciación de la descentralización de ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El gobierno descentralizó ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

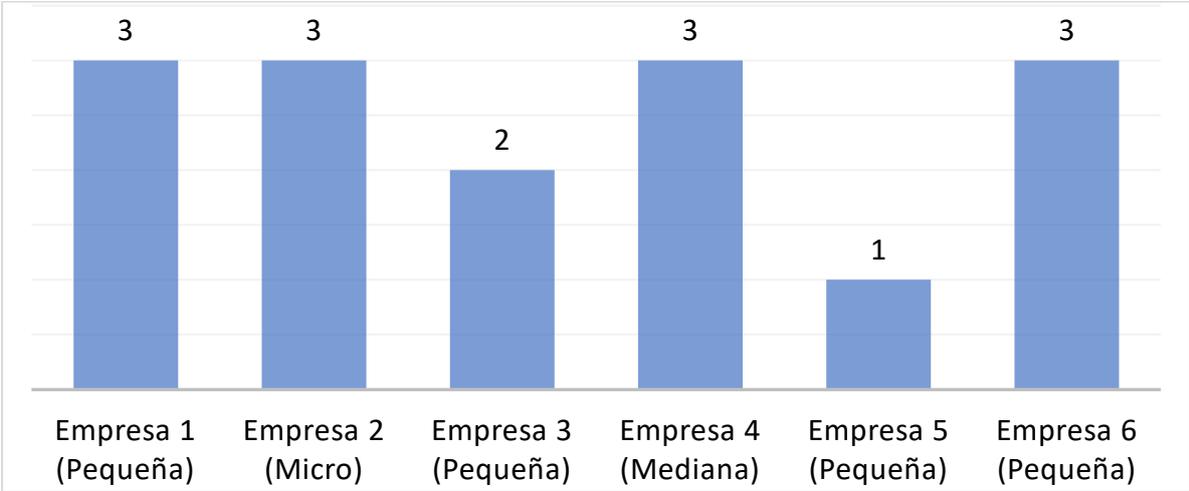
En este sentido, se muestra que un 67% de las empresas encuestadas adoptan una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación en relación a que la descentralización de ferias y eventos comerciales tuvo un impacto positivo para sus

empresas en los años 2021 y 2022. Esta mayoría indica indeterminación en relación a los efectos positivos de la descentralización de ferias y eventos en sus operaciones internacionales.

Por otro lado, un 17% correspondiente a una empresa, se mostró en total desacuerdo y de manera simultánea otro 17% correspondiente a una empresa, también manifiesta su desacuerdo, aunque con un menor grado de contundencia como se detalla en la siguiente Figura 21.

**Figura 21**

*Impacto de la descentralización de ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La descentralización de ferias y eventos comerciales tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.2.2. Dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible.**

Para el análisis de la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, se analizó el siguiente indicador: diversificar la oferta exportable. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es

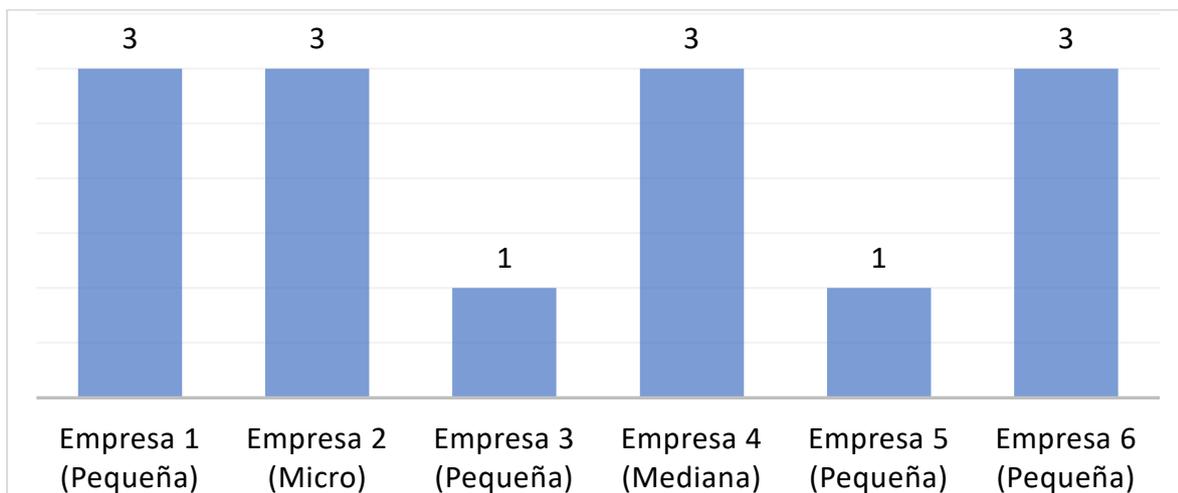
totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Diversificar la oferta exportable” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas adopta una postura negativa al expresar un completo desacuerdo en relación a que el gobierno implementó un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca en los años 2021 y 2022. Este grupo indica una percepción desfavorable respecto a implementación de iniciativas gubernamentales destinadas a fortalecer la certificación de productos mediante laboratorios acreditados.

Por otro lado, un 67% de las empresas adopta una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación, como se detalla en la siguiente Figura 22. Esta mayoría sugiere una cierta indeterminación en relación con la iniciativa.

**Figura 22**

*Apreciación de la implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca*



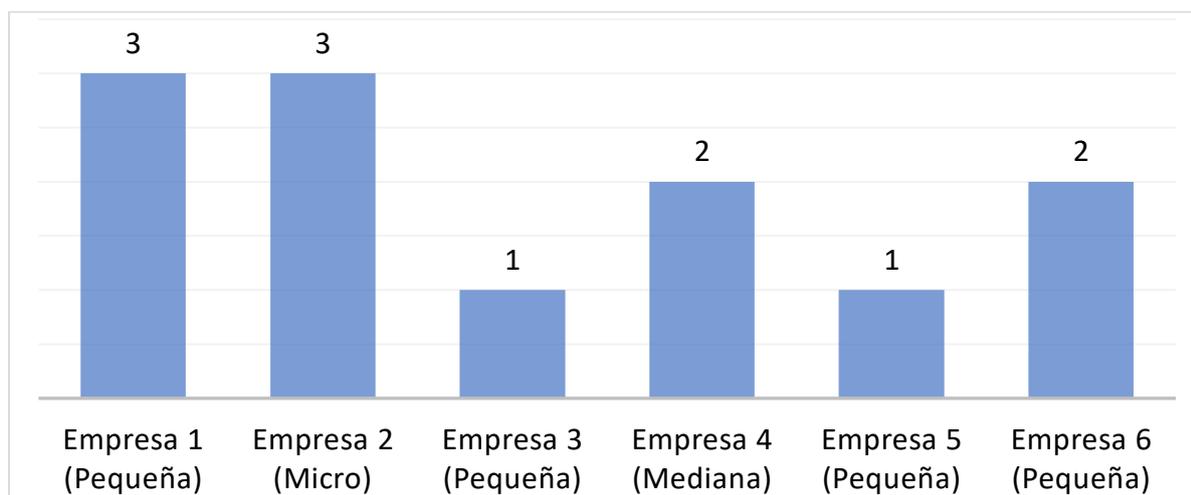
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El gobierno implementó un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca (Solo exportadoras de tejido de alpaca) en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas adopta una postura negativa al expresarse totalmente en desacuerdo con la afirmación que sugiere que la implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022. Esta posición indica una percepción negativa respecto a la utilidad y eficacia de la implementación del laboratorio.

Asimismo, otro 33% de las empresas encuestadas se mostró en desacuerdo con la afirmación, aunque en un nivel de contundencia menor. Por otro lado, un 33% de las empresas encuestadas optaron por una postura neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 23. Este panorama destaca la difícil percepción del impacto positivo de iniciativas como la que representa la implementación de esta acción.

**Figura 23**

*Impacto de la implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca en los años 2021 y 2022*



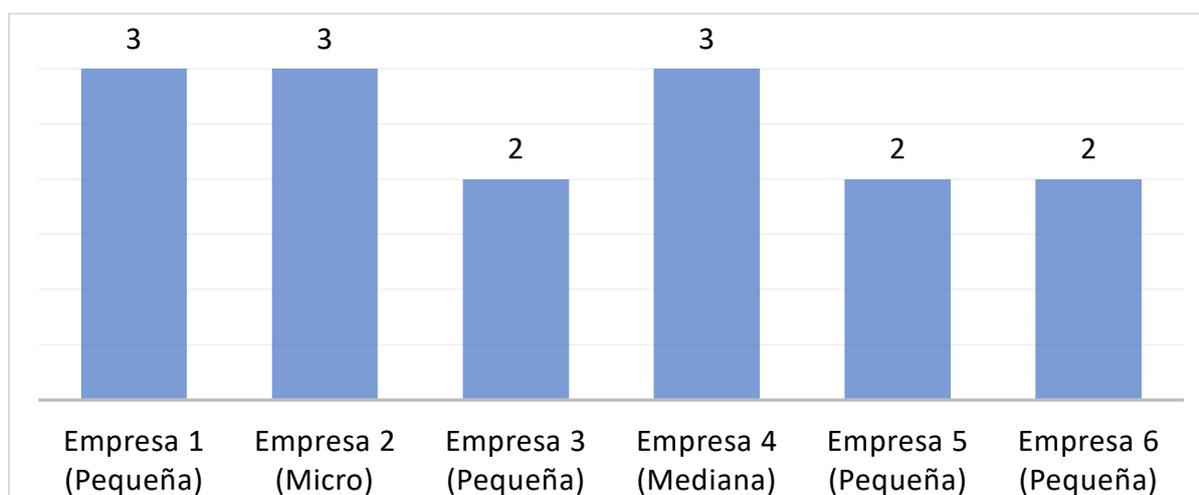
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca tuvo un impacto positivo para su empresa en el 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al continuar analizando el indicador “Diversificar la oferta exportable” se muestra que el 50% de las empresas encuestadas adopta una postura negativa al mostrarse en desacuerdo con la afirmación en relación a que el gobierno creó y/o adecuó fondos en el 2021 y 2022 para el registro de marcas y patentes en el extranjero. Esta postura sugiere la inexistencia de estos fondos para el registro de marcas y patentes impulsadas por el gobierno.

Por otro lado, un 50% adoptó una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación. Esta postura también sugiere una percepción desfavorable respecto a la existencia de esta iniciativa. Los resultados se pueden observar en la Figura 24.

**Figura 24**

*Apreciación de la creación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El gobierno creó y/o adecuó fondos en los años 2021 y 2022 para el registro de marcas y patentes en el extranjero? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

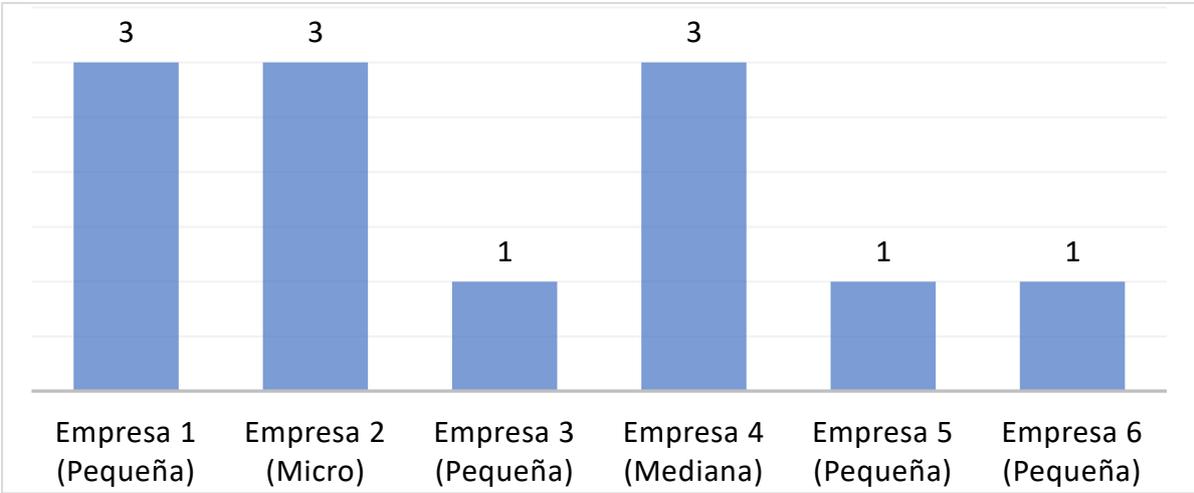
Dentro de este contexto, se muestra que el 50% de las empresas adoptan una postura negativa al expresar un completo desacuerdo con la afirmación respecto a que la creación y/o adecuación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero tuvo un impacto

positivo para sus empresas en el 2021 y 2022. Esta posición sugiere una percepción negativa respecto al impacto de estos fondos en las operaciones de las empresas. Este resultado es congruente con las respuestas del gráfico anterior relacionado a la existencia de estos fondos.

Por otro lado, un 50% adoptó una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere una falta de determinación con relación a los efectos de la creación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero. Los resultados se pueden observar en la Figura 25.

**Figura 25**

*Impacto de la creación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La creación y/o adecuación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

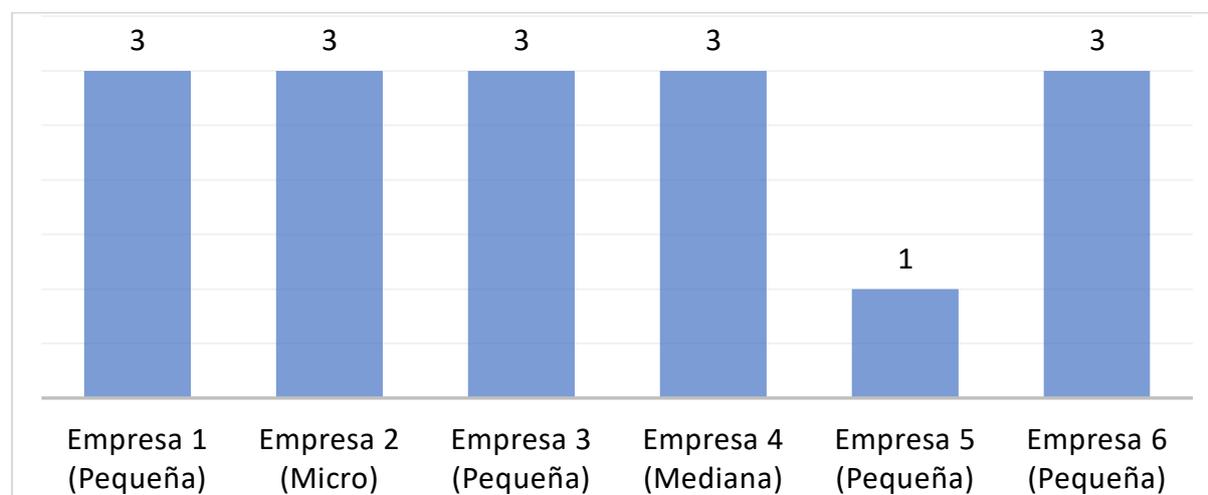
Al continuar analizando el indicador “Diversificar la oferta exportable” se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, mantiene una posición notoriamente negativa ya que se encuentran en total desacuerdo con la afirmación que sugiere que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 programas de capacitación en asociatividad.

Contrastado con esta perspectiva el 83% de las empresas encuestadas restantes adoptó una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación. Este fenómeno puede dar una perspectiva confusa en relación a la implementación de estos programas por el gobierno.

La presentación visual de los resultados en la Figura 26 proporcionan una visualización detallada de las opiniones de las empresas.

### Figura 26

*Apreciación de la implementación de programas de capacitación en asociatividad en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El gobierno implementó en los años 2021 y 2022 programas de capacitación en asociatividad? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

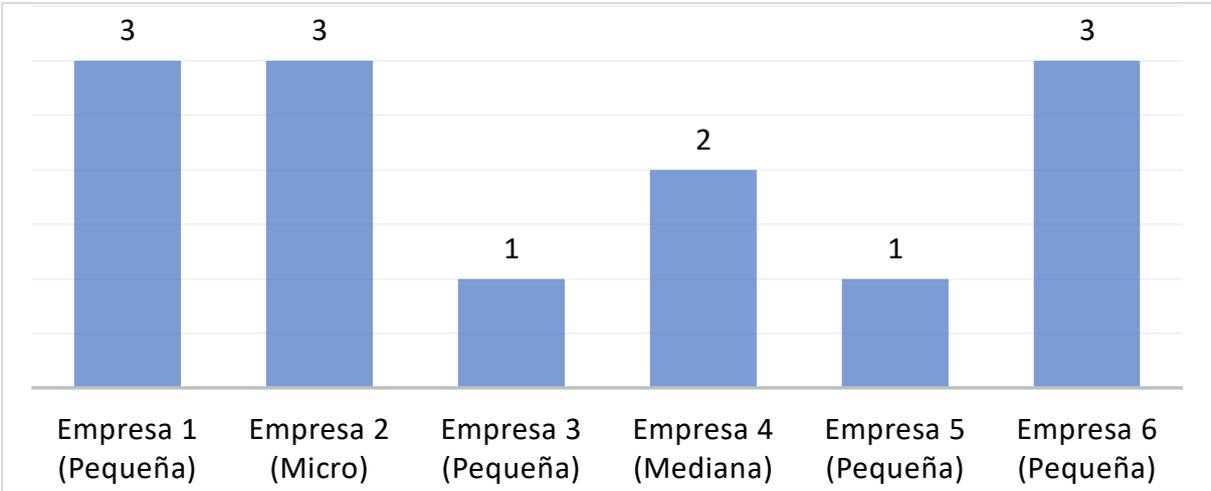
En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas muestran una marcada posición negativa al encontrarse total desacuerdo con la afirmación en relación a que la implementación de programas de capacitación en asociatividad tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022. Este resultado evidencia la percepción desfavorable

que tienen las empresas estudiadas en relación a los impactos que actividades como la implementación de capacitaciones en asociatividad tienen en sus operaciones internacionales.

Asimismo, el 17% correspondiente a una empresa, se mostró en desacuerdo en un grado menor al anterior respecto a esta afirmación. Adicionalmente, otro 50% optó por tomar una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni en desacuerdo con esta afirmación. Las respuestas evidencian una ambigüedad en la determinación si las acciones de este tipo tuvieron un impacto negativo o positivos, como se detalla en la siguiente Figura 27.

**Figura 27**

*Impacto de la implementación de programas de capacitación en asociatividad en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de programas de capacitación en asociatividad tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.2.3. Dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional**

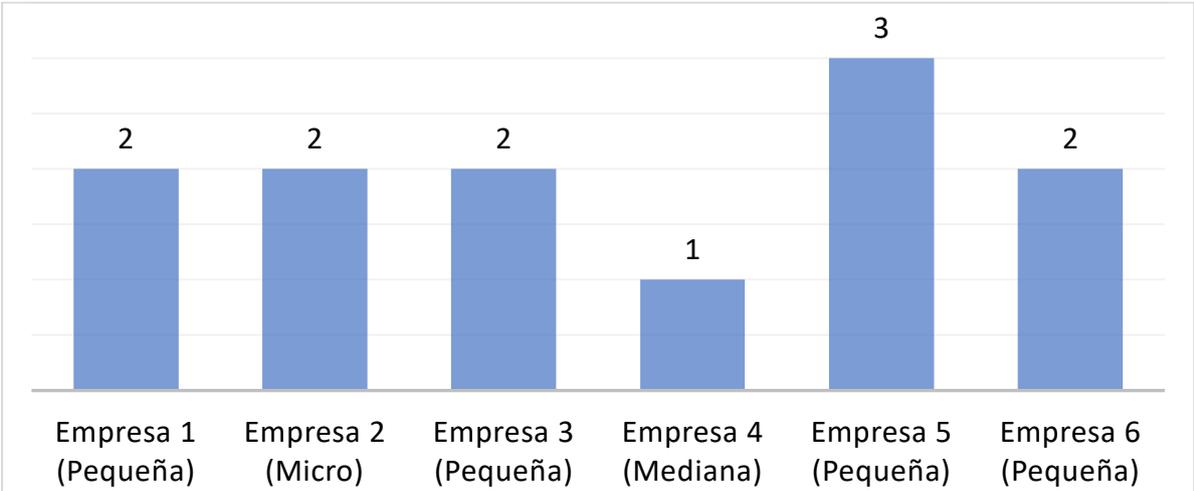
Para el análisis de la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, se llevó a cabo un análisis de los indicadores: financiamiento

del comercio exterior y mejorar el marco regulatorio, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert al igual que en las anteriores preguntas.

Al analizar el indicador “Financiamiento del comercio exterior” se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, se encuentra en total desacuerdo en relación a que estaba enterada que el gobierno elaboró una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022, el 67% se mostró en desacuerdo y otro 17% correspondiente a una empresa, se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 28.

**Figura 28**

*Apreciación de la elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno elaboró una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

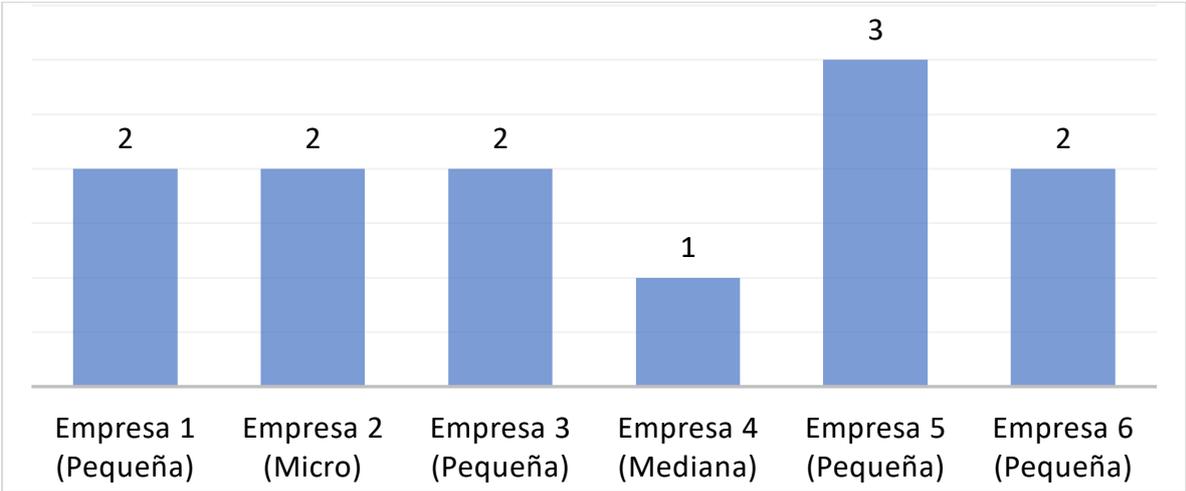
En este sentido, se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, manifiesta una marcada posición de negación mostrándose en total desacuerdo con la afirmación en relación a que la elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento tuvo un

impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022. Dentro de este, un significativo conjunto de empresas encuestadas destaca, representado por el 67% que se muestra también en desacuerdo, pero con un nivel menor al anterior.

Resulta significativo señalar que, existe otro 17% correspondiente a una empresa, que no ha adoptado una posición clara respecto a la afirmación mostrándose ni de acuerdo, ni desacuerdo reflejando una perspectiva neutral, el cual puede deberse a la complejidad que enfrentan las empresas al intentar identificar los efectos del impacto positivo o negativo, derivados de la implementación de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento, como se detalla en la siguiente Figura 29.

**Figura 29**

*Impacto de la elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

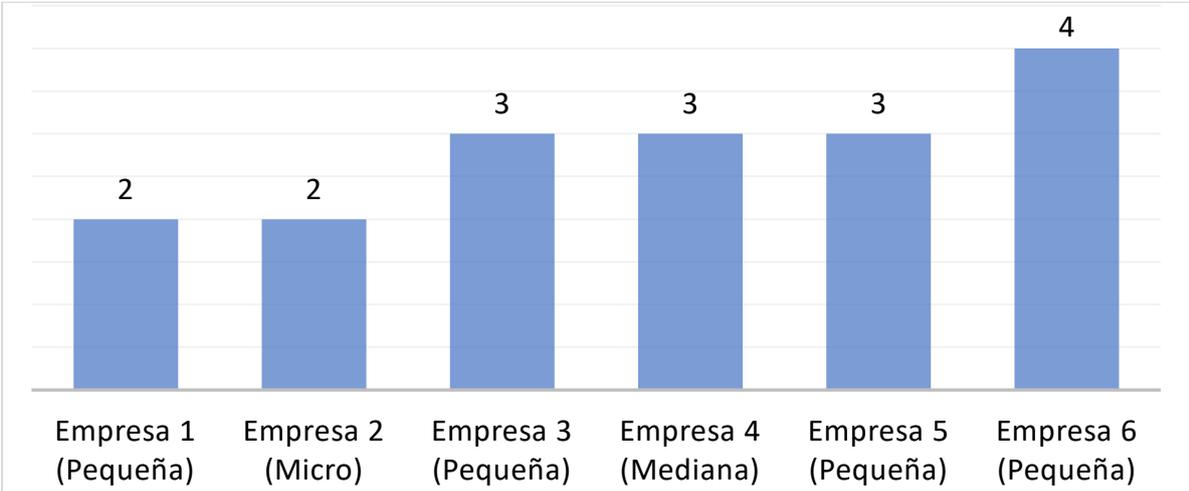
Al continuar analizando el indicador “Financiamiento del comercio exterior”, se muestra la posición negativa que tiene el 33% de las empresas encuestadas mostrándose en

desacuerdo con la afirmación en relación a que estaban enteradas que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 asesorías financieras sobre la reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos.

Por otro lado, un 50% de las empresas encuestadas adoptaron una posición neutral mostrándose ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación. Este grupo demuestra la falta de información disponible sobre las iniciativas del gobierno relacionadas a la reducción de sobrecostos en las trasferencias. Por otro lado, un 17% correspondiente a una empresa, indica que estaba consciente de la implementación de asesorías mostrándose de acuerdo con esta afirmación, como se detalla en la siguiente Figura 30.

**Figura 30**

*Apreciación de la implementación de asesorías financieras sobre la reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos en los años 2021 y 2022.*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 asesorías financieras sobre la reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo en relación a que la implementación de asesorías financieras sobre reducción

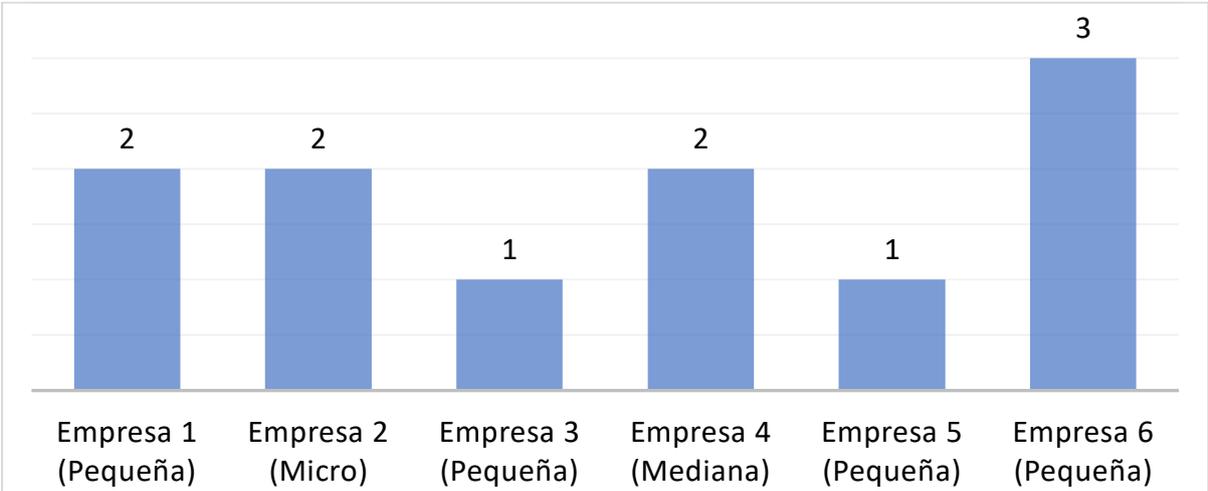
de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022. Estos resultados demuestran una decidida postura desfavorable respecto al impacto de la implementación de asesorías financieras.

Por otro lado, un 50% se mostró de igual manera en desacuerdo y otro 17% correspondiente a una empresa, está ni de acuerdo, ni desacuerdo tomando una postura neutral en relación a esta afirmación.

La presentación visual de los resultados en la Figura 31 proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 31**

*Impacto de la implementación de asesorías financieras sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de asesorías financieras sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

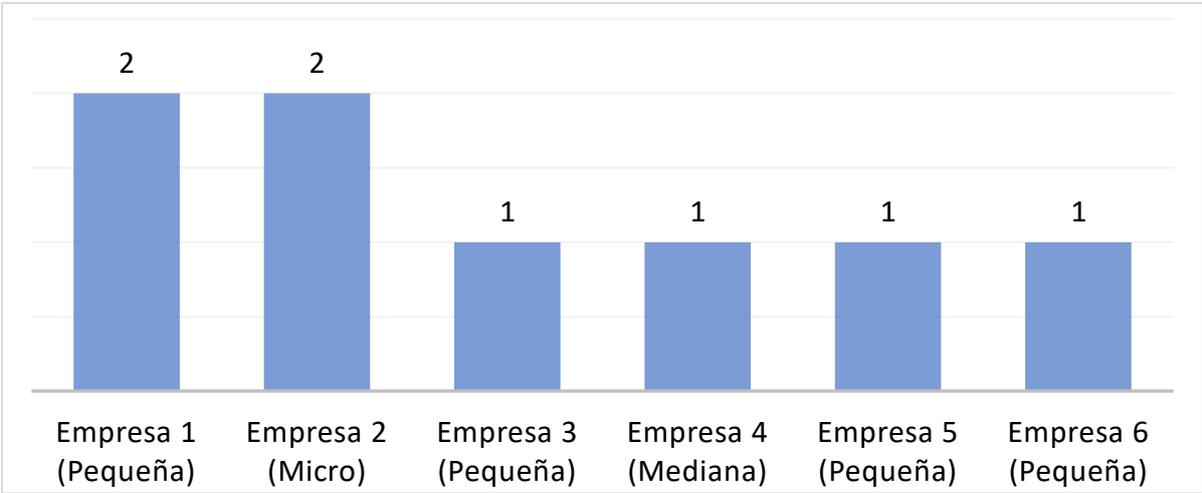
Al analizar el indicador “Mejorar el marco regulatorio, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas” se muestra que el 67% de las empresas encuestadas claramente se encuentran en total desacuerdo en relación a que estaban enteradas

que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías. Esto sugiere la falta de comunicación y eficacia de las iniciativas del gobierno y a su vez la inexistencia de la implementación de esquemas de penalidades relacionados a las empresas logísticas.

Asimismo, otro 33% se mostró igualmente en desacuerdo, pero con un nivel menor de contundencia a comparación del anterior, como se detalla en la siguiente Figura 32.

**Figura 32**

*Apreciación de la implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías en los años 2021 y 2022*



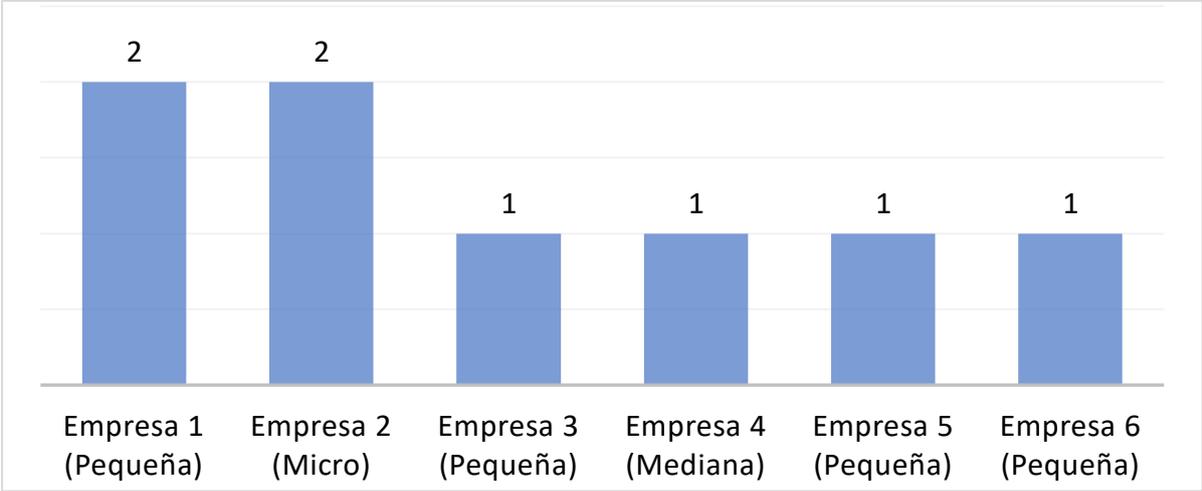
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, se muestra que el 67% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo con respecto a que la implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías

tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022; y otro 33% se mostró en desacuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 33.

**Figura 33**

*Impacto de la implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

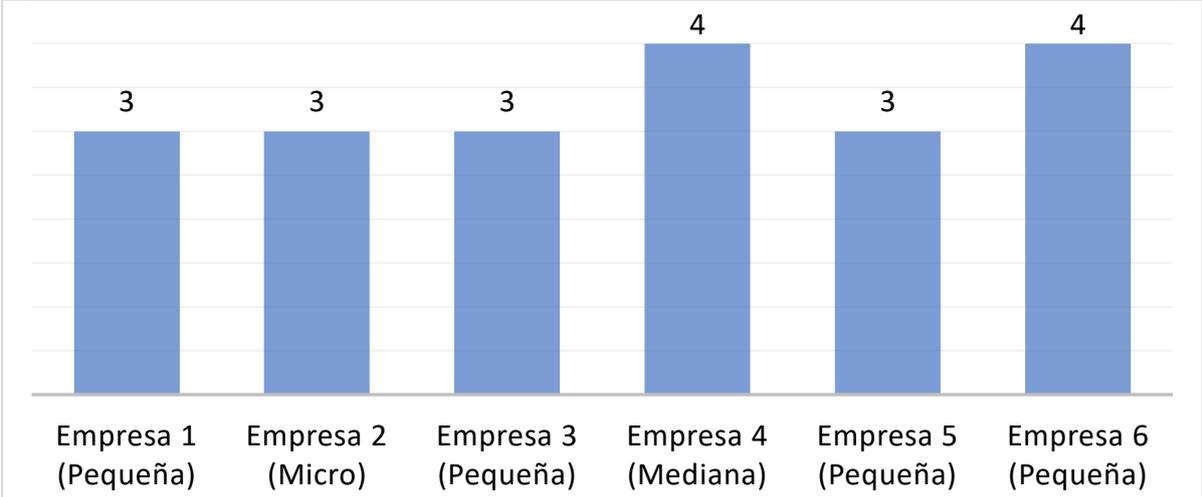
**4.1.2.4. Dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora**

Para la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora, se analizó los indicadores: generar competencias en comercio exterior y transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas. Las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Generar competencias en comercio exterior” se muestra que en la Figura 34 el 67% de las empresas encuestadas tuvieron una posición neutral mientras que el 33% de las empresas si estaban enteradas que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.

**Figura 34**

*Apreciación de la realización de capacitaciones por el gobierno en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

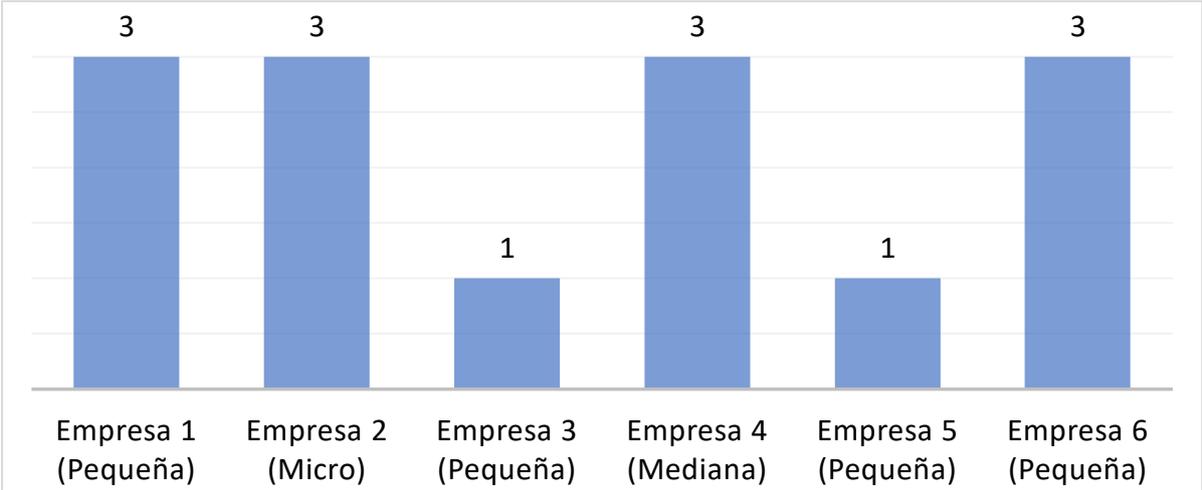
En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas muestran una clara posición negativa mostrándose en total desacuerdo con la afirmación en relación a que las capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022.

Por otro lado, un 67% se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo. Esta disparidad de respuestas refleja la baja utilidad que demostró tener las capacitaciones en diseño para las empresas en sus operaciones internacionales.

La presentación visual de los resultados en la Figura 35 proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 35**

*Impacto de las capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística organizadas en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Las capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al continuar analizando el indicador “Generar competencias en comercio exterior” se muestra que un notable 87% de las empresas encuestadas optaron por una postura neutral ya que se mostraron ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación que sugiere que las empresas estaban informadas que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC’s para productos textiles y calzado. Este grupo

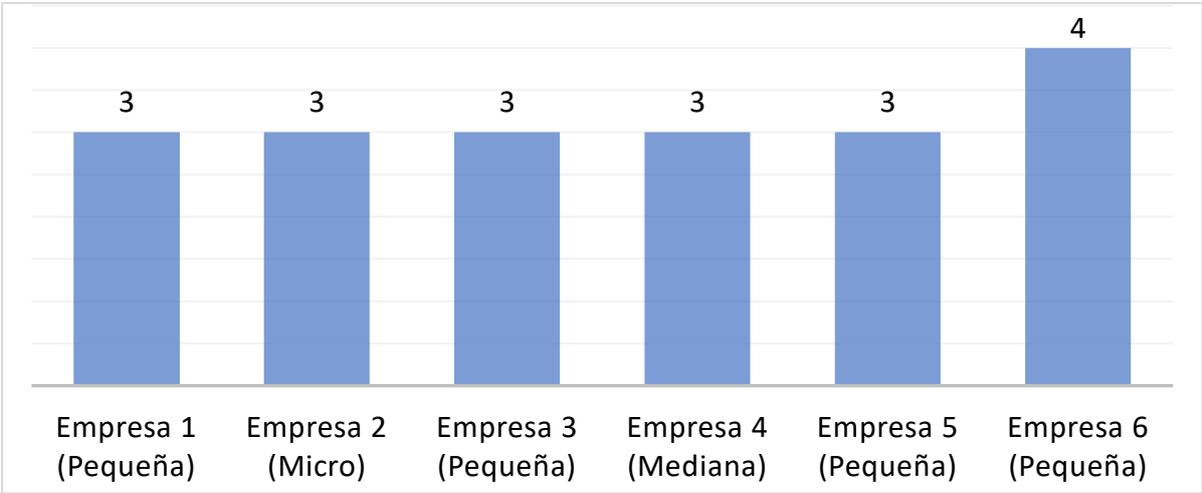
demuestra una perspectiva con falta de claridad o poco conocimiento respecto a las acciones del gobierno en este ámbito.

Por otro lado, solo el 17% de las empresas encuestadas se mostró de acuerdo con la afirmación, indicando que estaban informadas de las iniciativas relacionadas a impulsar el uso de las TIC orientado al sector textil.

La presentación visual de los resultados en la Figura 36 proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 36**

*Apreciación de la realización de capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

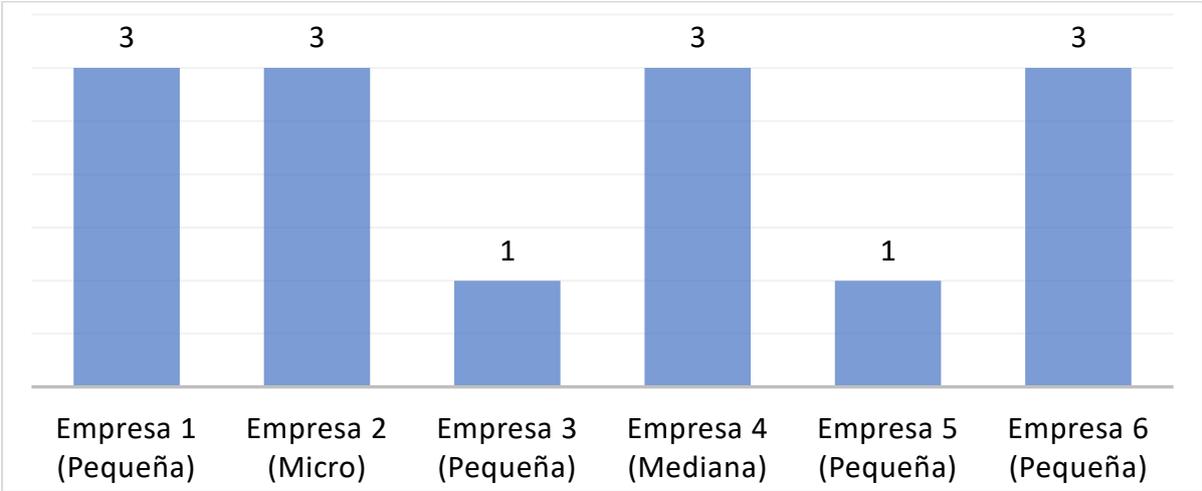
En este sentido, se muestra que el 33% de las empresas encuestadas poseen una clara opinión negativa, ya que se encuentran en total desacuerdo con la afirmación que sugiere que las capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años

2021 y 2022. Este grupo minoritario representa a las empresas que no percibieron impactos positivos de las capacitaciones en uso de TIC's para impulsar sus operaciones internacionales.

Sin embargo, otro 67% aún optó tomar una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación. Este grupo refleja una ambigüedad en cuanto a la percepción de los beneficios sobre las iniciativas gubernamentales en el ámbito de las TIC's, como se detalla en la siguiente Figura 37.

**Figura 37**

*Impacto de las capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Las capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Al analizar el indicador “Transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional” se muestra una notable diferencia, ya que el 33% de las empresas encuestadas optaron por tomar una posición negativa al mostrándose en total

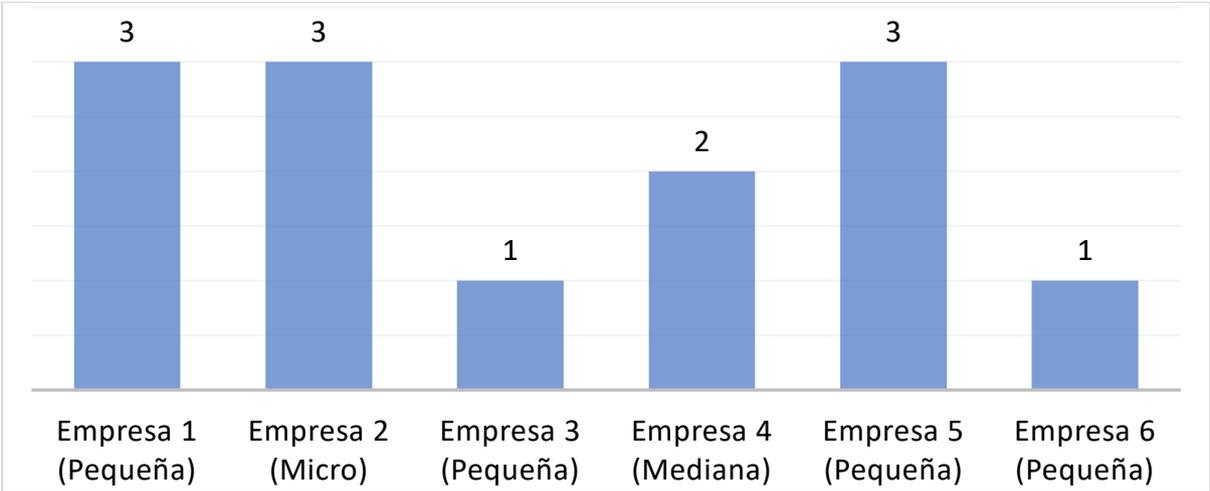
desacuerdo con respecto a que estaban enteradas que el gobierno en los años 2021 y 2022 implementó pasantías tecnológicas para las MIPYMES exportadoras del sector textil.

Asimismo, el 17% correspondiente a una empresa, también se mostró en desacuerdo con la afirmación, pero a un nivel menor y otro 50% optó por tomar una posición neutral al mostrarse ni de acuerdo, ni desacuerdo con la afirmación. Este grupo de empresas refleja la insuficiente información sobre la implementación de pasantías para demostrar la existencia de esta iniciativa.

La presentación visual de los resultados en la Figura 38, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 38**

*Apreciación de la implementación de pasantías tecnológicas por el gobierno en los años 2021 y 2022*



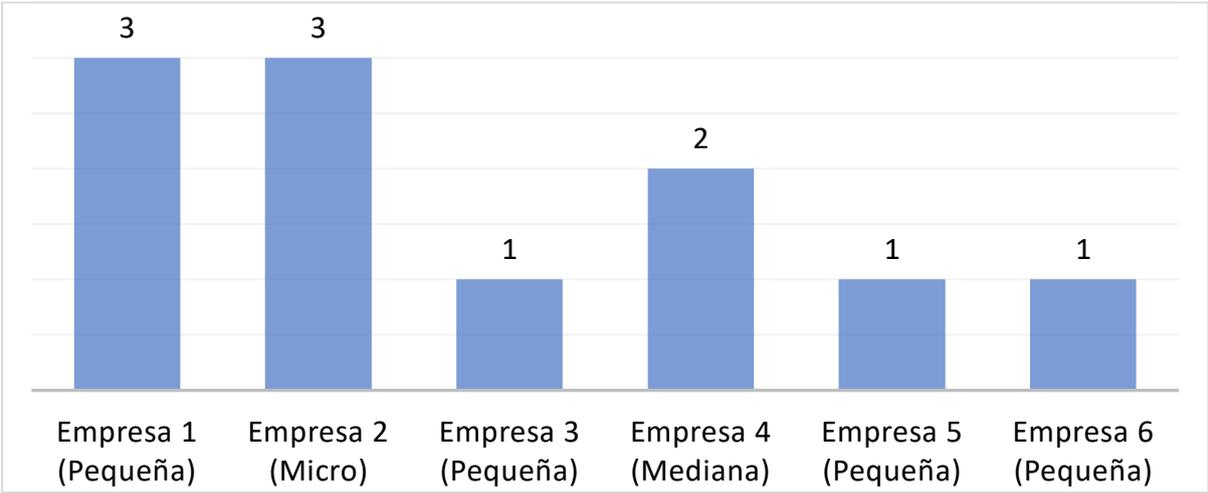
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 implemento pasantías tecnológicas? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Dentro de este contexto, se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo con respecto a que la implementación de pasantías

tecnológicas organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para sus empresas en los años 2021 y 2022, el 17% correspondiente a una empresa, estuvo en desacuerdo y otro 33% se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 39.

**Figura 39**

*Impacto de la implementación de pasantías tecnológicas organizadas en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿La implementación de pasantías tecnológicas organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.3. Variable Exportaciones**

**4.1.3.1. Dimensión Rentabilidad**

Para el análisis de la dimensión Rentabilidad, se llevó a cabo un análisis de los indicadores: valor de exportaciones y volumen de exportación. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Valor de exportaciones” se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, se encuentra en desacuerdo en relación a que el valor de las exportaciones en los años 2021 y 2022 fueron el esperado. Esta perspectiva manifiesta una percepción negativa del rendimiento exportador de sus empresas en el periodo estudiado.

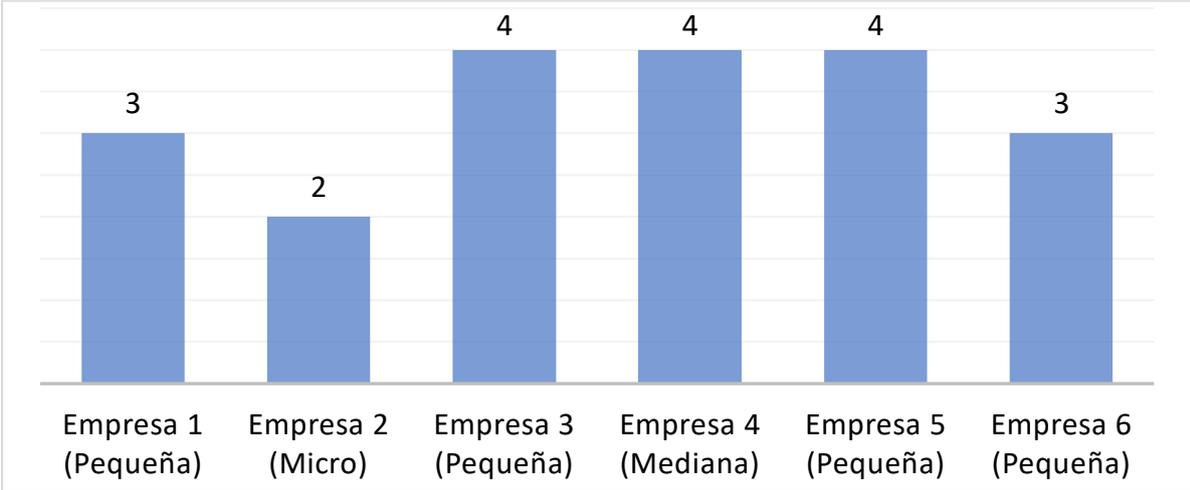
En un nivel intermedio se encuentra el 33% de las empresas encuestadas las cuales se mostraron ni de acuerdo, ni desacuerdo tomando una posición neutral ante la afirmación.

Por otro lado, un significativo 50% se mostró de acuerdo con que el valor de sus exportaciones durante los años 2021 y 2022 cumplió con las expectativas esperadas. Esta mayoría indica una percepción positiva del rendimiento exportador de sus empresas en el periodo estudiado

La presentación visual de los resultados en la Figura 40, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 40**

*Valor esperado de las exportaciones en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El valor de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron el esperado? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

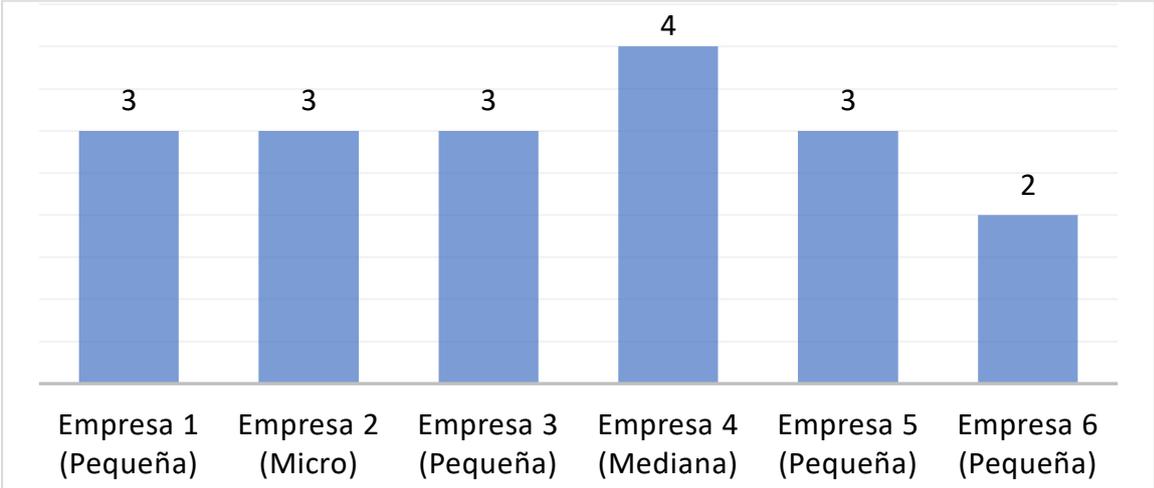
En este sentido, se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, posee una percepción negativa acerca del crecimiento exportador experimentado por esta, ya que se encuentran en desacuerdo en relación a que el crecimiento del valor de las exportaciones de sus empresas en los años 2021 y 2022 fue superior en comparación con años anteriores.

Por otro lado, el 67% adoptó una posición neutra ya que se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo con relación a esta afirmación, y otro 17% correspondiente a una empresa, se mostró de acuerdo indicando que el valor de sus exportaciones para el periodo estudiado si fue superior en comparación con periodos anteriores. Esta perspectiva manifiesta una posición positiva respecto al desarrollo experimentado.

La presentación visual de los resultados en la Figura 41, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 41**

*Crecimiento del valor de las exportaciones en los años 2021 y 2022 en comparación a años anteriores*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El crecimiento del valor de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron mayor en comparación a años anteriores? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

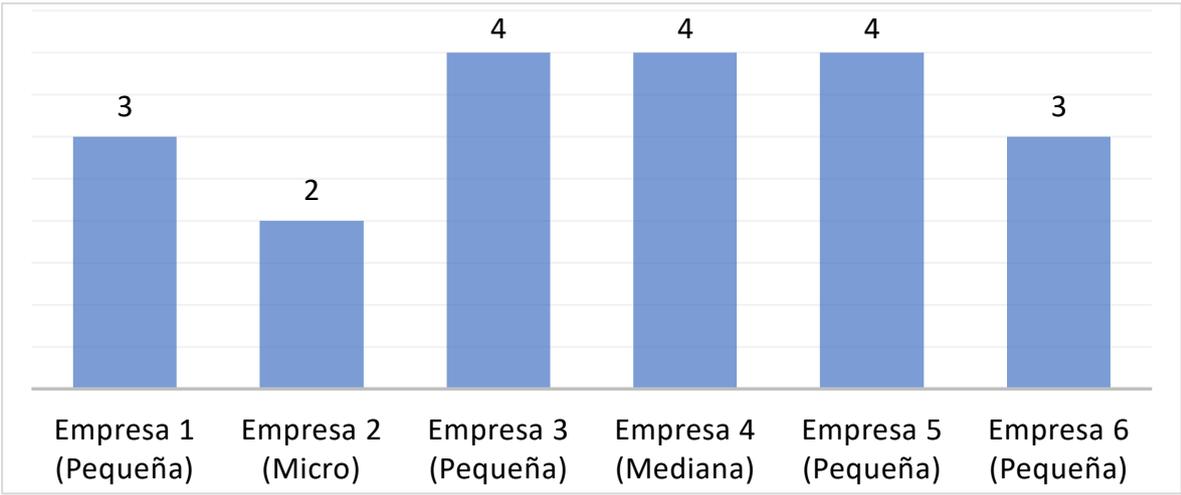
Al analizar el indicador “Volumen de exportación” se muestra que el 17% correspondiente a una empresa, posee una percepción negativa acerca de la cantidad exportadora experimentada por esta, ya que se encuentran en desacuerdo en relación a que el volumen de las exportaciones de sus empresas en los años 2021 y 2022 fue el esperado.

Por otro lado, el 33% adoptó una posición neutra ya que se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo con relación a esta afirmación, y otro 50% se mostró de acuerdo indicando que el volumen de sus exportaciones para el periodo estudiado si fue superior en comparación con periodos anteriores. Esta perspectiva manifiesta una posición positiva respecto a la cantidad exportada.

La presentación visual de los resultados en la Figura 42, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 42**

*Volumen esperado de las exportaciones en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El volumen de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron el esperado? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

Dentro de este contexto, se muestra que el 50% de las empresas encuestadas poseen una percepción negativa acerca del crecimiento exportador experimentado por estas, ya que se

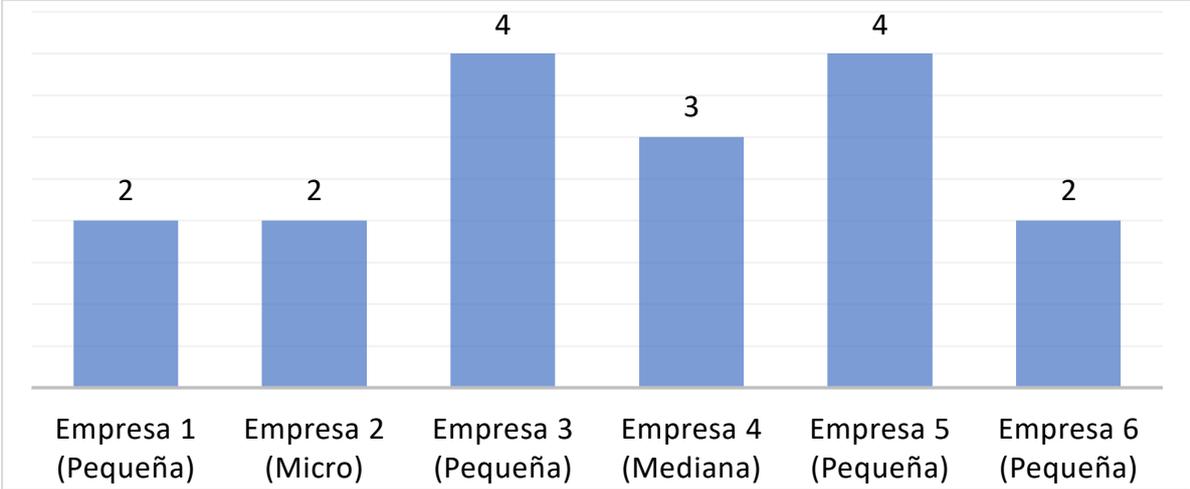
encuentran en desacuerdo con respecto a que el crecimiento del volumen de las exportaciones de sus empresas en los años 2021 y 2022 fue mayor en comparación a años anteriores.

Por otro lado, el 17% correspondiente a una empresa, adoptó una posición neutra ya que se mostró ni desacuerdo, ni desacuerdo con relación a esta afirmación. Por último, otro 33% se mostró de acuerdo indicando que el crecimiento en el volumen de sus exportaciones para el periodo estudiado si fue superior en comparación con periodos anteriores. Esta perspectiva manifiesta una posición positiva respecto al crecimiento experimentado.

La presentación visual de los resultados en la Figura 43, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 43**

*Crecimiento del volumen de las exportaciones en los años 2021 y 2022 en comparación a años anteriores*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿El crecimiento del volumen de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron mayor en comparación a años anteriores? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

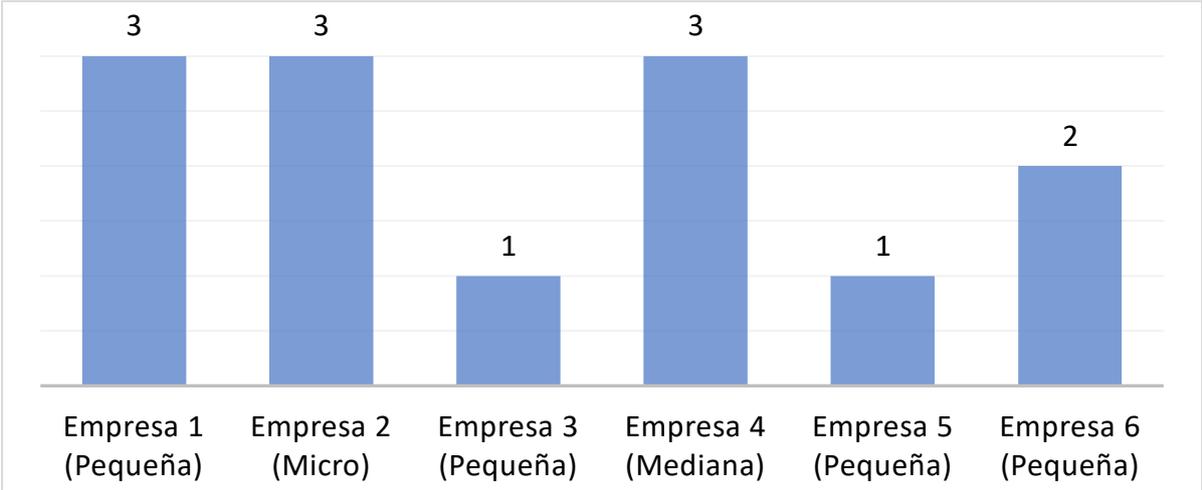
Por tanto, se muestra que el 33% representado por tres empresas encuestadas se encuentran en total desacuerdo con relación a que las estrategias implementadas por el

gobierno impulsaron a recuperar sus exportaciones en los años 2021 y 2022, el 50% se mostró ni de acuerdo, ni desacuerdo adoptando una posición neutral ante esta afirmación y otro 17% correspondiente a una empresa estuvo en desacuerdo.

La presentación visual de los resultados en la Figura 44, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 44**

*Impacto de las estrategias implementadas por el gobierno para recuperar las exportaciones en los años 2021 y 2022*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Las estrategias implementadas por el gobierno impulsaron a recuperar sus exportaciones en los años 2021 y 2022? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.3.2. Dimensión Productividad**

Para el análisis de la dimensión Productividad, se analizó el siguiente indicador: factores clave en la medición del potencial exportador. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

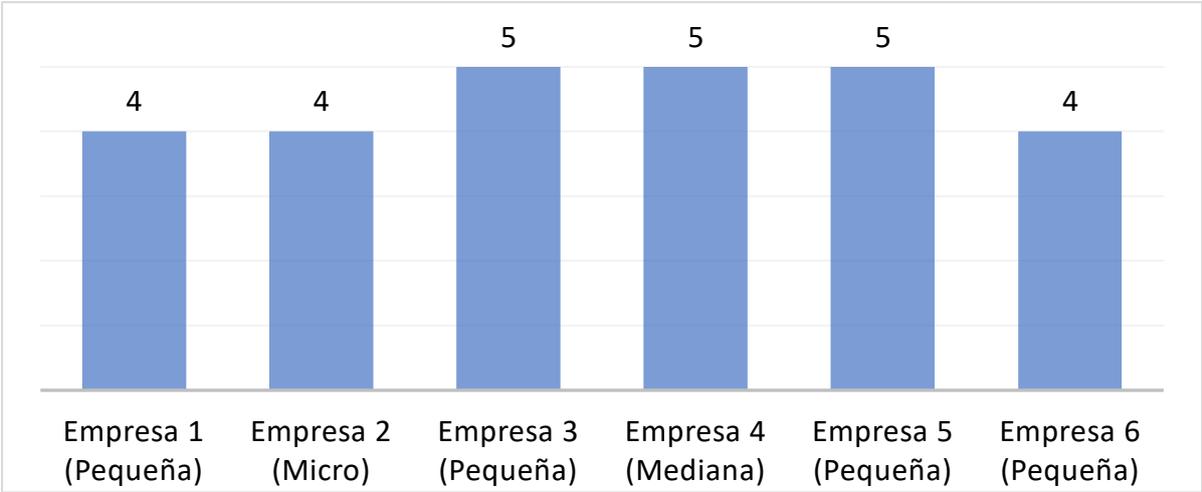
Al analizar el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador” se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que sus empresas priorizan la calidad de sus productos como un elemento crucial para una adecuada comercialización y exportación efectivas. En paralelo, otro 50% de las empresas encuestadas se mostró totalmente de acuerdo indicando una alta relevancia y una conciencia elevada sobre la importancia de asegurar la calidad del producto como un determinante clave en la para facilitar una comercialización y exportación exitosas.

Las respuestas en este indicador resaltan la importancia de la calidad como un componente esencial en la estrategia exportadora y un factor clave para la determinación del potencial exportador.

La presentación visual de los resultados en la Figura 45, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 45**

*Nivel de preocupación por la calidad del producto para una adecuada comercialización y exportación*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa se preocupa por la calidad del producto para una

adecuada comercialización y exportación? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

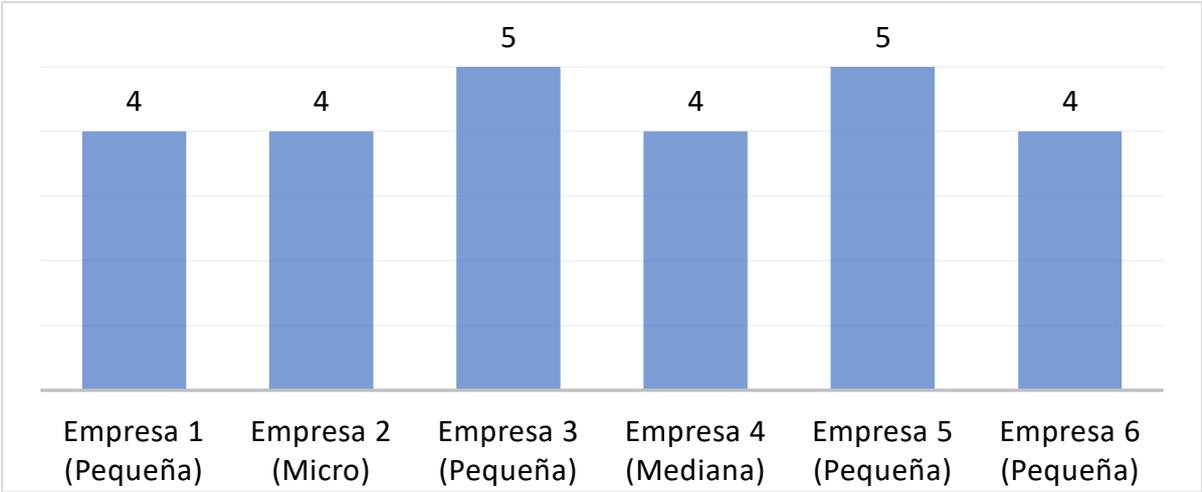
En este sentido, al continuar analizando el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador” se muestra que el 67% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que sus empresas cuentan con la capacidad de ofrecer diversos tipos del producto, y otro 33% expresan una posición aún más enfática mostrándose totalmente de acuerdo con la afirmación.

Las respuestas en ambos casos resaltan la uniformidad de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación a la alta confianza en la capacidad de sus empresas para ofrecer diversos tipos de productos, considerándolo como un factor esencial para maximizar su potencial exportador.

La presentación visual de los resultados en la Figura 46, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 46**

*Nivel de capacidad para ofrecer diversos tipos del producto*



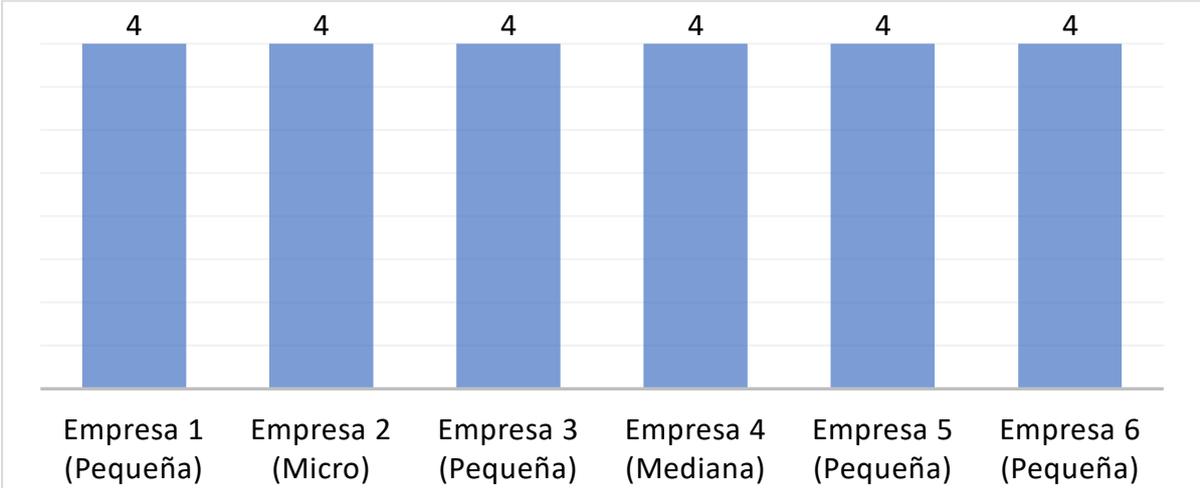
*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa cuenta con la capacidad de ofrecer diversos tipos del producto? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, al continuar analizando el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador”, se destaca un hallazgo significativo ya que es su totalidad se muestra que el 100% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que sus empresas han desarrollado o diseñado una presentación adecuada del producto para su comercialización y exportación. Estos resultados resaltan la uniformidad excepcional de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación a la preparación y presentación de sus productos, pudiéndose considerar como un factor estratégico de las empresas como elemento clave para optimizar sus esfuerzos de comercialización y exportación.

La presentación visual de los resultados en la Figura 47, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 47**

*Nivel de la implementación de una presentación adecuada del producto para su comercialización y exportación*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa ha desarrollado o diseñado una presentación adecuada del producto para su comercialización y exportación? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

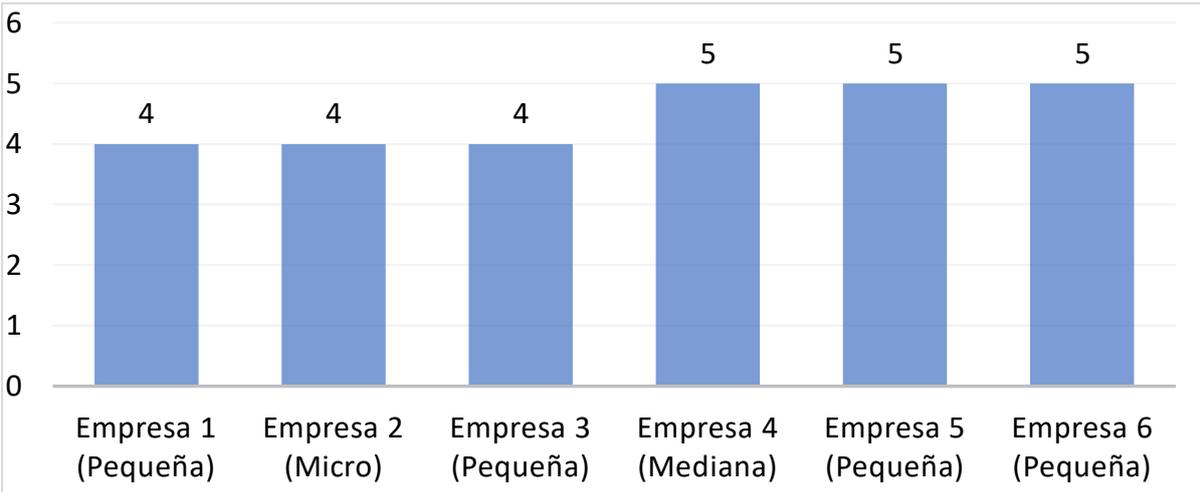
En este sentido, al continuar analizando el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador”, se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que sus empresas ofrecen un servicio de atención post-venta. De manera complementaria, otro 50% de las empresas encuestadas se mostró totalmente de acuerdo con la afirmación.

Las respuestas en ambos casos resaltan la uniformidad de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación al compromiso de las empresas hacia la implementación de servicios post-venta reconociendo su relevancia para ofrecer sus diversos tipos de productos y considerándolo como un factor esencial para maximizar su potencial exportador.

La presentación visual de los resultados en la Figura 48, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones a implementación de servicios de atención post-venta.

**Figura 48**

*Nivel de la implementación del servicio de atención post-venta*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa ofrece un servicio de atención post-venta? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, al continuar analizando el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador”, se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran

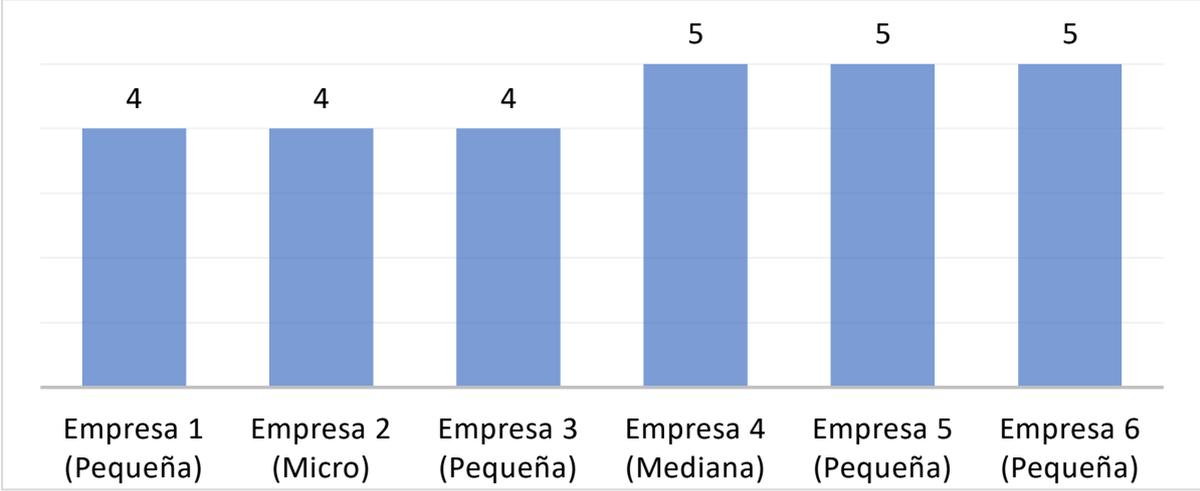
de acuerdo con relación a que sus empresas se preocupan por determinar un precio adecuado para facilitar la exportación. De manera complementaria, otro 50% de las empresas encuestadas manifiesta una posición aún más enfática mostrándose totalmente de acuerdo con la afirmación mencionada.

Las respuestas en ambos casos resaltan la uniformidad de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación al compromiso de las empresas hacia la estrategia de fijación de precios adecuados que facilite sus exportaciones, reconociendo su relevancia y considerándolo como un factor esencial para maximizar su potencial exportador.

La presentación visual de los resultados en la Figura 49, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 49**

*Nivel de preocupación en relación a determinar un precio adecuado para facilitar la exportación*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa se preocupa por determinar un precio adecuado para facilitar la exportación? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

En este sentido, al continuar analizando el indicador “Factores clave en la medición del potencial exportador”, se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran

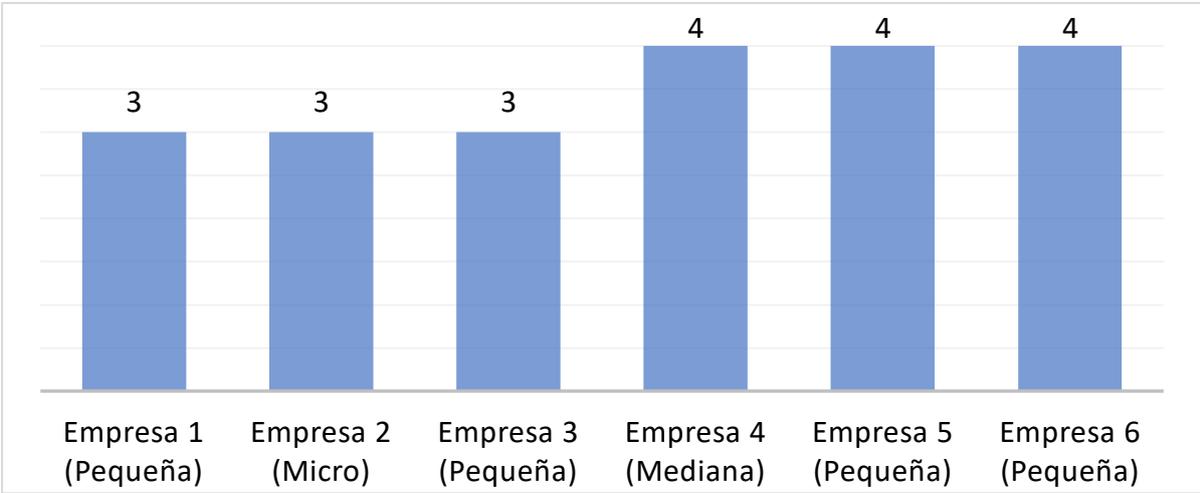
de acuerdo con relación a que sus empresas emplean factores clave del potencial exportador como gestión financiera, gestión de mercado, gestión administrativa, gestión de clientes y gestión de procesos internos, y otro 50% se mostró totalmente de acuerdo.

Las respuestas en ambos casos resaltan la uniformidad de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación a la importancia de implementar factores claves para maximizar su potencial exportador.

La presentación visual de los resultados en la Figura 50, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

**Figura 50**

*Uso de factores clave del potencial exportador*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa emplea factores clave del potencial exportador como gestión financiera, gestión de mercado, gestión administrativa, gestión de clientes y gestión de procesos internos? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

**4.1.3.3. Dimensión Diversificación**

Para el análisis de la dimensión Diversificación, se llevó a cabo un análisis de los indicadores: productos exportados y destino de exportación. Es relevante destacar que, para el análisis, las respuestas se tabularon usando la escala de Likert donde 1 es totalmente en

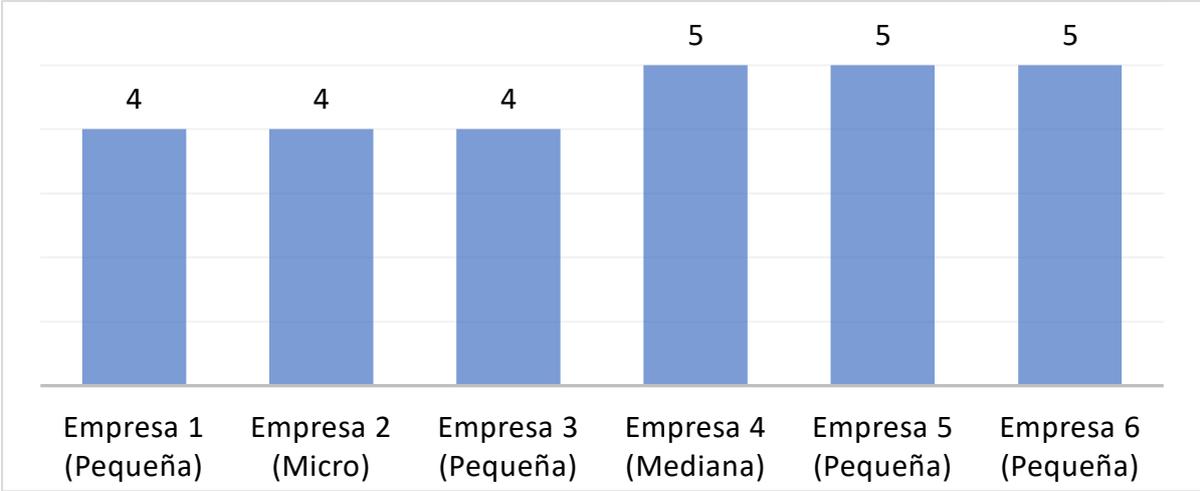
desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Al analizar el indicador “Productos exportados” se muestra que el 50% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que conocen con bastante detalle el margen de utilidad de la comercialización y exportación de sus productos, y otro 50% se mostró totalmente de acuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 51.

Las respuestas en ambos casos resaltan la uniformidad de actitudes positivas con relación a la importancia de tener un conocimiento detallado del margen de utilidad.

**Figura 51**

*Conocimiento del margen de utilidad de la comercialización y exportación de productos*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa conoce con bastante detalle el margen de utilidad de la comercialización y exportación de sus productos? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

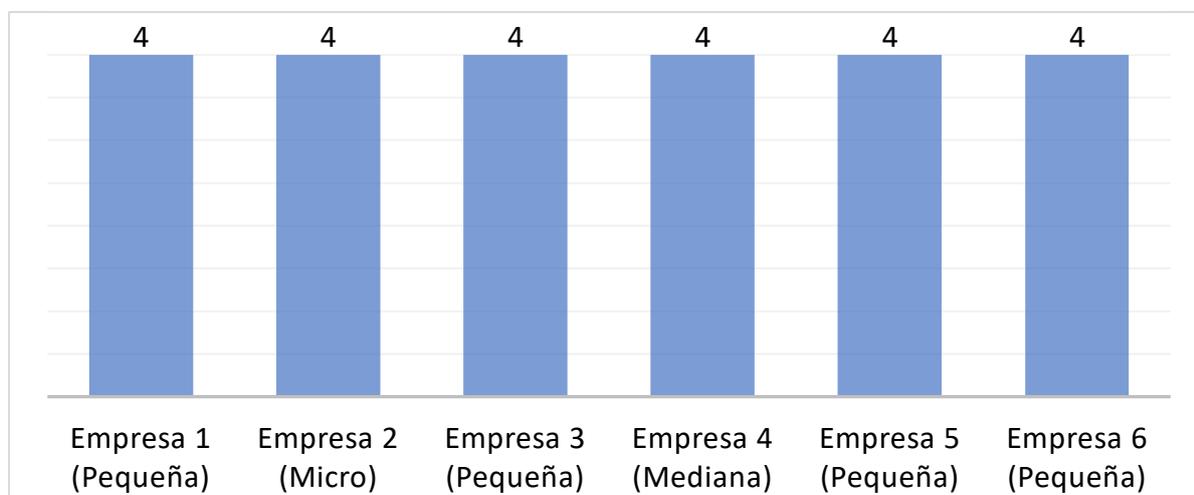
Al analizar el indicador “Destino de exportación” se destaca un hallazgo significativo ya que es su totalidad se muestra que el 100% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que cuentan con un plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes. Estos resultados resaltan la uniformidad excepcional de actitudes positivas

entre las empresas encuestadas con relación a la preparación que tiene las empresas para proyectarse y plantear objetivos a futuro, pudiéndose considerar como un factor estratégico para la toma de decisiones y como un elemento clave para la sostenibilidad de sus operaciones, promoviendo su capacidad competitiva para el entorno empresarial internacional.

La presentación visual de los resultados en la Figura 52, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones.

### Figura 52

*Empresas exportadoras del sector textil con plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes.*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa cuenta con un plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

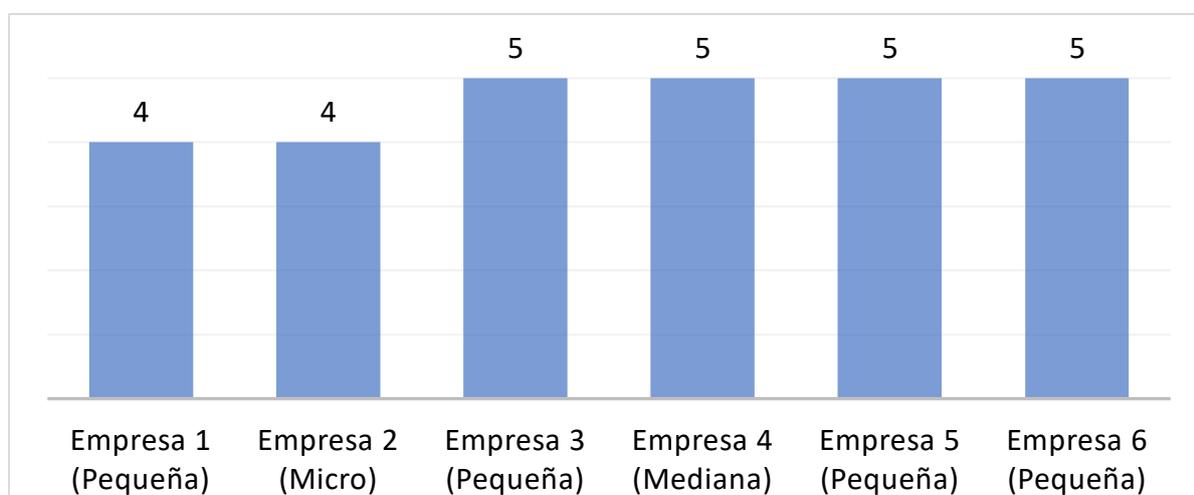
En este sentido, al continuar analizando el indicador “Productos exportados” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que cuentan con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios, y otro 67% se mostró totalmente de acuerdo, como se detalla en la siguiente Figura 53.

Las respuestas en los casos mencionados resaltan la uniformidad de actitudes positivas entre las empresas encuestadas con relación a la alta consideración y compromiso que tienen hacia la calidad de las instalaciones y la implementación de controles de calidad, resaltando la importancia de estos aspectos para garantizar su producción y exportación de sus productos.

La presentación visual de los resultados en la Figura 53, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones resaltando las sobresalientes actitudes positivas entre las empresas encuestadas.

### Figura 53

*Empresas exportadoras del sector textil con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa cuenta con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

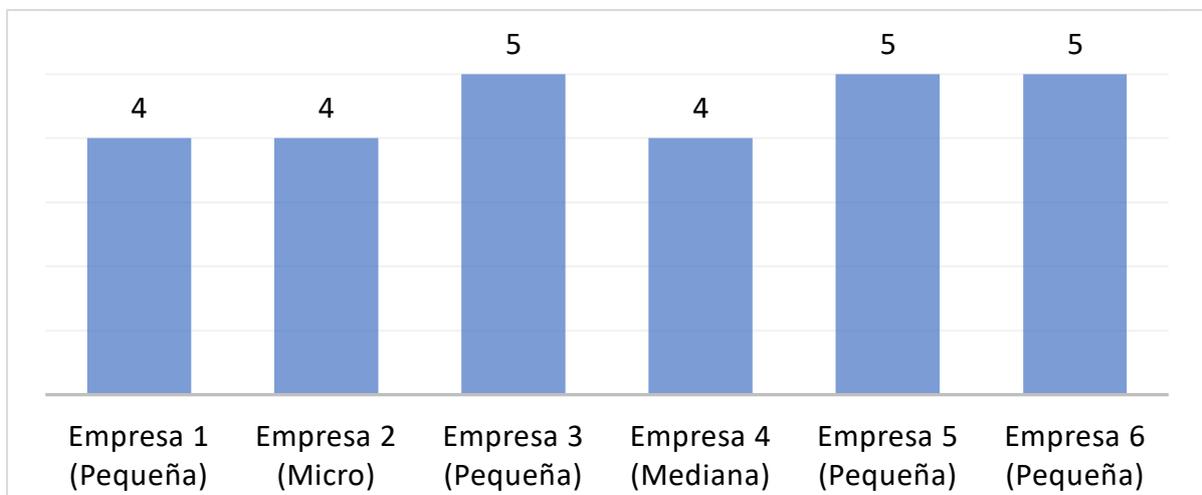
En este sentido, al continuar analizando el indicador “Destino de exportación” se muestra que el 33% de las empresas encuestadas se encuentran de acuerdo con relación a que tienen un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización, y otro 67% se mostró totalmente de acuerdo.

Las respuestas en los casos mencionados resaltan la uniformidad de actitudes positivas con relación a la gestión eficiente del ciclo de vida del producto, reconociendo su importancia para facilitar una adecuada comercialización, particularmente en el ámbito de las operaciones de exportación del sector.

La presentación visual de los resultados en la Figura 54, proporciona una visualización más detallada de estas distribuciones resaltando las sobresalientes actitudes positivas entre las empresas encuestadas.

#### **Figura 54**

*Empresas exportadoras del sector textil con un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización*



*Nota.* La tabla presenta las respuestas proporcionadas por las MIPYMES exportadoras del sector textil a la interrogante ¿Su empresa tiene un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización? Elaboración propia según datos obtenidos por juicio de expertos.

#### **4.2. Prueba de normalidad**

Para seleccionar la prueba estadística para verificar la hipótesis a emplear, es necesario primero evaluar la normalidad de la distribución en la población de la muestra elegida. Con el fin de realizar este procedimiento, se llevó a cabo el análisis, obteniendo los resultados que se

detallan en la Tabla 12. Esta etapa inicial de análisis preliminar se erige como un paso crítico en la metodología de investigación, con la finalidad de establecer la base estadística necesaria para la aplicación de pruebas posteriores.

**Tabla 9**

*Prueba de Normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Condiciones	0.246	6	,200*	0.930	6	0.580
Estrategias	0.240	6	,200*	0.837	6	0.124
Exportaciones	0.190	6	,200*	0.913	6	0.459

*Nota.* La tabla muestra la significancia en la prueba Kolmogorov y Shapiro-Wilk, donde \* se muestra cuando el límite es inferior que la significancia verdadera.

Como que la cantidad de los datos en la muestra es inferior a 50 datos, la prueba a seleccionar es la de Shapiro-Wilk, donde se proponen las siguientes hipótesis:

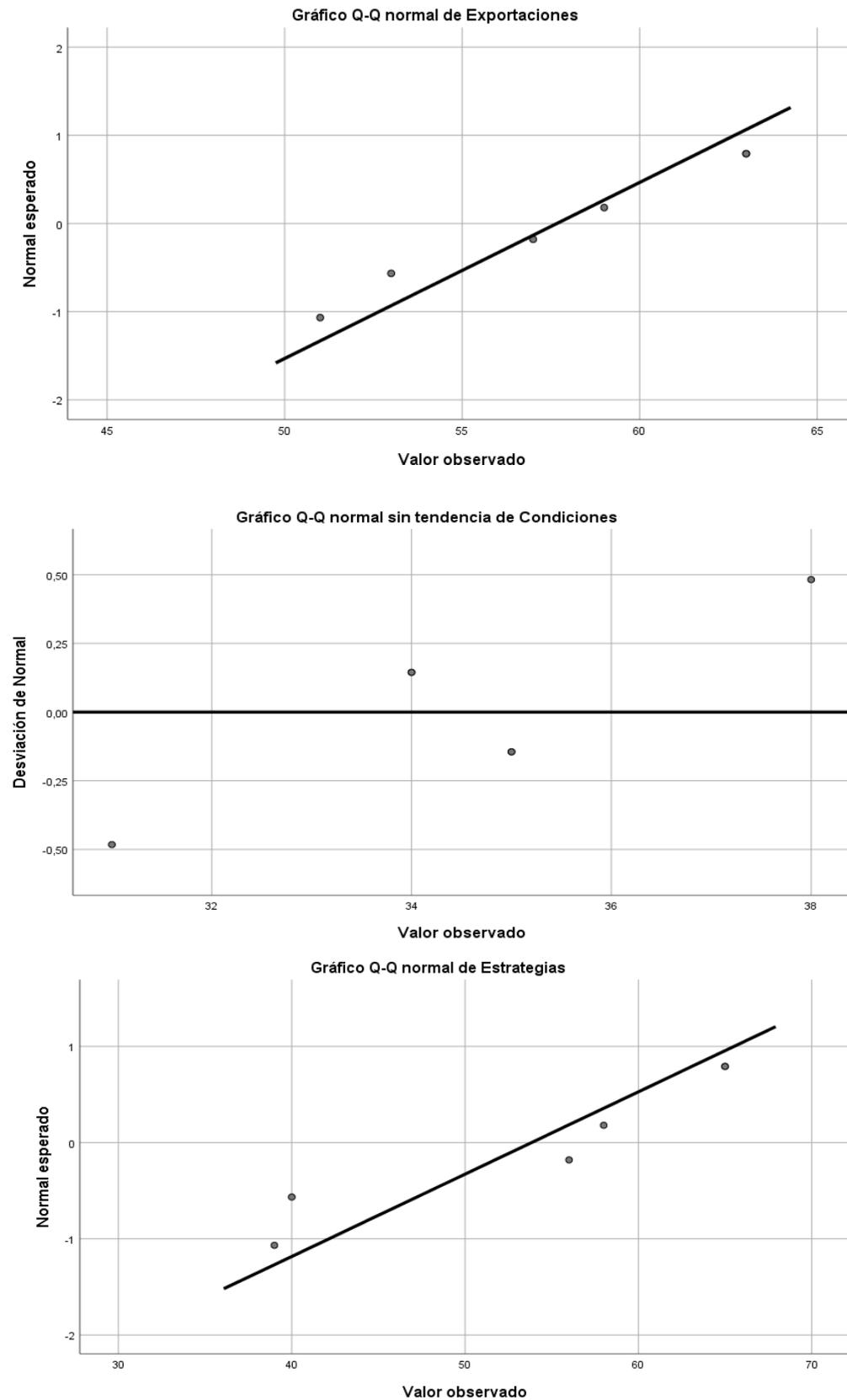
Ho: La distribución de los datos es normal

H1: Los datos no siguen una distribución normal

Se obtuvieron niveles de significancia para las tres variables superiores al 0.05. En este sentido, no se rechaza la Ho, en otras palabras, los datos de las tres variables siguen una distribución normal, sin embargo, cuando se analizan muestras pequeñas ( $n < 30$  datos) se debe verificar la normalidad por través de los gráficos (Molina, 2022) que son presentados en la siguiente Figura 55.

**Figura 55**

Gráfico Q-Q normal de las variables Exportaciones, Condiciones y Estrategias



*Nota.* Elaboración propia usando el software IBM SPSS.

Estos gráficos se interpretan de la siguiente manera, (a) si los puntos en el gráfico se ajustan de manera aproximada a la línea recta, esto sugiere que los datos probablemente exhiben una distribución normal. Este patrón lineal indicaría que la distribución es simétrica, similar a la distribución normal (b) si los puntos en el gráfico no se ajustan a una línea recta (se sitúan por debajo de la línea), sugiere que los datos no se distribuyen simétricamente y, por lo tanto, no exhiben una distribución normal.

En consecuencia, se deduce que los datos de esta investigación no exhiben una distribución normal. Por lo tanto, para el análisis de correlación, se elige emplear el coeficiente de Spearman. Este es especialmente adecuado para datos no paramétricos, ya que es una medida de correlación robusta que no asume una distribución normal de los datos, mostrándose menos sensible a los valores atípicos. Esto permite realizar análisis estadísticos confiables incluso en casos en los que los datos no se ajusten a una distribución normal.

#### **4.3. Comprobación de la Hipótesis**

Para el análisis de resultados, utilizaremos el Coeficiente de Spearman una herramienta estadística que establece el grado de relación entre variables jerarquizadas, donde los individuos, casos o unidades de análisis en la muestra tienen la opción de asignar un orden por rangos (jerarquías) en sus respuestas. De esta manera, es utilizado para establecer relaciones estadísticas entre escalas tipo Likert como las empleadas en este estudio.

El Coeficiente de Spearman arroja valores que van desde  $-1.0$  (correlación negativa perfecta) hasta  $1.0$  (correlación positiva perfecta), siendo el  $0$  indicativo de ausencia de correlación obtenido (Hernández et al., 2014). Por lo tanto, se plantean las hipótesis  $H_0$  y  $H_1$  en cada variable y dimensión estudiadas, siendo la correlación, ya sea positiva o negativa, determinada en función del signo del coeficiente.

### 4.3.1. Hipótesis General

#### 4.3.1.1. Variables Condiciones y Exportaciones.

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre las variables Condiciones y Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre las variables Condiciones y Exportaciones.

**Tabla 10**

*Coefficiente de correlación de Spearman variable Condiciones y variable Exportaciones*

		Variable	Variable
		Condiciones	Exportaciones
Rho de	Variable	Coefficiente de correlación	1.000
Spearman	Condiciones	Sig. (bilateral)	0.978
		N	6

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La lectura de los resultados derivados del análisis de correlación entre Condiciones y Exportaciones revela importantes peculiaridades. Considerando que el valor calculado para  $r_s$  es igual a 0.015, se concluye que la correlación entre ambas variables es positiva muy baja. Este valor, al ser cercano a cero, indica una relación demasiado débil entre los fenómenos, evidenciando que los posibles cambios en una variable apenas se asocian con significativos cambios en la otra. En este sentido, es de suma importancia considerar el p-value de 0.978, valor mayor al nivel de significancia 5%, por lo que, se acepta la H<sub>0</sub>.

Para este caso, aunque la correlación entre la variable Condiciones y Exportaciones es positiva muy baja, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no puede afirmar con seguridad que existe una verdadera relación. En consecuencia, no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula, lo cual indica que no se encuentra una correlación estadísticamente significativa entre las variables.

#### 4.3.1.2. Variables Estrategias y Exportaciones.

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre las variables Estrategias y Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre las variables Estrategias y Exportaciones.

**Tabla 11**

Coefficiente de correlación de Spearman variable Estrategias y variable Exportaciones

		Variable	Variable
		Estrategias	Exportaciones
Rho de	Variable	Coeficiente de correlación	1.000
Spearman	Estrategias	Sig. (bilateral)	<b>-0.647</b>
		N	0.165
			6
			6

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La lectura de los resultados derivados del análisis de correlación entre las variables Estrategias y Exportaciones revela importantes peculiaridades. Considerando que el valor calculado para  $r_s$  es igual a -0.647, se concluye que, la correlación entre las variables es negativa moderada. En consecuencia, se rechaza la H<sub>0</sub>, en otras palabras, la variable Estrategias está relacionada de forma negativa con la variable Exportaciones. Este resultado puede interpretarse mejor si se tiene en cuenta que varias de las estrategias tuvieron respuestas ambiguas o negativas en relación a su existencia y beneficios; pese a esto la mayoría de las empresas consideraron que sus exportaciones fueron buenas durante los periodos analizados.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta el p-value asociado, el cual es igual a 0.165, valor mayor al 5%, lo cual lleva a aceptar la H<sub>0</sub>, pues se determina que no hay una correlación estadísticamente significativa entre las variables.

Para este contexto, aunque la correlación entre la variable Estrategias y Exportaciones es negativa moderada, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que hay una verdadera relación entre ambas.

### 4.3.2. Hipótesis Específica 1

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Estabilidad Económica y la Variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Estabilidad Económica y la Variable Exportaciones.

**Tabla 12**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Estabilidad Económica y variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones	
Rho de Spearman	DC1 - Estabilidad económica	Coefficiente de correlación	<b>0.716</b>
		Sig. (bilateral)	0.109
		N	6

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La lectura de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Estabilidad Económica y la variable Exportaciones también revela importantes peculiaridades. Considerando que el valor calculado para  $r_s$  es igual a 0.716, se concluye que la correlación entre ambos es positiva moderada. Esta cifra propone que a medida que una variable se incrementa, la otra también tiende a aumentar, y viceversa, en una proporción moderada. En consecuencia, se rechaza la H<sub>0</sub>, en otras palabras, la dimensión Estabilidad Económica está relacionada de positivamente con la variable Exportaciones.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.109, valor mayor al 5% se acepta la H<sub>0</sub>, se concluye que no hay una correlación estadísticamente significativa entre ambas. Para este contexto, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que existe una verdadera relación entre ambos casos.

### 4.3.3. Hipótesis Específica 2

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Política comercial abierta y la Variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Política comercial abierta y la Variable Exportaciones.

**Tabla 13**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Política comercial abierta y variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones
	DC2 – Política comercial abierta	Coefficiente de correlación
Rho de Spearman		<b>0,892*</b>
		Sig. (bilateral)
		0.017
		N
		6

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Política comercial abierta y la variable Exportaciones también revela importantes hallazgos. Considerando que el valor calculado para rs es igual a 0.892, se deduce que la correlación entre la dimensión Política comercial abierta y la Variable Exportaciones es positiva alta. Esta cifra propone que a medida que una variable se incrementa, la otra también tiende a aumentar significativamente, y viceversa.

Por lo tanto, al considerar el p-value asociado, que es igual a 0.017, valor menor al 5% se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>1</sub>. En consecuencia, se concluye que existe evidencia suficiente para afirmar que la correlación entre ambas es estadísticamente significativa, es decir, existe una verdadera relación positiva entre ambas.

#### 4.3.4. Hipótesis Específica 3

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Política de atracción de inversión extranjera y la Variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Política de atracción de inversión extranjera y la Variable Exportaciones.

**Tabla 14**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Política de atracción de inversión extranjera y variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones
	DC3 - Política de	Coefficiente de correlación
Rho de Spearman	atracción de	Sig. (bilateral)
	inversión extranjera	N

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Política de atracción de inversión extranjera y la variable Exportaciones también revela importantes hallazgos. Con un valor calculado para el coeficiente de correlación ( $r_s$ ) de 0.840, se deduce que la correlación entre la dimensión Política de atracción de inversión extranjera y la Variable Exportaciones es positiva alta. Esta cifra propone que a medida que una variable se incrementa, la otra también tiende a aumentar significativamente, y viceversa en una proporción considerable.

Por lo tanto, al existir un p-value de 0.036, valor menor al 5% se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>1</sub>. En consecuencia, se concluye que, existe evidencia suficiente para afirmar que la correlación entre ambas es estadísticamente significativa, es decir, existe una verdadera relación positiva entre ambas.

#### 4.3.5. Hipótesis Específica 4

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Riesgo y la variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Riesgo y la variable Exportaciones.

**Tabla 15**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Riesgo y la variable Exportaciones*

			Variable Exportaciones
		Coefficiente de correlación	<b>-0.689</b>
Rho de Spearman	DC4 - Riesgo	Sig. (bilateral)	0.130
		N	6.000

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Riesgo y la variable Exportaciones también revela importantes hallazgos. Considerando que el valor calculado para  $r_s$  es igual a -0.689, se deduce que la correlación entre la dimensión Riesgo y la variable Exportaciones es negativa moderada. Esta cifra propone que a medida que una variable se incrementa, la otra tiende a disminuir, y viceversa, en una proporción moderada.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.130, valor mayor al nivel de significancia considerado de 5% se acepta la H<sub>0</sub>, ya que se concluye que no existe una correlación estadísticamente significativa entre la dimensión y la variable. Este resultado se puede entender mejor si analizamos las respuestas de las empresas donde en su mayoría concuerdan que si fueron afectadas por el riesgo político, sin embargo, se encontraron con un buen clima para realizar sus negocios en los países destinos.

Por lo tanto, aunque la correlación entre la dimensión Riesgo y la variable Exportaciones es negativa moderada, la falta de significancia estadística, determinado por el

p-value, sugiere que no puede afirmar con seguridad que existe una verdadera relación. Por lo tanto, no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula.

#### 4.3.6. Hipótesis Específica 5

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones.

**Tabla 16**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones	
Rho de Spearman	DE1 - Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados	Coefficiente de correlación	<b>-0.524</b>
		Sig. (bilateral)	0.286
		N	6.000

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones también revela importantes hallazgos. Dado que el valor para el coeficiente de correlación ( $r_s$ ) es -0.524, se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable Exportaciones es negativa moderada.

Es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.286, valor mayor al 5% se acepta la H<sub>0</sub>, y se concluye que no existe una correlación estadísticamente significativa entre ambas. Para este contexto, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que existe una verdadera relación entre la

dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados y la variable Exportaciones.

#### 4.3.7. Hipótesis Específica 6

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, y la variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, y la variable Exportaciones.

**Tabla 17**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, y la variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones
Rho de Spearman	DE2 - Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible	Coefficiente de correlación
		Sig. (bilateral)
		N
		<b>-0.735</b>
		0.096
		6.000

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible y la variable Exportaciones también revela importantes hallazgos. Dado que el valor para el coeficiente de correlación ( $r_s$ ) es -0.735, se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable Exportaciones es negativa alta.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.096, valor mayor al 5% se acepta la H<sub>0</sub> y se concluye que no existe una correlación estadísticamente significativa entre ambas. Para este contexto, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que existe una verdadera

relación entre la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible y la variable Exportaciones.

#### 4.3.8. Hipótesis Específica 7

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y la variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y la variable Exportaciones.

**Tabla 18**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional, y la variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones	
	DE3 - Facilitación del	Coefficiente de	<b>-0.493</b>
Rho de	comercio exterior y	correlación	
Spearman	eficiencia de la cadena	Sig. (bilateral)	0.321
	logística internacional	N	6.000

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional y la variable Exportaciones. Considerando que el valor calculado para  $r_s$  es igual a -0.493, se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable Exportaciones es negativa moderada.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.321, valor mayor al 5% se acepta la H<sub>0</sub> y se concluye que no existe una correlación estadísticamente significativa entre ambas. Para este contexto, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que existe una verdadera

relación entre la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional y la variable Exportaciones. Por lo tanto, no hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula.

#### 4.3.9. Hipótesis Específica 8

H<sub>0</sub>: No existe correlación entre la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora, y la variable Exportaciones.

H<sub>1</sub>: Existe correlación entre la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora, y la variable Exportaciones.

**Tabla 19**

*Coefficiente de correlación de Spearman dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora, y la variable Exportaciones*

		Variable Exportaciones	
Rho de Spearman	DE4 - Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora	Coefficiente de correlación	<b>-0.647</b>
		Sig. (bilateral)	0.165
		N	6.000

*Nota.* La tabla muestra la significancia bilateral y el coeficiente de correlación de las variables analizadas, donde \* denota significancia estadística.

La interpretación de los resultados derivados del análisis de correlación entre la dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora y la variable Exportaciones. Considerando que el valor calculado para rs es igual a -0.647, se deduce que la correlación entre la dimensión y la variable es negativa moderada.

Sin embargo, es relevante tener en cuenta que al existir un p-value de 0.165, valor mayor al 5% se acepta la  $H_0$ . Para este contexto, la falta de significancia estadística, determinado por el p-value, sugiere que no se puede afirmar con seguridad que existe una verdadera relación entre la dimensión y la variable.

#### **4.4. Discusión de Resultados**

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos a través de encuestas en la zona exportadora de productos textiles del departamento de Arequipa, esta herramienta fue sometida a pruebas de validez y confiabilidad de acuerdo al criterio de tres expertos quienes revisaron y aprobaron el instrumento para así obtener resultados lo más preciso posibles. Las técnicas empleadas para la recolección y análisis de información permitieron obtener resultados fiables, sin embargo, estos no podrán inferir a la población ya que el tipo de muestreo y tamaño de muestra no es probabilístico por las limitaciones de tiempo, recursos y disponibilidad de la presente investigación.

Al comparar los resultados obtenidos con los hallazgos de Rojas y Bazán (2024) destaca la importancia del marco legal el cual promueve generalmente las exportaciones. Demostrando similitud en las condiciones presentadas entorno a la política comercial abierta en los años estudiados. La cual demuestra tener efecto sobre las exportaciones del sector, sin embargo, Rojas y Bazán (2024) también destaca que las mejoras en el sector no son las suficientes ya que no responde a las necesidades de las empresas. Estas deficiencias también se demuestran entorno al proceso de facilitación del comercio exterior y eficacia de la cadena logística internacional, subrayando la necesidad de implementar esta estrategia para obtener mejores efectos sobre las exportaciones.

En este sentido, Quiñones y Quispe (2023) también concuerda con la necesidad de fortalecer el factor logístico internacional ya que tiene influencia en las exportaciones, sin

embargo, ante la ausencia del conocimiento de las empresas estudiadas en esta investigación sobre la aplicación de esta estrategia, no se demuestra este efecto.

El estudio de Vázquez (2020) resalta la importancia de desarrollar políticas públicas que favorezcan a los sectores exportadores. Este aspecto se corrobora en la investigación aquí realizada, donde se evidencia una sólida correlación positiva en la cual la política comercial abierta y la política de atracción de inversión extranjera, contribuyeron significativamente al aumento de las exportaciones peruanas.

Asimismo, de acuerdo con las afirmaciones de Granell (2008) se coincide en la importancia de que un país ofrezca ciertas condiciones para respaldar sus exportaciones, tales como mantener la estabilidad económica y políticas de atracción de inversión extranjera, respaldado por la existencia de una relación positiva entre condiciones y el incremento de las exportaciones.

Si comparamos los resultados obtenidos en este estudio con los de Caicedo (2021) se concluye que es importante que la intervención gubernamental centre sus esfuerzos en mejorar las condiciones de infraestructura para fortalecer y aumentar la producción; fomentar la innovación mediante la capacitación y estudios de mercado, lo cual coincide con esta investigación al ya que las entidades del estado ponen especial importancia en plantear estrategias como la internacionalización de la empresa y diversificación de mercados, mejorar la oferta exportable mediante programas de capacitación y asociatividad, y generar capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora. Sin embargo, como también lo indica Almonacid (2022) muchas de estas estrategias no llegan a todas las empresas o no se le da mayor seguimiento, por lo que no se observan mayores efectos en las exportaciones. Este es el caso de la variable oferta exportable en la cual se debieron implementar programas de capacitación y asociatividad donde el 83% se mostró no estar seguro del efecto de estas acciones en sus exportaciones.

La investigación de Larios (2017), concluye que se debe crear mecanismos que aseguren mejor comunicación de los esfuerzos que el Gobierno y diferentes instituciones públicas han establecido para la mejora del desarrollo productivo y empresarial, aprovechando las tecnologías de información, lo cual coincide con esta investigación ya que el 66% de las empresas encuestadas afirman no estar enteradas de las guías que publica el gobierno sobre fuentes de financiamiento.

En este sentido, también se encuentran similitudes con la investigación de Rodríguez y Tenorio (2022) al analizar los gráficos se observa que la implementación de una plataforma de comercio electrónico para la promoción de productos junto a la descentralización de ferias y eventos, fueron acciones que las empresas opinan en su mayoría, si tener conocimiento por lo que la estrategia de internacionalización de la empresa y diversificación de mercados tuvo mejor llegada que las demás estrategias, sin embargo al igual que menciona Rodríguez y Tenorio (2022) las deficiencias evidenciadas no permiten que tenga efecto sobre las exportaciones.

Por último, Rodríguez y Tenorio (2022) destaca que las empresas con mayor experiencia le encuentran más útil la información sobre desarrollar factores clave del potencial exportador como gestión financiera, gestión de mercado, gestión administrativa, gestión de clientes y gestión de procesos internos, donde se obtuvo como resultado que para el 50% de las empresas el empleo de estos factores es limitado, mientras que el otro 50% indicó que si desarrollan este tipo de gestión.

## Conclusiones

1. Se concluye que la variable condiciones influyó en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, de acuerdo al resultado obtenido si solo se toma en cuenta el coeficiente de correlación de Spearman, que tiene el valor de 0.015, se afirma que existe una influencia positiva muy baja de la variable condiciones sobre la variable exportaciones, sin embargo si se considera el nivel de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas. Este resultado puede deberse a las condiciones que ya existían anterior a la pandemia y que posteriormente se fueron recuperando. Condiciones que generalmente promueven las exportaciones del sector textil.
2. Se concluye que la variable estrategias no influyó en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, de acuerdo al resultado obtenido si solo se analiza el coeficiente de correlación de Spearman, que es de -0.647, se afirma que existe una relación negativa moderada entre la variable estrategias y las exportaciones, en relación, si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables analizadas. Este resultado puede ser consecuencia a que las estrategias que debieron ser ejecutadas por las entidades gubernamentales no fueron difundidas o no llegaron al público objetivo, o que este sector en particular no se encontró interesado en las actividades que promueven las entidades gubernamentales.
3. La dimensión Estabilidad Económica demuestra tener influencia sobre la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se toma en cuenta el coeficiente de correlación de

Spearman, que tiene el valor de 0.716, se afirma que existe una conexión positiva moderada de la Estabilidad Económica como dimensión sobre las exportaciones como variable, no obstante, si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas. Este resultado se debe a la influencia dos de los cuatro indicadores dentro de la dimensión, crecimiento del producto y tipo de cambio. En el que la mayoría de empresas se sienten más seguras que estos indicadores fueron los más favorables para sus exportaciones.

4. La dimensión Política comercial abierta demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido a través del coeficiente de correlación de Spearman que tiene el valor de 0.892, en otras palabras, existe una verdadera relación positiva alta estadísticamente significativa de la Política comercial abierta, como dimensión sobre las exportaciones como variable.
5. La dimensión Política de atracción de inversión extranjera demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido a través del coeficiente de correlación de Spearman que es de 0.84, en otras palabras, existe una verdadera relación positiva alta estadísticamente significativa de la Política de atracción de inversión extranjera como dimensión sobre las exportaciones como variable, influenciada principalmente por una mejor percepción de las empresas sobre los impuestos aplicados al sector.
6. La dimensión Riesgo no demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se examina el coeficiente de correlación de Spearman, que tiene el valor de -0.689, se afirma que hay una relación negativa moderada del Riesgo

como dimensión sobre las exportaciones como variable, asimismo, si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas.

La razón se debe a que, a menor riesgo, las empresas perciben mayores exportaciones.

7. La dimensión Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados no demostró tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se analiza el coeficiente de correlación de Spearman, que tiene el valor de  $-0.524$ , se demuestra que existe una conexión negativa moderada de la Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados como dimensión sobre la variable Exportaciones, en relación, si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas. Esto debido a una mayor percepción de la realización ferias y eventos descentralizados, pero sin resultados significativos en las exportaciones de las empresas. Asimismo, un escaso conocimiento sobre la realización de una plataforma para el comercio electrónico y aun menor de un diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.
8. La dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, no demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se analiza el coeficiente de correlación de Spearman, que es de  $-0.735$ , se afirma que existe una relación negativa alta de la dimensión Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible sobre la variable exportaciones, en este sentido, si se considera el grado de significancia estos resultados también denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas.

Este resultado es debido a la escasa seguridad y conocimiento de las empresas sobre las acciones tomadas por las entidades gubernamentales para mejorar la Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible que beneficie al sector.

9. La dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional no demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se examina el coeficiente de correlación de Spearman, que es de -0.493, se afirma que hay una relación negativa moderada de la dimensión Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional sobre la variable exportaciones, asimismo si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión entre las variables examinadas. Este resultado es debido a la escasa seguridad y conocimiento de las empresas sobre las acciones tomadas por las entidades gubernamentales sobre esta dimensión.
10. La dimensión Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora no demuestra tener influencia en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022, según el resultado obtenido si solo se examina el coeficiente de correlación de Spearman, que es de -0.647, se afirma que hay una relación negativa moderada de la Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora como dimensión sobre las Exportaciones como variable, en relación, si se considera el grado de significancia estos resultados denotan que no se encuentra evidencia estadísticamente significativa que respalde la conexión. Este resultado es influenciado principalmente por la escasa seguridad y conocimiento sobre las acciones tomadas por las entidades gubernamentales en esta dimensión.

## **Recomendaciones**

1. Se recomienda profundizar el estudio acerca de la influencia de las condiciones y estrategias que implementó el gobierno en otros sectores exportadores y verificar si efectivamente estas acciones no fueron difundidas correctamente por lo que no lograron los objetivos propuestos o si se debió al desconocimiento por parte de las exportadoras textiles de la ciudad de Arequipa sobre estas iniciativas planteadas.
2. Se recomienda ampliar el tema de estudio propuesto en investigaciones posteriores empleando metodologías diferentes o más avanzadas con los mismos objetivos, pero asegurándose de lograr una mayor muestra de empresas.
3. Se recomienda explorar las variables adicionales que no se abordaron en la tesis propuesta, ya que ofrecerá la posibilidad de ampliar la comprensión de los factores que impactan en las exportaciones textiles.

## Referencias

- Almonacid Cordova, M. (Diciembre de 2022). *Factores que afectan la competitividad internacional del sector alpaquero peruano*. Obtenido de Repositorio Universidad de Lima:  
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/17818/T018\\_76653418\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/17818/T018_76653418_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alvarez, M., & Duran, J. (2009). *Manual de la Micro Pequeña y Mediana empresa*. San Salvador: NU CEPAL. Obtenido de San Salvador:  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/531fd00f-d53c-4e45-b6b1-45e22e84743e/content>
- Bustillo, R. (2001). *Comercio exterior Materia y ejercicios*. Gordailua: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://104.207.147.154:8080/bitstream/54000/1166/1/Bustillo-Comercio%20exterior.pdf
- Caicedo Manrique, C. E. (2021). *La realidad del sector textil colombiano*. Obtenido de Repositorio Unideversidad del Rosario:  
<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/1d71f5bc-72f4-4c7f-b736-2bad02a365f3/content>
- ComexPerú. (14 de Octubre de 2022). EXPORTACIONES TEXTILES Y CONFECCIONES ENTRE ENERO Y AGOSTO AUMENTAN RESPECTO DE 2021. (1140). Lima. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-textiles-y-confecciones-entre-enero-y-agosto-aumentan-respecto-de-2021>
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2013). *Negocios Internacionales*. Mexico: Pearson Education.

- Delgado Torres, M. (2022). *PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL DE ALPACA DE AREQUIPA*. Arequipa: Escuela de postgrado San Francisco Xavier SRX. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.sfx.edu.pe/bitstream/handle/SFX/71/Delgado%20Torres%2c%20Maria%20del%20Carmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior. (21 de abril de 2022). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de Reporte de Comercio - Reporte Comercio Regional - RCR - Arequipa 2021 - Anual: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/2923553-reporte-de-comercio-reporte-comercio-regional-rcr-arequipa-2021-anual>
- Durán Lima, J. E., & Alvarez, M. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- García, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa: Cómo realizar negocios internacionales*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Gob.pe. (2 de Julio de 2014). *Ley 30056*. Obtenido de Normas y documentos legales: <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/2913319-30056>
- Granell Trías, F. (2008). La promoción de exportaciones por el centro de comercio internacional UNCTAD/OMC. *ICE: Revista de economía*, 127-129. Obtenido de <https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1162>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

- Instituto Europeo de Posgrado*. (2022). Obtenido de ¿Qué es el comercio exterior y el interior?: <https://www.iep-edu.com.co/que-es-comercio-exterior-interior/>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>
- Larios Francia, R. (Enero-Diciembre de 2017). Estado actual de las MIPYMES del sector textil de la confección en Lima. *Ingeniería Industrial*(35), 113-137. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337453922006>
- Larrañaga, O. (1990). *Política Fiscal y los Shocks Externos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Lucio, E. (2018). *El comercio internacional Manual práctico de clasificación y valoración de las mercaderías* (Tercera ed., Vol. 1). Ciudad de Mendoza: Ediciones Universidad de Congreso. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://ediuc.ucongreso.edu.ar/wp-content/uploads/sites/6/2019/08/El-comercio-internacional-digital.pdf>
- MINCETUR. (2018). *Plan Regional Exportador Arequipa* (Primera ed.). Lima.
- MINCETUR. (13 de Febrero de 2020). Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025.
- MINCETUR. (11 de Enero de 2022). Regiones alcanzan récord exportador. Perú. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/575267-regiones-alcanzan-record-exportador>
- MINCETUR. (2022). *Reporte de Comercio Regional 2021, Anual*. Perú: MINCETUR. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/2923553-report-de-comercio-report-comercio-regional-rcr-arequipa-2021-anual>
- MINCETUR. (8 de junio de 2023). *Reporte de Comercio - Reporte Comercio Regional - RCR - Arequipa 2022 - Anual*. Obtenido de

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/4299495-reporte-de-comercio-reporte-comercio-regional-rcr-arequipa-2022-anual>

MINCETUR. (Mayo de 2024). *Reporte de Comercio - Reporte Comercio Regional - RCR -*

*Arequipa 2023 - Anual*. Obtenido de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5960267/5283231-rcr-arequipa-anual-2023.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *PERX Plan Regional Exportador*

*Arequipa*. (J. Figueroa Escobar, Ed.) Lima: MINCETUR. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354543/PERX\\_AREQUIPA.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/354543/PERX_AREQUIPA.pdf)

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2015). *Comercio Exterior: Formas de*

*Exportacion*. Obtenido de MIDAGRI: <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoeexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (s.f.). *Oferta Exportable*. Obtenido de

<https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta->

[exportable#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20oferta%20exportable,de%20los%20mercados%20de%20destino](https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20oferta%20exportable,de%20los%20mercados%20de%20destino).

Mogrovejo, J. (2005). Factores determinantes de la inversión extranjera directa en algunos

países de Latinoamérica. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*(5), 51-82. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/<http://www.scielo.org.bo/pdf/rlde/n5/a03.pdf>

- Molina Arias, M. (16 de febrero de 2022). *Análisis de normalidad. Una imagen vale más que mil palabras*. Obtenido de Anestesiariar: <https://anestesiariar.org/2022/analisis-de-normalidad-una-imagen-vale-mas-que-mil-palabras/>
- Moreno Moreno, P. (1994). La ventaja competitiva de las naciones. *CIENCIA ergo-sum*, 1(1), 84-85. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5191852>
- Nel Páez, P., Guillermo Jiménez, W., & Danna Buitrago, J. (Julio - diciembre de 2021). LAS TEORÍAS DE LA COMPETITIVIDAD: UNA SÍNTESIS. *Revista Republicana*(31), 119-144. doi: <http://dx.doi.org/10.21017/Rev.Repub.2021.v31.a110>
- NU. CEPAL. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. America Latina y el Caribe: CEPAL*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11362/45877>
- NU. CEPAL. (2021). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2021: en busca de una recuperación resiliente y sostenible*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11362/47535>
- NU. CEPAL. (2023). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2022: el desafío de dinamizar las exportaciones manufactureras*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11362/48650>
- OMS. (2022). *Coronavirus*. Obtenido de [https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1)
- Organizacion Mundial de la Salud. (23 de Diciembre de 2021). Preguntas y respuestas sobre la transmisión de la COVID-19. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>
- Orozco Bacca, M., & Gutiérrez Avila, M. (2021). *Análisis de estrategias empresariales de competitividad en organizaciones importadoras y exportadoras frente a la pandemia del COVID19 en la ciudad de Barranquilla*. Barranquilla: Universidad Simon Bolivar. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12442/7403>

Peruvian Export Promotion Agency - PROMPEX. (21 de Octubre de 2022). *Preguntas*

*Frecuentes: regimenes de exportacion*. Obtenido de PromPeru:

<http://export.promperu.gob.pe/PROMPEX/Portal/Others/LearningOthers.aspx?.menuId=26>

Quiñones Capcha, J. G., & Quispe Salcedo, N. (Lima de 2023). *Factores determinantes para la explotacion de fibra de alpaca en Arequipa, 2022*. Obtenido de Repositorio

Academico USMP:

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/13327/qui%c3%blones\\_cjg-quispe\\_sn.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/13327/qui%c3%blones_cjg-quispe_sn.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de

<https://dle.rae.es/condici%C3%B3n>

Real Academia Española. (2022). *Pandemia*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pandemia>

Rodriguez Espinoza, Y. I., & Tenorio Valdez, H. G. (28 de Diciembre de 2022). *La*

*participación de las pymes peruanas de prendas de alpaca en el "Programa Comercio Electrónico" de Promperú y la relación con su desempeño exportador entre los años 2018-2021*. Obtenido de Repositorio Academico UPC:

<http://hdl.handle.net/10757/667505>

Rojas Aguilar, L. J., & Bazan Sanchez, C. A. (05 de junio de 2024). *Factores externos del*

*crecimiento exportador de la subpartida arancelaria 6006320000, hacia la Comunidad Andina de Naciones-CAN, de empresas Peruanas de tejidos de punto, ubicadas en Lima Metropolitana (2015-2019)*. Obtenido de Repositorio Academico

UPC:

[https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/659143/Rojas\\_AL.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/659143/Rojas_AL.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Sales, M. (2013). *Diagrama de Pareto*. Obtenido de EALDE Business School.

SIICEX. (2008). *Glorario*. Obtenido de

[https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc\\_glosario&pletra=E&pNumPagina=3&\\_portletid\\_=SGlosario&\\_page\\_=155.00000](https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=E&pNumPagina=3&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000)

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2016). *Aduanas: Exportacion definicion*. Obtenido de SUNAT.GOB.PE:

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

Vázquez López, R. (2020). Competitividad estructural de las exportaciones del sector textil mexicano: un análisis comparativo con respecto a sus competidores. *Contaduría y Administración*, 65(4), 1-25. doi:<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2519>

Vega, J. (2009). Propuesta de un indicador de estabilidad macreconomica. (C. d. (BID), Ed.) *MONEDA*, 42-46.

Westbrook, G., & Angus, A. (Enero de 2021). *Euromonitor Internacional*. Obtenido de Las 10 principales tendencias globales de consumo para el 2021: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/publicaciones/2047/Tendencias%20globales%202021.pdf>

## Anexos

### Anexo A: Operacionalización de las variables

<b>Variab</b> les	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnica E Instrumentos</b>
Condiciones	Las condiciones son circunstancias que afectan a un proceso o al estado de una persona o cosa (Real Academia Española, s.f., definición 11).	La variable Condiciones será medida a través de cuatro dimensiones y nueve indicadores que fueron tomados de un estudio que analiza los factores determinantes de la inversión extranjera directa en algunos países de Latinoamérica (Mogrovejo, 2005).	Estabilidad económica  Política comercial abierta  Política de atracción de inversión extranjera  Riesgo	Crecimiento del producto Volatilidad del tipo de cambio Tasa de inflación Tipo de cambio Apertura media por el intercambio comercial: $(X+M)/\text{PIB} \times 100$ Nivel de protección arancelario Tasa de impuestos corporativos Riesgo político Solvencia económica del país receptor		Cuestionario / Encuesta
Estrategias	Es un plan de utilización y de asignación de los recursos disponibles con el fin de modificar el	La variable estrategias será medida a través de cuatro dimensiones y siete indicadores tomados del Plan	Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados	Desarrollo de inteligencia comercial Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior	1 2,3	Cuestionario / Encuesta

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>	<b>Técnica E Instrumentos</b>
	equilibrio competitivo y de volver a estabilizarlo a favor de la empresa considerada (Arce, 2010).	Estratégico Regional Exportador Arequipa (MINCETUR, 2018).	Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible	Diversificar la oferta exportable	4,5,6	
			Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional	Financiamiento del comercio exterior.	7,8	
				Mejorar el marco regulatorio, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas.	9	
			Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora	Generar competencias en comercio exterior.	10, 11	
				Transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional.	12	
<b>Exportaciones</b>	Régimen aduanero que te permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, no está afecta a tributo alguno (SUNAT, 2016).	Las exportaciones serán medidas a través de tres dimensiones dadas por, rentabilidad, productividad y diversificación y cinco indicadores (Daniels et al., 2013).	Rentabilidad	Valor de exportaciones		Cuestionario / Encuesta
		Productividad	Volumen de exportación			
		Diversificación	Factores clave en la medición del potencial exportador			
				Productos exportados		
				Destino de exportación		

## Anexo B: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización		
			Variables y subvariables	Indicadores	Metodología, Técnicas e Instrumentos
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis general</b>			
¿Cuáles fueron las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Identificar las condiciones y estrategias que influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	Las condiciones y estrategias influyeron en la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.		<p><b><u>Variable independiente</u></b>  <b>Condiciones:</b> Estabilidad económica, política comercial abierta, política de atracción de inversión extranjera y riesgo</p> <p><b>Estrategias:</b>  Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados, oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional y generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.</p>	<p><b><u>Enfoque de la investigación</u></b>  Enfoque Cuantitativo</p>
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>			
¿Cómo la dimensión estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión estabilidad económica influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.	<p>La variable será medida a través de cuatro dimensiones.</p> <p><b>Estrategias:</b> La variable estrategias será medida a través de cuatro dimensiones y siete indicadores</p>		
¿Cómo la dimensión política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión política comercial abierta influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el 2021 y 2022.			<p><b><u>Nivel de investigación</u></b>  No experimental</p>

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización		
			Variables y subvariables	Indicadores	Metodología, Técnicas e Instrumentos
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas			
¿Cómo la dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión Política de atracción de inversión extranjera influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.			<u>Método de investigación</u> Encuesta / Cuestionario
¿Cómo la dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión Riesgo influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	<u>Variable dependiente</u> <b>Exportaciones:</b> Las	<u>Variable dependiente</u> <b>Exportaciones:</b>	<u>Diseño de la investigación</u> Transeccional Descriptivo
¿Cómo la dimensión internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión internacionalización de la empresa y diversificación de mercados influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	exportaciones serán medidas a través de tres dimensiones y cinco indicadores	Rentabilidad, productividad y diversificación	<u>Población</u> 32 empresas con exportaciones constantes en el 2021 y 2022 del sector textil ubicadas en la región Arequipa
¿Cómo la dimensión oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.			

Problema	Objetivos	Hipótesis	Operacionalización		
			VARIABLES Y SUBVARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas			
¿Cómo la dimensión facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.			<b>Muestra</b> 06 MIPYMES exportadoras del sector textil ubicadas en la región Arequipa
¿Cómo la dimensión generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022?	Determinar cómo la dimensión generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.	La dimensión generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora influyó en las exportaciones textiles de las MIPYMES de Arequipa en el 2021 y 2022.			

### Anexo C: Empresas exportadoras del sector textil 2021- Ubigeo Arequipa

N°	Nombre de la empresa	RUC	Estrato empresarial	FOB EXPORTADO US\$				Var % 19/21	Participación US\$ 21	Participación % 21
				2019	2020	2021	2022			
1	Andesland S.A.C.	20456019863	mediana	1,012,052	1,057,133	1,558,398	1,975,341	54%	546,346	25%
2	Waka-S Textiles Finos S.A.C.	20453995241	pequeña	330,566	427,548	724,494	855,662	119%	393,928	18%
3	Textialpaca Perú S.A.C	20601862841	pequeña	84,595	114,972	707,150	452,057	736%	622,555	28%
4	Kata Alpaca E.I.R.L.	20602909183	pequeña	174,465	174,355	384,327	258,368	120%	209,862	10%
5	Andina Outdoors S.A.C	20456164448	pequeña	114,632	42,617	149,428	162,538	30%	34,796	2%
6	Textilan S.R.L.	20326560210	pequeña	67,608	106,546	127,904	145,077	89%	60,296	3%
7	Ramos Malaga Mario Cesar	10702416961	micro	55,740		96,133	107,737	72%	40,393	2%
8	Alpaca & Woollen Hand-Made Carpets E.I.R.L.	20498364650	micro	74,201	49,608	75,755	96,470	2%	1,554	0%
9	Corporacion Paulet S.A.C.	20603776497	micro	22,077	49,925	69,898	51,789	217%	47,821	2%
10	Exportaciones R & R S.A.C.	20532775788	micro	43,869	122,285	227,088	48,683	418%	183,219	8%
11	Comercial Roshy Import Export E.I.R.L.	20519993636	micro	4,050	43,418	26,660	20,738	558%	22,610	1%
12	Creaciones Spor Maywar E.I.R.L.	20602128084	micro	16,183	11,138	22,085	20,067	36%	5,902	0%
13	Exportaciones Giro S.A.C.	20533260307	micro	16,712	21,421	32,154	7,467	92%	15,442	1%
14	Expart Perú E.I.R.L.	20558371049	micro	9,075	25	9,285	5,437	2%	210	0%
<b>TOTAL VARIACIÓN US\$ 19/21</b>									<b>2,184,934</b>	

### Anexo D: Empresas exportadoras del sector textil 2022 - Ubigeo Arequipa

N°	Nombre de la empresa	RUC	Estrato empresarial	FOB EXPORTADO US\$				Var % 21/22	Participación US\$ 22	Participación % 22
				2019	2020	2021	2022			
1	Andesland S.A.C.	20456019863	mediana	1,012,052	1,057,133	1,558,398	1,975,341	27%	416,943	43%
2	Waka-S Textiles Finos S.A.C.	20453995241	pequeña	330,566	427,548	724,494	855,662	18%	131,168	13%
3	Ramos Malaga Mary Cecilia	10440275821	pequeña	675,816	356,516	530,186	604,957	14%	74,771	8%
4	Nym's E.I.R.L.	20498034277	micro	110,434	159,778	51,404	123,791	141%	72,387	7%
5	Cabrera and Company Corporation S.R.L.	20454627220	pequeña	211,001	115,299	144,502	212,877	47%	68,375	7%
6	Manu Knits S.A.C.	20603903049	pequeña	270,821	96,019	80,445	130,280	62%	49,835	5%
7	La Alpaca S.R.Lda	20170432429	micro	54,265	50,746	22,015	51,878	136%	29,863	3%
8	Alpaca & Woollen Hand-Made Carpets E.I.R.L.	20498364650	micro	74,201	49,608	75,755	96,470	27%	20,715	2%
9	Qori Exports S.R.L.	20124778213	pequeña	392,632	78,519	114,945	133,071	16%	18,126	2%
10	Textilan S.R.L.	20326560210	pequeña	67,608	106,546	127,904	145,077	13%	17,173	2%
11	Allpaqa Alturas S.A.C.	20558078503	micro	18,200	18,601	10,710	26,039	143%	15,329	2%
12	Cllamalpaca S.A.C.	20603703121	pequeña	79,815	19,875	14,263	27,739	94%	13,476	1%
13	Andina Outdoors S.A.C.	20456164448	pequeña	114,632	42,617	149,428	162,538	9%	13,110	1%
14	Ramos Malaga Mario Cesar	10702416961	micro	55,740		96,133	107,737	12%	11,604	1%
15	Alpaca Spar S.R.L.	20454096275	micro	20,063	34,180	14,665	25,066	71%	10,401	1%
16	Minkaytupa S.A.C.	20600185943	micro	33,104	10,612	10,124	19,769	95%	9,645	1%
17	Jireh Collection S.A.C	20600865961	micro	17,574	5,086	17,466	20,960	20%	3,494	0%
18	Lenyan Group E.I.R.L.	20600718828	micro	11,893	13,947	3,635	6,250	72%	2,615	0%
<b>TOTAL VARIACIÓN US\$ 21/22</b>									<b>979,030</b>	

## Anexo E: Exportación por Partida Arancelaria - Ubigeo Arequipa

SUBPARTIDA-DESCRIPCION	2021		2022		Total Suma de FOB (US\$)	Total Suma de Peso Neto (KG)
	Suma de FOB (US\$)	Suma de Peso Neto (KG)	Suma de FOB (US\$)	Suma de Peso Neto (KG)		
5109100000 - hilados de lana o pelo fino para venta a	861	21			861	21
5112114000 - tejidos de pelo fino de llama peinado c	251.72	1.932			251.72	1.932
5112194000 - tejidos de pelo fino de llama o alpaca p	964253.53	12658.328	866730.48	11344.017	1830984.01	24002.345
5112199000 - tejidos de pelo fino o lana peinado de g			11124.81	149.576	11124.81	149.576
5112909000 - los demás tejidos de lana o pelo fino ex	2693.66	27.391			2693.66	27.391
5309110000 - tejidos de lino con un contenido de lino	4034.38	54.328	6504.12	69.47	10538.5	123.798
5309190000 - los demás tejidos de lino con contenido	102	0.742			102	0.742
5701100000 - alfombras de nudo de lana o pelo fino	2212.04	37.516			2212.04	37.516
5702910000 - alfombras y revestimientos para el suelo	314495.09	4924.274	287106.02	4408.347	601601.11	9332.621
6102100000 - abrigos, chaquetas, capas y artículos si	59896.13	402.145	31602.09	260.497	91498.22	662.642
6102200000 - abrigos, chaquetas, capas y artículos si			12811.5	132	12811.5	132
6103230000 - conjuntos de punto, para hombres o niños	1069.5	12.707			1069.5	12.707
6104410000 - vestidos de punto para mujeres o niñas,			5880.3	70.955	5880.3	70.955
6104420000 - vestidos de punto para mujeres o niñas,			1275.64	11.463	1275.64	11.463
6104610000 - pantalones largos, pantalones con peto,	1844.4	17.278			1844.4	17.278
6104620000 - pantalones largos, pantalones con peto,			2942.7	26.443	2942.7	26.443
6109100039 - los demás t-shirts de algodón, para homb			1209.1	10.864	1209.1	10.864
6110111090 - los demás suéteres (jerseys) de lana; a	735	11.435	2841	49.215	3576	60.65
6110191090 - los demás suéteres (jerseys), de lana o	192673.1	1932.25	179537.35	1865.369	372210.45	3797.619
6110192000 - chalecos de los demás pelos finos			16359	149.824	16359	149.824
6110193000 - cardiganes de los demás pelos finos	45414.4	437.203	61477.17	595.987	106891.57	1033.19
6110199090 - los demás suéteres (jerseys), «pullovers	9732.8	116.806			9732.8	116.806
6110201090 - los demás suéteres (jerseys) de algodón;	30207.3	290.359	48347.96	615.958	78555.26	906.317
6110202000 - chalecos			1105.31	9.932	1105.31	9.932
6110203000 - cardiganes	24539.3	223.917	226.7	1.88	24766	225.797

6110301000 - suéteres, pullovers, cardigans, chalecos	385	4.574	1300	23.126	1685	27.7
6110309000 - suéteres, pullovers, cardigans, chalecos	1405.18	22.839			1405.18	22.839
6115940000 - demás, calcetines y demás artículos de c	20100.83	173.738	101220.85	1322.968	121321.68	1496.706
6115960000 - demás, calcetines y demás artículos de c	86933.69	1443.846	41552.52	673.462	128486.21	2117.308
6115990000 - calzas, pantys, leotardos, medias, calce	26923.02	381.406			26923.02	381.406
6116910000 - guantes, mitones y manoplas de punto de	24291.21	323.294	17576.12	223.659	41867.33	546.953
6116990000 - guantes, mitones y manoplas de punto de	2376.3	28.233			2376.3	28.233
6117100000 - chales, pañuelos de cuello, bufandas, ma	32448.97	299.48	11130.5	95.74	43579.47	395.22
6117809000 - los demás complementos de vestir	368199.98	3249.095	254070.39	2125.917	622270.37	5375.012
6202110000 - abrigos, impermeables, chaquetones, capa	849250.33	5356.015	58755.83	356.397	908006.16	5712.412
6202200000 - de lana o pelo fino			439546.82	2863.29	439546.82	2863.29
6214200000 - chales, pañuelos de cuello, bufandas, ma	98856.15	1037.227	120191.47	1321.913	219047.62	2359.14
6214300000 - chales, pañuelos de cuello, bufandas, ma	4849	52.695	2550	35.571	7399	88.266
6214900000 - chales, pañuelos de cuello, bufandas, ma	696	7.652			696	7.652
6217100000 - complementos (accesorios) de vestir conf	60	0.713			60	0.713
6301201000 - mantas de lana (excepto las eléctricas)	20683.43	297.613	4395.3	44.26	25078.73	341.873
6301202000 - mantas de pelo de vicuña (excepto las el	736	14.011	5445	45.21	6181	59.221
6301209000 - mantas de las demás materias textiles (e	503691.07	5936.235	239113.09	2402.783	742804.16	8339.018
6301300000 - mantas de algodón (excepto las eléctrica	1034.4	15.896			1034.4	15.896
6302390000 - las demás ropas de cama de las demás mat	18113.6	216.987	17345.9	197.601	35459.5	414.588
6304990000 - los demás artículos de tapicería, de las	85	0.653			85	0.653
6307909000 - los demás artículos confeccionados			2343.4	28.636	2343.4	28.636
<b>Total general</b>	<b>3716134.51</b>	<b>40031.813</b>	<b>2853618.44</b>	<b>31532.33</b>	<b>6569752.95</b>	<b>71564.143</b>

## Anexo F: Atención de Solicitud de Acceso a la Información Pública PROMPERU



**PERÚ**  
Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERU

Gerencia General



Firmado digitalmente por LUNA  
TERESA DE JESUS FJAU  
2023.07.15 10:50:00  
Módulo: Sca y outa del documento  
Fecha: 15.06.2023 17:38:20 -05:00

*"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"*  
*"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"*

San Isidro, 15 de Junio del 2023

**CARTA N° 000295-2023-PROMPERU/GG-OAD**

Señorita  
PICHA HUAHUACONDORI IDA EMPERATRIZ  
ipicha@ulasalle.edu.pe  
Presente .-

**Asunto** : SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA.

**Ref.** : Memorando N°000203-2023-PROMPERU/DX-SIP

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, en atención a su requerimiento recibido el día 12 del presente mes, al amparo de la Ley de Transparencia y Acceso a la información pública, a fin de remitirle, al correo indicado en su solicitud, copia del documento de la referencia emitido por la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial, mediante el cual se brinda atención a su pedido.

Atentamente,

Firmado digitalmente  
**TERESA DE JESUS LUNA FEJOO**  
Jefe de la Oficina de Administración  
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU

## Anexo G: Correo electrónico de envió de información para clasificación de las MIPYMES del sector



GOS - Transparencia <GOS\_transparencia@sunat.gob.pe>  
para mí

5 jul 2023, 19:35

☆ ↶ ⋮

Señora  
PICHA HUAHUACONDORI IDA EMPERATRIZ  
Presente

Mediante el presente, nos dirigimos a usted a efectos de atender el documento del asunto, mediante el cual solicita: *" (...) clasificación de ciertas empresas dentro de las categorías de Micro, Pequeña y Media Empresa, de acuerdo a los criterios establecidos por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). Adjunto envío una lista de empresas que requiero clasificar en las respectivas categorías mencionadas (...) "*

Al respecto, le indicamos que conformidad con el artículo 10° de la Ley N.º 27806, norma que regula los aspectos concernientes a la SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, las entidades de la Administración Pública tienen la obligación de proveer la información requerida si se refiere a la contenida en documentos escritos, fotografías, grabaciones, soporte magnético o digital, o en cualquier otro formato, siempre que haya sido creada u obtenida por ella o que se encuentre en su posesión o bajo su control.

Por otro lado, es preciso señalar que, de acuerdo con el artículo 13° del citado dispositivo legal, las solicitudes de información no implican la obligación de las entidades de crear o producir información con la que no cuenten o no tenga obligación de contar al momento de efectuarse los pedidos.

En tal sentido, se proporciona en un (01) archivo adjunto, información conforme a los criterios solicitados que resultan atendibles <sup>(1)</sup> por esta administración y que no involucra un procesamiento adicional por parte de nuestras áreas de sistemas, con lo que damos por atendido lo solicitado.

Atentamente,

**Mariam Leny E. Valdivia Ramos**  
Gerente  
Gerencia de Orientación y Servicios  
Intendencia Nacional de Gestión de Procesos  
www.sunat.gob.pe



Nota(1): Considera para estos efectos ingresos declarados por el ejercicio 2022

## Anexo H: Validación de los instrumentos

### I. Validación

DEX3 Dimensión: Diversificación												SÍ	NO	*****
46	Su empresa conoce con bastante detalle el margen de utilidad de la comercialización y exportación de sus productos.													
47	Su empresa cuenta con un plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes.													
48	Su empresa cuenta con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios.													
49	Su empresa tiene un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización.													
ASPECTOS GENERALES												SÍ	NO	*****
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario												X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación												X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir												X		

**VALIDEZ**  
 APLICABLE    
 APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES   
 NO APLICABLE

Firma:

Nombres y apellidos:

Grado: *Doctor*

DNI: *41866294*

*J. Grandos García*

*INGENIERO COMERCIAL*

*CP. 87337*

*Jepi Grandos García*

### II. Validación

Informe de Aspectos generales	Sí	No	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		Revisar ortografía en los párrafos donde se hizo los comentarios.
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		

**VALIDEZ**

Firma: *Eder Gerónimo Arisaca Mamani*

X	Aplicable
	Aplicable atendiendo a las observaciones
	No aplicable

Nombres y apellidos: Eder Gerónimo Arisaca Mamani

Grado: Mg. en Ingeniería con mención en Productividad y Calidad e Ingeniero Industrial, desarrollando el Doctorado en Ciencias: Educación.

DNI: 43993987

### III. Validación

Informe de Aspectos generales	Sí	No	Observaciones
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		Se sugiere revisar las correcciones de coherencia y ortografía.
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		

#### VALIDEZ

Firma: 

<input checked="" type="checkbox"/>	Aplicable	Nombres y apellidos: Ana Sofía Fernández Vargas
<input type="checkbox"/>	Aplicable atendiendo a las observaciones	Grado: Mg. Administración de Negocios e Ingeniera Industrial, desarrollando el Doctorado en Ciencias: Educación.
<input type="checkbox"/>	No aplicable	DNI: 72526160

## Anexo I: Cuestionario

### Tesis: Identificación de las condiciones y estrategias que facilitaron la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el periodo 2021 y 2022

#### CUESTIONARIO

Estimado participante, la presente encuesta se está realizando para el desarrollo de la investigación “Identificación de las condiciones y estrategias que facilitaron la recuperación de las exportaciones textiles de las MIPYMES en Arequipa en el periodo 2021 y 2022”, la cual mantendrá su información personal de forma anónima, por lo cual no es necesario que proporcione sus nombres ni datos específicos que lo identifiquen y los datos que se recabarán tendrán fines estrictamente académicos.

Dicha encuesta consta de una serie de preguntas, por lo cual se le recomienda que lea detenidamente cada una de ellas y conteste de acuerdo a la siguiente escala de Likert.

- ( 1 ) Totalmente en desacuerdo
- ( 2 ) En desacuerdo
- ( 3 ) Ni de acuerdo/ ni desacuerdo
- ( 4 ) De acuerdo
- ( 5 ) Totalmente de acuerdo

#### DATOS GENERALES

Nombre de la empresa:

Nombres y Apellidos:

Cargo:

VARIABLE: CONDICIONES		ESCALA				
<b>DC1</b>	<b>Dimensión: Estabilidad económica</b>	1	2	3	4	5
1	El crecimiento de su producto ha sido estable en los años 2021 y 2022					
2	La volatilidad del tipo de cambio representó un problema para su empresa en el periodo 2021 y 2022					
3	La tasa de inflación representó un problema para su empresa en el periodo 2021 y 2022					
4	El tipo de cambio de los años 2021 y 2022 favoreció sus negocios internacionales					
<b>DC2</b>	<b>Dimensión: Política comercial abierta</b>	1	2	3	4	5
5	Cree usted que el Perú tenía una política comercial abierta en los años 2021 y 2022					
6	La política comercial del Perú en los años 2021 y 2022 favorecía los negocios internacionales					
<b>DC3</b>	<b>Dimensión: Política de atracción de inversión extranjera</b>	1	2	3	4	5
7	El nivel de protección arancelario del Perú en los años 2021 y 2022 favorecía los negocios internacionales					
8	Los impuestos en los años 2021 y 2022 a los negocios internacionales en el Perú fueron adecuados					
<b>DC4</b>	<b>Dimensión: Riesgo</b>	1	2	3	4	5
9	El riesgo político de los años 2021 y 2022 desfavoreció sus negocios que se desenvuelven a nivel internacional.					
10	Los países a los que exporta su empresa tuvieron solvencia económica en los años 2021 y 2022.					
VARIABLE: ESTRATEGIAS		ESCALA				
<b>DE1</b>	<b>Dimensión: Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados</b>	1	2	3	4	5
11	Considera que el gobierno elaboró un diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda adecuado enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022.					
12	El diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda realizado por el gobierno le ayudó a enfrentar el impacto en los años 2021 y 2022.					
13	El gobierno implementó una plataforma electrónica para la promoción de productos en los años 2021 y 2022.					
14	La implementación de una plataforma electrónica para la promoción de productos tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
15	El gobierno descentralizó ferias y eventos comerciales en los años 2021 y 2022.					
16	La descentralización de ferias y eventos comerciales tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
<b>DE2</b>	<b>Dimensión: Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible</b>	1	2	3	4	5

17	El gobierno implementó un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca (Solo exportadoras de tejido de alpaca) en los años 2021 y 2022.					
18	La implementación de un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022 (Solo exportadoras de tejido de alpaca)					
19	El gobierno creó y/o adecuó fondos en los años 2021 y 2022 para el registro de marcas y patentes en el extranjero.					
20	La creación y/o adecuación de fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
21	El gobierno implementó en los años 2021 y 2022 programas de capacitación en asociatividad.					
22	La implementación de programas de capacitación en asociatividad tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
<b>DE3</b>	<b>Dimensión: Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional</b>	1	2	3	4	5
23	Estaba enterado que el gobierno elaboró una guía informativa sobre fuentes de financiamiento en los años 2021 y 2022.					
24	La elaboración de una guía informativa sobre fuentes de financiamiento tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
25	Estaba enterado que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 asesorías financieras sobre la reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos.					
26	La implementación de asesorías financieras sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
27	Estaba enterado que el gobierno implementó en los años 2021 y 2022 esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.					
28	La implementación de esquemas de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
<b>DE4</b>	<b>Dimensión: Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora</b>	1	2	3	4	5
29	Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.					
30	Las capacitaciones para desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
31	Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 realizó capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado.					
32	Las capacitaciones para desarrollar capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
33	Estaba enterado que el gobierno en los años 2021 y 2022 implemento pasantías tecnológicas.					
34	La implementación de pasantías tecnológicas organizadas por el estado tuvo un impacto positivo para su empresa en los años 2021 y 2022.					
	<b>VARIABLE: EXPORTACIONES</b>	<b>ESCALA</b>				
<b>DEX1</b>	<b>Dimensión: Rentabilidad</b>	1	2	3	4	5
35	El valor de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron el esperado.					
36	El crecimiento del valor de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fue mayor en comparación a años anteriores.					
37	El volumen de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fueron el esperado.					
38	El crecimiento del volumen de las exportaciones de su empresa en los años 2021 y 2022 fue mayor en comparación a años anteriores.					
39	Las estrategias implementadas por el gobierno impulsaron a recuperar sus exportaciones en los años 2021 y 2022.					
<b>DEX2</b>	<b>Dimensión: Productividad</b>	1	2	3	4	5
40	Su empresa se preocupa por la calidad del producto para una adecuada comercialización y exportación.					
41	Su empresa cuenta con la capacidad de ofrecer diversos tipos del producto.					

42	Su empresa ha desarrollado o diseñado una presentación adecuada del producto para su comercialización y exportación.										
43	Su empresa ofrece un servicio de atención post-venta										
44	Su empresa se preocupa por determinar un precio adecuado para facilitar la exportación.										
45	Su empresa emplea factores clave del potencial exportador como gestión financiera, gestión de mercado, gestión administrativa, gestión de clientes y gestión de procesos internos.										
<b>DEX3</b>	<b>Dimensión: Diversificación</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>					
46	Su empresa conoce con bastante detalle el margen de utilidad de la comercialización y exportación de sus productos.										
47	Su empresa cuenta con un plan de crecimiento en ventas y captación de nuevos clientes.										
48	Su empresa cuenta con instalaciones óptimas que cumplen con los controles de calidad necesarios.										
49	Su empresa tiene un control óptimo del ciclo de vida del producto para una adecuada comercialización.										

## Anexo J: Resumen de las respuestas

### A) Variable Condiciones

N°	Estrato empresarial	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10
1	Pequeña	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
2	Micro	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
3	Pequeña	4	3	2	4	4	4	3	3	2	5
4	Mediana	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
5	Pequeña	5	3	2	4	5	5	3	3	3	5
6	Pequeña	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4

### B) Variable estrategias

N°	Estrato empresarial	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15	P. 16	P. 17	P. 18	P. 19	P. 20	P. 21	P. 22
1	Pequeña	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	Micro	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	Pequeña	1	1	3	1	2	2	1	1	2	1	3	1
4	Mediana	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2
5	Pequeña	1	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1
6	Pequeña	2	1	4	2	3	3	3	2	2	1	3	3

N°	Estrato empresarial	P. 23	P. 24	P. 25	P. 26	P. 27	P. 28	P. 29	P. 30	P. 31	P. 32	P. 33	P. 34
1	Pequeña	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
2	Micro	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
3	Pequeña	2	2	3	1	1	1	3	1	3	1	1	1
4	Mediana	1	1	3	2	1	1	4	3	3	3	2	2
5	Pequeña	3	3	3	1	1	1	3	1	3	1	3	1
6	Pequeña	2	2	4	3	1	1	4	3	4	3	1	1

### C) Variable exportaciones

N°	Estrato empresarial	P. 35	P. 36	P. 37	P. 38	P. 39	P. 40	P. 41	P. 42
1	Pequeña	3	3	3	2	3	4	4	4
2	Micro	2	3	2	2	3	4	4	4
3	Pequeña	4	3	4	4	1	5	5	4
4	Mediana	4	4	4	3	3	5	4	4
5	Pequeña	4	3	4	4	1	5	5	4
6	Pequeña	3	2	3	2	2	4	4	4

N°	Estrato empresarial	P. 43	P. 44	P. 45	P. 46	P. 47	P. 48	P. 49
1	Pequeña	4	4	3	4	4	4	4
2	Micro	4	4	3	4	4	4	4
3	Pequeña	4	4	3	4	4	5	5
4	Mediana	5	5	4	5	4	5	4
5	Pequeña	5	5	4	5	4	5	5
6	Pequeña	5	5	4	5	4	5	5